

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
**Pour diffusion immédiate**

## **Burger King coupable!**

---

**Montréal, le 8 mai 2009** – C'est au tour de Burger King de plaider coupable d'avoir fait de la publicité illégale destinée aux enfants. La Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids), qui avait dénoncé publiquement les pratiques du restaurateur en 2007, est très satisfaite de cette poursuite intentée par l'Office de la protection du consommateur (OPC) concernant les jouets à collectionner gratuits à l'achat d'un repas pour enfant. La chaîne de restauration rapide a donc plaidé coupable aux six chefs d'accusation qui pesaient contre elle, totalisant des amendes de 12 000 \$.

« L'attrait des primes jouets est réel et c'est d'ailleurs pour cette raison que cette stratégie marketing a été adoptée par les grandes chaînes de restauration. Aujourd'hui, avec ce premier plaidoyer de culpabilité les visant, la Coalition Poids invite les grandes chaînes de restauration qui utilisaient ces mêmes pratiques à cesser immédiatement. »

« Comment inculquer aux enfants de saines habitudes de vie quand ils sont bombardés de publicités qui vantent la malbouffe, demande Suzie Pellerin, directrice que la Coalition Poids. Quand on sait qu'à partir de l'âge de 5 ans, les enfants influencent les achats de la maisonnée, on comprend pourquoi la publicité de malbouffe contribue, selon l'Organisation mondiale de la Santé, à l'épidémie d'obésité que nous connaissons actuellement. »

Après Saputo (muffin Igor), General Mills (céréales Lucky Charms) et P2P (campagne publicitaire des muffins Igor), voici un quatrième plaidoyer de culpabilité enregistré en moins de quatre mois relativement à l'interdiction de faire de la publicité commerciale destinée aux moins de 13 ans. « Le message envoyé est de plus en plus fort. Au Québec, nous avons la Loi sur la protection du consommateur qui protège nos enfants et seront poursuivis ceux qui y dérogent » affirme Mme Pellerin.

Quand on sait que près d'un enfant sur quatre (23 %) souffre d'embonpoint ou d'obésité, on comprend l'importance du rôle de surveillance qui a été confié à l'OPC. « L'OPC doit pouvoir bénéficier de toutes les ressources nécessaires pour surveiller de près les pratiques des industries alimentaire et publicitaire » réclame Mme Pellerin.

### **Rappel des faits**

Les accusations portées par l'OPC contre Burger King visaient les messages publicitaires insérés dans des jouets à collectionner gratuits à l'achat d'un repas pour enfant. À l'achat des bouchées de poulet, l'enfant recevait un sac promotionnel contenant une figurine (Viva Piñata, Iron Man, Cabbage Patch Kids Minis ou Un Nouveau Cowboy en Ville) ainsi qu'un dépliant explicatif et un autre jouet contenu dans la figurine, le tout identifié à la marque Burger King.

Burger King était également accusée d'avoir fait de la publicité accordant plus d'importance au jouet (figurines Viva Piñata ou Iron Man) remis à l'achat de bouchées de poulet qu'au menu lui-même, et ce, sur des affiches promotionnelles ainsi que sous l'onglet « Enfants » de son site Internet [www.burgerking.ca](http://www.burgerking.ca). Pour ces accusations, Burger King a signé un engagement volontaire à respecter cette disposition de la Loi, ce qui a mis fin aux procédures judiciaires.

**À venir...**

McDonald's est également poursuivie par l'OPC pour avoir fait de la publicité illégale destinée aux jeunes. La date du procès sera fixée sous peu.

**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 dans le cadre de trois secteurs stratégiques (agroalimentaire, socioculturel et environnement bâti) 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 –

**Source :** Amélie Desrosiers  
Agente de communication, Coalition québécoise sur la problématique du poids  
Téléphone : 514 598-8058 poste 233  
Cellulaire : 514 475-7431  
[adesrosiers@cqpp.qc.ca](mailto:adesrosiers@cqpp.qc.ca)

**Pour joindre Suzie Pellerin, directrice de la Coalition :**  
Cellulaire : 514 235-3766