

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Campagne publicitaire sur l'obésité

Coca-Cola tente de se donner bonne conscience

Montréal, le 23 avril 2013 – La Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) souhaite réprover publiquement les tentatives de Coca-Cola de se donner bonne conscience en lançant une campagne publicitaire sur l'obésité intitulée « Unissons-nous » et en finançant les activités de diverses ONG œuvrant dans le sport, la recherche ou la sensibilisation.

La campagne « Unissons-nous » vise à convaincre le public que les calories « vides », provenant des boissons sucrées telles que celles vendues par Coca-Cola, sont équivalentes aux calories provenant de tout autre aliment. « Nous devons rester sourds à cette offensive de charme qui affirme que les boissons sucrées sont un aliment comme les autres, alors qu'il s'agit de l'un des contributeurs importants et reconnus à l'épidémie d'obésité », prévient Suzie Pellerin, directrice de la Coalition Poids. « De plus, la campagne mise notamment sur l'activité physique comme moyen pour contrôler son poids, ce qui permet à Coca-Cola de détourner le regard de l'inutilité de ses produits ».

Rappelons également que Coca-Cola Canada annonçait cette semaine des partenariats financiers conclus avec des organisations faisant la promotion de l'activité physique, de la santé et de la prévention des maladies chroniques. « Il faut voir clair dans cette forme de marketing qui vise ultimement à se mettre en valeur et à promouvoir leurs produits. En s'associant et en commanditant des organisations qui font œuvre utile, mais qui sont en recherche constante de moyens financiers, Coca-Cola se lance dans une offensive de propagande pour s'acheter une bonne image. L'industrie des boissons sucrées déploie la même stratégie que les grandes compagnies de tabac il n'y a pas si longtemps en rendant ces organisations dépendantes financièrement après avoir rendu les consommateurs dépendants à leurs produits », poursuit Mme Pellerin.

La Coalition Poids ne demeure pas insensible aux besoins financiers des organisations partenaires de Coca-Cola et ne met pas en doute la sincérité de l'engagement de chacune des personnes impliquées dans ces organisations. « Nous souscrivons aux objectifs visant à augmenter l'activité physique, diminuer la sédentarité et mieux faire connaître les découvertes en matière de santé, mais la commandite de l'industrie des boissons sucrées n'est pas une solution à ce manque de moyens », conclut Mme 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.

Source :

Amélie Desrosiers

Responsable des communications, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 233

Cellulaire : 514 475-7431

adesrosiers@cqpp.qc.ca