

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

Santé Canada confirme le besoin de resserrer les exigences envers les fabricants de boissons énergisantes

Ottawa, le 6 octobre 2011 – Dans une décision très attendue de l'ensemble des organismes de santé publique au Canada, dont la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids), Santé Canada vient de confirmer le resserrement des exigences quant à la composition du produit et à la mise en marché des boissons énergisantes. En plus de contrôler la teneur en caféine, ces dernières devront désormais divulguer l'information requise quant à leur contenu et à la clientèle visée.

La directrice de la Coalition Poids, Suzie Pellerin, estime qu'il s'agit d'une décision qui marque un point tournant, alors que de plus en plus de voix s'élèvent pour mettre les consommateurs en garde à l'égard des boissons énergisantes. « Les boissons énergisantes sont des boissons sucrées au même titre que les boissons gazeuses et contribuent par le fait même au vaste phénomène de l'épidémie d'obésité. Il est temps que les consommateurs soient correctement informés sur la teneur en sucre et en caféine de ces produits », explique Suzie Pellerin, rappelant au passage que l'épidémie d'obésité coûte en moyenne 30 milliards \$ par année en pertes de productivité et en coûts pour les systèmes de santé au Canada.

L'avenir des embouteilleurs passait par les boissons énergisantes

On observe que de plus en plus de jeunes et d'adultes délaissent les boissons gazeuses pour consommer des boissons énergisantes. Avec une croissance phénoménale de 39 % des ventes annuelles entre 2007 et 2008 au Canada, on constate dans les faits que les boissons énergisantes augmentent considérablement la consommation de boissons sucrées par les Canadiens.

La directrice de la Coalition Poids ne s'étonne donc pas que les pratiques de marketing des boissons énergisantes soient autant similaires à celles des boissons gazeuses (promotion, placement, commandite, etc.). « Les stratégies marketing des fabricants de boissons sucrées, en particulier des boissons énergisantes, ciblent directement les jeunes sans que ceux-ci disposent de l'information adéquate quant à la composition de ces boissons. En resserrant les règles, Santé Canada nous offre aujourd'hui un outil supplémentaire qui va nous permettre de mieux démontrer comment les boissons énergisantes sont de mauvais choix santé », souligne Suzie Pellerin.

Une redevance sur les boissons gazeuses et énergisantes

La Coalition Poids n'a pas manqué l'occasion de réitérer sa proposition d'instaurer une redevance sur les boissons gazeuses et énergisantes, une mesure déjà en vigueur en Hongrie et qui est à l'étude dans de nombreux pays à travers le monde, dont la France. À titre d'exemple, une telle redevance, sous la forme d'une taxe d'accise, d'un sou par litre permettrait de générer des revenus d'environ 36 millions \$ annuellement à l'échelle canadienne. « En exigeant des fabricants le paiement d'une redevance sur les boissons gazeuses et énergisantes, nous pourrions réinvestir dans la promotion des saines habitudes de vie, ainsi que dans la prévention de l'épidémie d'obésité et des maladies qui y sont associées », conclut madame Pellerin.

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 : Marion Saucet
Analyste-rechercheur, Coalition québécoise sur la problématique du poids
Téléphone : 514 598-8058 poste 232 | Cellulaire : 514 943-7880
msaucet@cqpp.qc.ca