

Interdire la publicité alimentaire destinée aux enfants au Canada

Le marketing d'aliments peu nutritifs et à haute teneur énergétique a des effets sur la santé des jeunes

Incapables de reconnaître les intentions commerciales du marketing, les enfants sont facilement manipulables et vulnérables face à la publicité qui les cible. De nombreuses recherches démontrent un lien entre les activités promotionnelles de l'industrie alimentaire visant les enfants et :

- leurs connaissances;
- l'attitude envers les aliments;
- leurs préférences alimentaires;
- leurs comportements alimentaires.



La publicité d'aliments et de boissons de faible valeur nutritive et à haute teneur énergétique aux enfants est ainsi l'un des contributeurs reconnus de l'épidémie d'obésité. Alors qu'il est démontré que l'autoréglementation de l'industrie est insuffisante, les pratiques publicitaires destinées aux enfants doivent être encadrées par une loi fédérale.

Portrait de la situation

Au Québec, en vertu de l'article 248 de la Loi sur la protection du consommateur, « nul ne peut faire de la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de treize ans ». Cependant, des exceptions à la loi font en sorte que les enfants ne sont pas entièrement protégés des conséquences de la publicité les ciblant.

La Coalition Poids a réalisé un *Portrait québécois de la publicité alimentaire aux enfants* qui démontre que l'industrie alimentaire profite des exceptions de la loi québécoise pour cibler les enfants, notamment dans les commerces de détail alimentaires, les restaurants, les événements et les lieux familiaux.

De plus, les Québécois conviennent que les enfants de la province sont trop exposés à des publicités de malbouffe et que cela devrait être encadré :

- 85 % sont d'avis que les enfants québécois sont exposés à trop de publicités de malbouffe;
- 86 % sont d'accord pour que le gouvernement fédéral encadre la publicité ciblant les enfants de moins de 13 ans dans les commerces;
- 84 % trouvent qu'il y a trop d'emballages et de présentoirs de malbouffe dans les épiceries et les commerces d'alimentation;
- 70 % émettent le souhait d'avoir accès à des caisses sans malbouffe au moment de payer leurs achats.

Revendications pour protéger les enfants

IL FAUT

1. Interdire, par une loi fédérale, la publicité de boissons ou d'aliments riches en sucre, sel et gras saturés destinée aux enfants de moins de 13 ans. En plus de viser les médias traditionnels, une telle loi doit notamment encadrer les exceptions de la loi québécoise dans les commerces de détail alimentaires (emballages, vitrines et étalages).

Pour en savoir plus,
contactez-nous ou consultez
cqpp.qc.ca/portrait-quebecois-de-la-publicite-aux-enfants

**MISONS
SUR LA
PRÉVENTION**



Une initiative parrainée par l'Association pour la santé publique du Québec

4529, rue Clark, bureau 102
Montréal (Québec) H2T 2T3
Tél. : 514 598-8058

info@cqpp.qc.ca | cqpp.qc.ca