

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

### Interdiction d'aliments sucrés et gras

## Virage audacieux au Chili pour favoriser une saine alimentation chez les jeunes

---

**Montréal, le 22 juin 2016** – Interdire les jouets fournis avec les produits agroalimentaires et bannir les aliments riches en sucre, sel et gras pour protéger la santé des jeunes C'est ce que compte faire le Chili dès le 27 juin prochain. La Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids), qui fait partie du regroupement pancanadien Stop Marketing to Kids, applaudit cette initiative et rappelle au gouvernement fédéral l'importance d'interdire la publicité agroalimentaire destinée aux enfants, et ce, peu importe leur âge.

« Les décideurs du Chili n'ont pas hésité à mettre en place des politiques publiques afin de réduire l'obésité et d'améliorer la santé des citoyens. Tous les pays auraient avantage à prendre cette initiative en exemple », indique Clara Couturier, porte-parole de la Coalition Poids. « Le Québec et le Canada n'échappent pas à l'épidémie d'obésité mondiale actuelle. Nos gouvernements devraient allouer les ressources et le financement nécessaires pour enrayer cette problématique et les maladies chroniques y étant associées », ajoute-t-elle.

Au Canada, 90 % des aliments faisant l'objet de publicité sont de faible valeur nutritive. Le marketing agressif d'aliments très caloriques et riches en sucre, sel et gras est d'ailleurs identifié parmi les principaux facteurs de l'épidémie d'obésité par l'Organisation mondiale de la santé. « Ce type de publicité influence les préférences, les connaissances et les comportements alimentaires des citoyens. L'industrie agroalimentaire le sait très bien et exploite la vulnérabilité des enfants pour en faire des consommateurs fidèles », insiste la porte-parole. Personnages, jouets, jeux, emballages et couleurs attirantes ne sont que quelques exemples de tactiques de l'industrie.

Le Québec est la seule province canadienne à s'être dotée d'une loi interdisant la publicité destinée aux enfants. « Nous avons une certaine avance sur le reste du Canada, mais certaines exceptions demeurent problématiques et doivent être resserrées par une loi fédérale, comme les emballages et les présentoirs dans nos épicerie », souligne Mme Couturier. « Le gouvernement fédéral a déjà exprimé sa volonté de réglementer le marketing des boissons et des aliments. Nous attendons avec impatience son passage de la volonté à l'action. »

Plus de 40 % des achats familiaux sont influencés par les enfants. « Offrir un environnement alimentaire sain faciliterait la tâche des parents, en plus d'inculquer aux jeunes de bonnes habitudes de consommation », indique la porte-parole. Le Chili retirera les aliments riches en sucre, sel et gras des écoles, mais également autour de celles-ci en interdisant la vente de tels produits. « Au Québec, les restaurants rapides près des établissements scolaires nuisent à la Politique-cadre pour un virage en santé et facilitent l'accès à des produits de faible valeur nutritive. Nous avons besoin de mesures complémentaires pour créer des environnements sains autour des écoles, comme l'a fait le Chili », conclut Clara Couturier.

### **À propos de la Coalition québécoise sur la problématique du poids**

Créée en 2006 et parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec depuis 2008, la Coalition québécoise sur la problématique du poids vise l'adoption de politiques publiques spécifiques à l'égard des problèmes reliés au poids. Elle agit pour favoriser la mise en place d'environnements facilitant les choix santé et la prévention des problèmes de poids. Pour plus de détails [www.cqpp.qc.ca](http://www.cqpp.qc.ca).

–30–

### **Pour toute demande médiatique, contactez :**

Geneviève Daoust

Agente de communication, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 246

Cellulaire : 514 433-0663

[gdaoust@cqpp.qc.ca](mailto:gdaoust@cqpp.qc.ca)