

POUR UNE CONSOMMATION PLUS JUSTE !

O S A C T U E L L E S

Journée mondiale des droits des
consommateurs, Edition 2008

L'OIC dit NON à l'obésité infantile !

Les 15 Mars de chaque année ont été retenus par l'Organisation Internationale des Consommateurs (OIC) comme étant la Journée Mondiale des droits des consommateurs à travers le monde. Occasion pour les associations de consommateurs du monde entier de sensibiliser et d'informer les consommateurs sur des problèmes spécifiques liés à la consommation. Le thème retenu pour la célébration de l'Edition 2008 de cette journée est : " NON à l'obésité infantile " par ce thème d'actualité, l'OIC entend tirer l'attention de la communauté internationale sur l'épineuse question de l'obésité infantile qui prend aujourd'hui des proportions alarmantes du fait de la consommation par les plus jeunes d'aliments malsains riches en matières grasses, sel et sucre .

Pour marquer cette journée, plusieurs activités de sensibilisation et des campagnes d'information sont initiées de par le monde pour faire passer le message de l'OIC. Dans le souci de mieux vous informer sur le contenu du thème de la présente Edition, nous vous invitons à découvrir le diagnostic fait par l'OIC sur le mal infantile que constitue l'obésité.

Epidémie de l'obésité : Un mal qui ruine les enfants

L'accroissement de la consommation de produits alimentaires riches en matières grasses, sucre et sel associé à la diminution de l'activité physique ont provoqué l'augmentation du nombre de personnes souffrant de maladies liées au régime alimentaire telles que les maladies cardiaques, le diabète et le cancer. Ces maladies préventives représentent un coût très important en terme de vies humaines, de moyens d'existence et pour les services de santé. La probabilité qu'un enfant soit obèse à l'âge adulte et souffre de problèmes de santé à long terme est beaucoup plus importante lorsque celui-ci est obèse. Au moins 22 millions d'enfants âgés de moins de cinq ans accusent un surpoids ou sont obèses à l'échelle de la planète. Nous devons donc agir afin de prévenir la propagation de l'épidémie de l'obésité infantile.

Lien entre publicité des produits alimentaires malsains et problèmes de santé

D'après un rapport de l'OMS intitulé Commercialisation des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants, publié en 2006, un certain nombre d'études démontrent que la publicité des produits alimentaires riches en matières grasses, sucre et sel a un impact direct sur l'attraction des enfants pour ces produits alimentaires

malsains, qui causent l'obésité, et sur leur consommation par les enfants. Un certain nombre d'études montrent également que les enfants sont plus susceptibles d'être attirés par des produits alimentaires de marque que par des produits sans marque – même s'il s'agit du même produit.

Un problème mondial

Dans certains pays, l'obésité infantile a déjà atteint une situation de crise, dans d'autres, elle constitue une bombe à retardement prête à exploser. L'obésité peut être causée par la malnutrition et les problèmes de sur-alimentation et de sous-alimentation peuvent coexister. Des études démontrent également qu'il est possible que les enfants soient encore plus vulnérables aux affects suscités par la commercialisation de ces produits dans les pays les plus pauvres car la publicité leur est moins familière et ces enfants sont susceptibles de réagir à des formes de promotion commerciale qui associent certains produits alimentaires à un mode de vie moderne.

Rôle des multinationales de l'agroalimentaire

Les parents veulent pouvoir faire des choix alimentaires sains pour

leurs enfants mais leurs efforts se heurtent au grand nombre de publicités et de promotions commerciales des produits alimentaires malsains ciblant leurs enfants. Les entreprises agroalimentaires adoptent toute une gamme de techniques afin de cibler les enfants. En 2006 1, les principales multinationales ont dépensé les sommes suivantes:

· 7 793 milliards de dollars pour les produits alimentaires · 3 916 milliards de dollars pour les boissons non alcoolisées · 1 137 milliards de dollars pour les bonbons et les confiseries

Compte tenu du fait que de nombreux producteurs de produits alimentaires et de boissons non alcoolisées vendent les mêmes produits malsains à travers le monde, une protection internationale est nécessaire contre la commercialisation des

produits alimentaires malsains destinés aux enfants. Une des raisons pour lesquelles l'autorégulation des multinationales de l'agroalimentaire n'a pas fonctionné réside

dans le fait que ces entreprises sont libres d'adopter différentes normes dans différents pays. Tous les enfants sont vulnérables et devraient être protégés quel que soit le pays dans lequel ils vivent.

