

LE PLAN Mulcair

Garantir la santé de nos enfants

Information aux médias

*Protégeons nos enfants contre
les publicités sur la malbouffe*

LE 26 NOVEMBRE 2014



Garantir la santé de nos enfants

« Les parents en ont déjà beaucoup sur les épaules et ne devraient pas avoir, en plus, à se préoccuper du fait que leurs enfants sont bombardés de publicités sur la malbouffe. Je ne crois pas que ce soit ce que les Canadiens recherchent pour leurs enfants et leurs petits-enfants. »

–Thomas Mulcair, chef de l'Opposition officielle

Le défi

- // Au Canada, les enfants regardent en moyenne deux heures de télévision par jour et voient plus de 20 000 messages publicitaires par année.
- // Les publicités alimentaires constituent 50 % de toutes les publicités diffusées pendant les émissions pour enfants, ce qui en fait la catégorie de publicités la plus vue par les enfants.
- // La présente génération est la première dont l'espérance de vie est plus courte que celle de leurs parents, à cause d'une alimentation inadéquate et d'un manque d'activité physique.
- // 31 % des enfants canadiens souffrent d'embonpoint ou d'obésité et 70 % des enfants de quatre à huit ans ne mangent pas assez d'aliments sains, comme les fruits et les légumes.¹
- // Un sondage Ipsos Reid a indiqué que 81 % des parents canadiens veulent que le gouvernement encadre et limite les publicités d'aliments et de breuvages malsains destinés aux enfants.

¹ Fondation des maladies du cœur du Canada

Garantir la santé de nos enfants

« Les publicités de malbouffe et de breuvages sucrés destinées aux enfants ne sont pas seulement surnoises, elles rendent les enfants malades. Nous recommandons vivement que des dispositions législatives soient adoptées afin de limiter les publicités d'aliments et de boissons destinées aux enfants. Nous avons le devoir de garantir la sécurité de nos enfants et d'aider les parents à offrir à leurs enfants le meilleur départ possible dans la vie. »

–David Sculthorpe, directeur général, Fondation des maladies du cœur du Canada

Notre engagement

Le NPD aidera les parents qui souhaitent faire des choix alimentaires sains pour leurs enfants en interdisant la publicité de malbouffe destinée aux enfants.

Thomas Mulcair et le NPD modifieront les lois fédérales afin d'interdire la publicité d'aliments et de breuvages destinée aux enfants de moins de 13 ans.

Il y a 32 ans, le Québec a adopté l'une des politiques de protection des consommateurs les plus strictes au monde, qui interdit la publicité alimentaire destinée aux enfants de moins de 13 ans.

Une étude récente sur le sujet a établi que, depuis la mise en place de cette interdiction, la consommation hebdomadaire de malbouffe avait baissé de 13 % dans les ménages québécois. Le Québec a l'un des taux d'obésité infantile les plus bas au Canada.²

Il est temps que le fédéral fasse preuve de leadership.

Les néo-démocrates de Thomas Mulcair proposent des solutions pratiques pour garantir la santé et le mieux-être des enfants canadiens. Les protéger contre les publicités sur la malbouffe est une saine décision et un pas dans la bonne direction.

² Tirtha Dhar *Fast-Food Consumption and the Ban on advertising Targeting Children: The Quebec Experience*, 2011 <http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmkr.48.5.799>