

Une coalition pour la santé donne un A+ à un projet de loi pour protéger les enfants

Une sénatrice dépose un projet de loi visant à interdire la publicité d'aliments et de boissons destinée aux enfants.

Ottawa, le 28 septembre 2016 – La Coalition *Arrêtons la pub destinée aux enfants* (CAPE) applaudit l'honorable Nancy Greene Raine, sénatrice, pour le dépôt d'un projet de loi en faveur de l'interdiction de la publicité d'aliments et de boissons destinée aux enfants. Au pays – sauf au Québec – l'industrie alimentaire suit ses propres règles en matière de marketing, et les enfants sont exposés à une quantité jamais vue de publicités d'aliments et de boissons, dont la plupart sont de faible valeur nutritive.

« L'initiative d'autoréglementation de l'industrie alimentaire est un échec, déclare le Dr Tom Warshawski, président de la Childhood Obesity Foundation. En adoptant une loi, nous protégerons les enfants, appuierons les parents qui travaillent fort pour inculquer de saines habitudes à leurs enfants, et veillerons à ce que les entreprises respectent les mêmes normes. Nous exhortons le gouvernement fédéral à agir rapidement pour mettre ce projet en œuvre. »

Jusqu'à 90 % des aliments publicisés à la télévision auprès des enfants et des jeunes sont élevée en gras, en sucre ou en sel. Ces derniers sont la cible de toutes sortes de publicités sur de nombreuses plateformes, y compris à la télévision, dans les films, sur Internet, et par l'intermédiaire de commandites, de célébrités associées à des marques, de jeux vidéo de marques, de placement de produits, de jouets offerts dans les restaurants, etc. Les choix alimentaires de faible valeur nutritive sont étroitement liés à l'embonpoint et à l'obésité, qui peuvent entraîner des facteurs de risque de maladies du cœur et d'AVC précoces, notamment l'hypertension artérielle.

« Nous félicitons la sénatrice Green Raine pour l'engagement dont elle fait preuve à l'égard de la santé des enfants en déclarant haut et fort que nos enfants ne sont pas une source de profit pour l'industrie alimentaire, témoigne Francine Forget Marin, directrice, Affaires santé et recherche, à la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC, division Québec. La publicité est une tactique efficace. C'est pourquoi l'industrie alimentaire dépense des milliards de dollars sur des stratégies de marketing qui manipulent les enfants, et c'est pourquoi il faut y mettre un terme lorsque nos jeunes sont concernés. »

Des études démontrent que la valeur nutritive des aliments publicisés auprès des enfants n'a pas changé et que le volume de publicités a en fait augmenté depuis la mise en place de l'initiative à participation volontaire créée par l'industrie alimentaire. Au Québec, la publicité destinée aux enfants a été bannie sous toutes ses formes il y a plus de 30 ans, dans les années 80. Selon une étude récente, cette réglementation a eu un impact positif tangible sur l'alimentation dans la province, où la consommation de malbouffe a baissé de 13 %. De plus, le Québec affiche le taux d'obésité le plus bas parmi les 6 à 11 ans, ainsi que le taux le plus élevé de consommation de légumes et de fruits au pays.

L'Organisation mondiale de la Santé a recommandé d'interdire la publicité destinée aux enfants. Certains pays, y compris le Mexique, le Royaume-Uni, la Suède et la Norvège, ont adopté des

restrictions concernant un tel marketing visant les enfants, dans le but d'améliorer la santé de la population.

La CAPE a rédigé les Principes d'Ottawa, qui dressent des recommandations politiques en ce qui a trait à l'interdiction de la publicité commerciale pour tous les aliments et boissons destinée aux enfants et aux jeunes de 16 ans et moins. Les restrictions ne s'appliquent cependant pas à la publicité non commerciale des campagnes valides d'éducation en santé publique ou de sensibilisation du public.

Pour en savoir plus sur la CAPE, y compris sur les Principes d'Ottawa, visitez le www.arretonslapubdestineeauxenfants.ca.

Coalition Arrêtons la pub destinée aux enfants

La CAPE a été créée en 2014 par la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC en collaboration avec la Childhood Obesity. Elle regroupe onze organismes non gouvernementaux et compte sur l'appui écrit de dizaines d'autres organismes et personnes influentes. Son objectif est d'interdire toute publicité d'aliments et de boissons ciblant les jeunes de 16 ans et moins.

Statistiques

- La majorité, c'est-à-dire 90 %, des aliments et boissons qui sont commercialisés ont une teneur élevée en gras, en sucre et en sel.
- Internet est une plateforme particulièrement importante, car 85 % des marques alimentaires principalement publicisées auprès des enfants possèdent des sites Web qui s'adressent directement à ces derniers ou proposent du contenu susceptible de les intéresser.
- À peine 45 % des jeunes âgés de 12 à 19 ans consomment le minimum recommandé de cinq portions de légumes et fruits par jour.
- L'**embonpoint** et l'**obésité** touchent 31 % des enfants et des jeunes Canadiens âgés de 5 à 17 ans. Parmi eux, 80 % seront obèses à l'âge adulte.
- L'embonpoint et l'obésité chez les enfants peuvent entraîner des facteurs de risque de maladies du cœur et d'AVC précoces, notamment l'hypertension artérielle.
- Au cours des 70 dernières années, la consommation d'aliments transformés et ultratransformés a doublé au pays. Ces produits comptent maintenant pour 60 % des achats alimentaires de la famille moyenne.

Membres de la CAPE

- Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention
- Alliance pour la prévention des maladies chroniques au Canada
- Association canadienne du diabète
- BC Healthy Living Alliance
- Bureau de santé publique de Toronto
- Childhood Obesity Foundation (membre fondateur)
- Coalition québécoise sur la problématique du poids
- Fondation des maladies du cœur et de l'AVC (membre fondateur)
- Les diététistes du Canada
- Sécurité alimentaire Canada
- Société canadienne du cancer

Groupes ayant donné leur appui aux Principes d'Ottawa

- Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention
- Alberta Food Matters

- Alliance pour la prévention des maladies chroniques au Canada
- Association des infirmières et infirmiers du Canada
- Association canadienne des travailleurs sociaux
- Association canadienne du diabète
- Association canadienne pour la prévention cardiovasculaire et de réadaptation
- Association des agences locales de santé publique
- Association médicale canadienne
- BC Healthy Living Alliance
- BC Pediatric Society
- Bureau de santé publique de Toronto
- Capsana
- Centre for Child Honouring
- Childhood Obesity Foundation
- Coalition québécoise sur la problématique du poids
- Collège des médecins de famille du Canada
- Conseil canadien des infirmières(iers) en nursing cardiovasculaire
- Conseil des politiques alimentaires d'Ottawa
- Éducation physique et santé Canada
- EPODE Canada
- First Call BC Child and Youth Advocacy Coalition
- Fondation des maladies du cœur et de l'AVC
- Fraser Health Authority
- Health Officers Council of BC
- Institut de Cardiologie de Montréal
- Key Gordon
- Les diététistes du Canada
- Réseau canadien en obésité
- Sécurité alimentaire Canada
- Société canadienne de pédiatrie
- Société canadienne du cancer
- Société ontarienne des professionnel(le)s de nutrition en santé publique
- Troubadour Music
- Vancouver Island Health Authority Medical Health Officers

Personnes ayant donné leur appui aux Principes d'Ottawa

- D^{re} Charlene Elliott, chercheuse en marketing des produits alimentaires, politiques et santé des enfants
- D^r Kapil Khatter, médecin de famille ayant un intérêt pour les environnements propices à la saine alimentation
- D^{re} Kim Raine, spécialiste en alimentation et santé publique, et professeure
- D^{re} Monique Potvin-Kent, chercheuse et spécialiste en publicité d'aliments et de boissons destinée aux enfants
- D^r Norm Campbell, spécialiste de l'hypertension artérielle et professeur
- D^r Yoni Freedhoff, spécialiste de l'obésité et fervent défenseur de la santé publique
- Raffi Cavoukian, chanteur pour enfants et fondateur du Centre for Child Honouring
- Sarah Elton, journaliste spécialisée en alimentation et auteure à succès

-30-

À propos de la Fondation des maladies du cœur et de l'AVC

La Fondation des maladies du cœur et de l'AVC a pour mission de prévenir les maladies, de préserver la vie et de favoriser le rétablissement. En tant qu'organisme bénévole de bienfaisance en santé, nous nous efforçons chaque jour d'améliorer de façon tangible la santé de toutes les familles du pays. « Ensemble, éliminons les maladies du cœur et les AVC pour vivre en santé. » fmcoeur.ca

À propos de la Childhood Obesity Foundation

La Childhood Obesity Foundation a pour mission d'orienter la société vers l'adoption d'une saine alimentation et d'un style de vie actif afin de favoriser le maintien d'un poids santé chez les enfants et les bienfaits physiques et émotionnels qui en découlent. Sa mission est d'éliminer les maladies chroniques liées à l'obésité chez les enfants et les jeunes.

childhoodobesityfoundation.ca

Pour plus de renseignements

Maryse Bégin

Gestionnaire, Communications, Québec

Fondation des maladies du cœur et de l'AVC

514 871-8038, poste 232

maryse.begin@fmcoeur.qc.ca