

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Réaction à la Conférence « [Sucre : toxicité ou exagération ?](#) »

Boissons sucrées : un marketing toxique et exagéré!

Québec, le 3 juin 2014 – Alors qu'une conférence prestige organisée par le département de médecine sociale et préventive de l'Université Laval poursuit le débat sur les effets de la consommation de sucre, la Coalition québécoise sur la problématique du poids (Coalition Poids) rappelle que l'omniprésence de sucre dans l'offre alimentaire et le marketing incessant contribuent à un important problème de santé publique : l'épidémie d'obésité.

« De plus en plus de données probantes indiquent qu'il existe une association entre la consommation de sucre et la prise de poids, le diabète de type 2 et les maladies cardio-vasculaires », indique le Dr Michel Lucas, épidémiologiste-nutritionniste, dont l'allocution ouvrait la conférence.

« Le consensus autour des effets nocifs à la santé de la consommation de boissons sucrées est particulièrement bien établi. Il est urgent de faire contrepoids à un marketing exagéré qui mousse toujours davantage leur consommation chez les jeunes et est alors manifestement toxique », ajoute Corinne Voyer, directrice de la Coalition Poids.

Les boissons sucrées devraient être consommées occasionnellement, mais elles occupent plutôt une place démesurée dans l'alimentation quotidienne des Québécois. Leur surconsommation est banalisée et l'industrie y contribue grandement en offrant, par exemple, de très grands formats individuels ou en incitant à l'achat de plusieurs contenants par des rabais de type 2 *pour* 1. De plus, l'industrie des boissons sucrées les rend disponibles et visibles partout, à toute heure et à bas prix. Ces stratégies marketing ont démontré leur efficacité. « Il est illusoire de penser que nous avons pleinement le contrôle sur nos choix alimentaires devant un tel marketing. La grande industrie soutient que vous êtes responsables et libres de ce que vous mangez, mais leur responsabilité d'entreprise est de vous inciter à acheter plus de nourriture, pas moins ! », poursuit Michel Lucas.

« Le prix influence grandement les décisions alimentaires, et ce, en particulier chez les jeunes. Ainsi, comme l'ont illustré plusieurs études, une augmentation du prix des boissons sucrées par le biais d'une taxe favoriserait une réduction de la consommation », souligne Corinne Voyer.

Une redevance sur les boissons sucrées dont les revenus sont investis en prévention de l'obésité et des maladies chroniques associées est reconnue comme l'une des solutions les plus prometteuses et porteuses en termes de coûts-bénéfices. « Le gouvernement doit agir et une taxe sur les boissons sucrées est plus que jamais nécessaire! », conclut Corinne Voyer.

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 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 :

Corinne Voyer

Directrice, Coalition québécoise sur la problématique du poids

Téléphone : 514 598-8058 poste 242

Cellulaire : 514 566-4605

cvoyer@cqpp.qc.ca

Michel Lucas, Ph. D., Dt.P.

Professeur au département de médecine sociale et préventive, Faculté de médecine, Université Laval

Chercheur à l'Axe Santé des populations et pratiques optimales en santé, Centre de recherche du CHU de Québec

Téléphone : 418 525-4444 poste 46559