

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Publicité destinée aux enfants :
Le publicitaire du muffin Igor plaide coupable à son tour!

Montréal, le 29 avril 2009 – Pour la troisième fois depuis le début de l'année, la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) réagit à un nouveau plaidoyer de culpabilité enregistré relativement à l'interdiction de faire de la publicité destinée aux enfants. Cette fois, c'est P2P Promotion Publicité, le publicitaire qui a orchestré la campagne de promotion des muffins Igor de Saputo dans les centres de la petite enfance (CPE) du Québec en 2007, qui reconnaît ses torts.

« Cette reconnaissance de culpabilité de l'agence de publicité trace la voie et démontre aux autres agences qu'elles sont aussi visées par Loi sur la protection du consommateur (LPC) qui interdit de faire de la publicité commerciale aux jeunes. Nous espérons que ce plaidoyer contribuera à sensibiliser l'industrie publicitaire à l'influence qu'elle exerce sur les comportements de consommation des enfants », déclare la directrice de la Coalition, Suzie Pellerin.

Il est important de rappeler que l'Organisation mondiale de la Santé reconnaît la publicité de malbouffe comme étant un facteur pouvant contribuer à l'épidémie d'obésité chez les jeunes et demande aux publicitaires de jouer un rôle important en ayant des pratiques de commercialisation responsables, surtout auprès de enfants.

À la suite de la poursuite intentée par l'Office de la protection du consommateur (OPC), une entente a été conclue aujourd'hui dans le district judiciaire de Montréal mettant ainsi fin aux procédures judiciaires. P2P plaide donc coupable à huit chefs d'accusation de publicité illégale destinée aux enfants qui pesaient contre elle, totalisant des amendes de 16 000 \$.

« Au Québec, nous avons la chance d'avoir des dispositions de la LPC qui protègent les enfants en interdisant la publicité commerciale qui leur est destinée. Ces dispositions sont citées en exemple partout dans le monde, mais l'Office de la protection du consommateur n'a pas les ressources humaines et financières nécessaires pour jouer le rôle de surveillance qui lui a été confié en 1980 », poursuit madame Pellerin.

Rappel des faits

Le 29 juin 2007, l'OPC signifiait à P2P Promotion Publicité un constat d'infraction totalisant 15 chefs d'accusation et des amendes possibles de 30 000 \$ pour avoir fait distribuer, par l'entremise de certains CPE, des sacs promotionnels identifiés aux muffins Igor de Saputo Groupe Boulangerie. Ces sacs contenaient des muffins Igor, un coupon-rabais de 1,00 \$ à l'achat de ces muffins, un cahier sur les valeurs nutritives du muffin, un dessin de Igor à colorier, une invitation à visiter le site Internet www.igoretmoi.com et une feuille d'autocollants Igor. P2P était également accusée d'avoir préparé le site

Internet en question et d'y avoir fait diffuser de la publicité du muffin ainsi que d'avoir préparé une affiche promotionnelle, le livret contenu dans les sacs promotionnels, une chanson et un disque compact relié au produit, tout cela en contravention aux dispositions de la LPC qui interdisent la publicité commerciale destinée aux moins de 13 ans.

Autres plaidoyers de culpabilité enregistrés

En janvier 2009, Saputo a également reconnu sa culpabilité pour avoir distribué du matériel publicitaire pour faire la promotion des muffins Igor auprès des enfants dans les CPE du Québec. Et, en février 2009, c'est l'entreprise General Mills qui a reconnu sa culpabilité pour avoir fait de la publicité illégale pour ses céréales sucrées Lucky Charms par différents jeux pour enfants proposés sur un site Internet.

La Coalition Poids accorde une très grande importance à la dénonciation des pratiques illégales en matière de publicité de malbouffe faite aux enfants. D'ailleurs, la population est invitée à aviser la Coalition Poids de toute publicité commerciale de malbouffe qui semble destinée aux enfants en écrivant à info@cqpp.qc.ca.

D'autres procès sont à suivre : Burger King et McDonald's sont également poursuivis par l'OPC pour avoir fait de la publicité illégale destinée aux jeunes. Les dates de ces procès seront fixées 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.

– 30 –

Source : Coalition québécoise sur la problématique du poids
Amélie Desrosiers, agente de communication,
Téléphone : 514 598-8058 poste 233
Portable : 514 475-7431
adesrosiers@cqpp.qc.ca

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