



Centre for Science in the Public Interest
Centre pour la science dans l'intérêt public

Publisher of *Nutrition Action Healthletter*
Éditeur de

Les groupes de défense et de promotion de la santé et l'artiste Raffi applaudissent la demande d'une sénatrice qui veut interdire les annonces publicitaires qui s'adressent aux enfants

OTTAWA (le 12 mai 2004) : Aujourd'hui, le Centre pour la science dans l'intérêt public et l'artiste Raffi ont applaudi la demande de la sénatrice Mira Spivak qui veut interdire les annonces publicitaires commerciales qui s'adressent aux enfants.

Dans son discours au Sénat hier, la sénatrice indépendante du Manitoba a déclaré qu'elle se préparait à présenter un projet de loi qui interdira dans les faits toute publicité ayant pour cible les enfants de moins de 13 ans.

« Nos enfants méritent d'être respectés, pas exploités », a déclaré le célèbre troubadour des enfants connu au Canada et dans le monde entier, Raffi Cavoukian. « Depuis des années, les experts nous disent que les annonces publicitaires, entre autres celles qui accompagnent les émissions télévisées pour enfants, sont autant d'attaques déloyales contre leurs personnalités d'autant plus impressionnables qu'ils n'ont pas la maturité pour les interpréter. Et pourtant, jour après jour, pour accroître leurs profits, de grosses entreprises matraquent nos enfants à coup d'annonces publicitaires, dès le berceau, avec le concours complaisant de psychologues. Ce n'est tout simplement pas correct », ajoute-t-il.

En 1978, le Québec a adopté une loi interdisant les annonces publicitaires ciblées sur les enfants, et ces dernières années, plusieurs pays européens ont mis en œuvre des restrictions similaires. En 1989, la Cour suprême du Canada a maintenu l'interdiction du Québec en rendant une décision historique dans un procès intenté au nom de la *Charte des droits et de la liberté d'expression*. La cour a déclaré : « ... la publicité télévisée destinée aux jeunes enfants est en soi manipulatrice. Elle vise à promouvoir des produits en convainquant ceux qui sont toujours prêts à tout croire. »

« On devrait exiger que les publicitaires respectent la vulnérabilité des enfants partout au Canada, comme on le fait maintenant au Québec », a affirmé la sénatrice Spivak.

« De nombreuses émissions télévisées pour enfants sont envahies de messages publicitaires pour des boissons et des céréales sucrées, des bonbons et des frites, ou des jeux vidéo, des films et des

émissions de télévision qui détournent les enfants de l'activité physique », a ajouté Bill Jeffery, coordonnateur national du Centre pour la science dans l'intérêt public.

« Nous félicitons la sénatrice Spivak d'avoir attiré l'attention du parlement sur cette question vitale. Les entreprises parlent beaucoup de la responsabilité parentale, mais elles-mêmes n'en font pas preuve. Il est grand temps qu'on interdise aux entreprises d'encourager les enfants à consommer de la camelote alimentaire. Trop souvent, ces aliments mènent à l'obésité, au diabète, aux maladies cardio-vasculaires, à l'ostéoporose et à certaines formes de cancer », a précisé Bill Jeffery.

Ces vingt dernières années, les taux d'obésité ont quintuplé chez les enfants canadiens et doublé chez les adultes. Les aliments qui font l'objet de plus de publicités sont riches en sodium, en gras saturés et en acides gras *trans*, et manquent de calcium, de grains entiers, de fruits et de légumes – augmentant ainsi le risque de diabète, de maladies cardio-vasculaires, de certaines formes de cancer et d'ostéoporose à un âge plus avancé.

Chaque année, des maladies qui pourraient être évitées par un régime équilibré et l'activité physique causent environ 47 000 décès prématurés et coûtent approximativement de 6 milliards à 10 milliards de dollars à l'économie canadienne en soins de santé et en perte de productivité.

– 30 –

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Bill Jeffery du CSIP au (613) 244-7337, ou Barbara Robson au cabinet de la sénatrice Spivak, au (613) 995-1488.

Le Centre pour la science dans l'intérêt public (CSIP) est un organisme sans but lucratif et autonome qui défend la santé publique de ses bureaux situés à Ottawa et à Washington. Au Canada, les efforts du CSIP sont financés par plus de 100 000 abonnés à l'édition canadienne du Nutrition Action Healthletter. Le CSIP n'accepte aucun financement de l'industrie et du gouvernement, et le bulletin *Nutrition Action Healthletter* n'affiche aucune publicité.

Le CSIP dirige une coalition de deux douzaines de groupes de défense et de promotion de la santé qui sont pour l'interdiction des annonces publicitaires ciblées sur les enfants, y compris : l'Union des consommateurs, la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, l'Association des diététistes au Québec, la Fédération nationale des retraités et citoyens âgés, le Community Nutritionists Council of British Columbia, la Société ontarienne des professionnel(le)s de nutrition en santé publique, le Réseau canadien pour la santé des femmes, la Société canadienne de physiologie de l'exercice, l'Association canadienne pour l'avancement des femmes, du sport et de l'activité physique, le Centre for Health Promotion Studies (Université de l'Alberta), Sport PEI, l'Eastern Health and Community Services Board (Clareville, Terre-Neuve), DAWN Ontario : DisAbleD Women's Network of Ontario, l'Association canadienne des hygiénistes dentaires, la Multicultural Health Brokers Co-op, le Conseil de la politique alimentaire de Toronto, le HEAL Network of Northern British Columbia, les Retraités du Syndicat national de l'automobile, de l'aérospatiale, des transports et des autres travailleurs et travailleuses du Canada (TCA Canada), les Services de nutrition de l'Hôpital régional de Whitehorse, l'Edmonton School Lunch Program, le Centre Church Corporation de la ville d'Edmonton, la Palliser Health Region (Alberta), la Newfoundland and Labrador Medical Association et le Centre pour la science dans l'intérêt public.