

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Date :** 16 janvier 2022  
Pour diffusion immédiate

---

### Nouveau rapport

## L'omniprésence de l'industrie de l'amaigrissement en ligne commande un meilleur encadrement du gouvernement

**Montréal, le 16 janvier 2022** – La culture de la diète, l'insatisfaction corporelle et la préoccupation à l'égard du poids sont des enjeux bien réels au Québec. Selon un sondage Léger mené pour le compte de l'ASPQ en mars 2021, six Québécois.es sur dix ont fourni des efforts pour perdre ou maintenir leur poids dans la dernière année. De plus, la moitié de la population (52 %) est insatisfaite de son poids, soit 45 % des hommes et 59 % des femmes. « La pandémie a exacerbé les problématiques du poids au Québec et le marketing souvent trompeur de l'industrie de l'amaigrissement pousse de nombreuses personnes à avoir recours à des produits, des services ou des moyens amaigrissants », s'inquiète Laurence Sauvé-Lévesque, chargée de la campagne *Méfiez-vous des apparences trompeuses!* à l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ).

Afin de décortiquer les stratégies employées pour promouvoir les produits, services ou moyens amaigrissants (PSMA) et proposer des pistes d'action pour mieux encadrer leurs pratiques de commercialisation, l'ASPQ dévoile [un nouveau rapport](#).

### Un marketing en ligne intensif

Ce rapport brosse un portrait québécois de l'omniprésence du marketing des PSMA en ligne. Pour vendre, l'industrie de l'amaigrissement se réapproprie le discours populaire axé sur les saines habitudes de vie, le bien-être ou encore le mode de vie sain. « Dès le moment où l'on démontre un intérêt pour du contenu en lien avec la perte de poids, les publicités intégrées sur le Web deviennent presque exclusivement sur les PSMA », rapporte Laurence Sauvé-Lévesque. De plus, l'industrie propose une panoplie de PSMA pour rejoindre un vaste éventail de personnes. Pour leurrer des consommateurs et consommatrices, l'industrie de l'amaigrissement cultive culte de l'idéal de minceur, fait appel aux émotions à l'aide de témoignages, mise sur la notoriété et la crédibilité et joue avec la vérité.

« L'industrie de l'amaigrissement profite de la vulnérabilité de la population préoccupée par son poids ou insatisfaite de son apparence corporelle pour vendre sa méthode soi-disant miracle pour perdre du poids », s'indigne madame Sauvé-Lévesque. « Non seulement l'utilisation de PSMA est très souvent inefficace pour perdre du poids à long terme, mais elle n'est pas sans danger pour la santé physique et mentale. En effet, elle peut notamment entraîner l'effet yo-yo, un sentiment d'échec répété, une préoccupation excessive à l'égard du poids ou encore une relation malsaine avec la nourriture », ajoute-t-elle.

### Un meilleur encadrement pour protéger la santé de la population

Devant les tactiques de commercialisation utilisées par l'industrie de l'amaigrissement et le laxisme des réglementations à leur sujet, il est nécessaire de revoir le cadre législatif entourant la mise en marché et les pratiques commerciales relatives aux PSMA. La protection du public passe entre autres par la réglementation.

« Le manque d'encadrement spécifique de la promotion des PSMA est problématique. On espère que ce portrait éveillera les décideurs à agir. Il faut mettre fin aux pratiques douteuses pour préserver la santé mentale et physique de la population », conclut Madame Sauvé-Lévesque.

- 30 -

### À propos de l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ)

L'ASPQ regroupe citoyens et partenaires pour faire de la santé durable, par la prévention, une priorité. L'ASPQ soutient le développement social et économique par la promotion d'une conception durable de la santé et du bien-être. La santé durable s'appuie sur une vision à long terme qui, tout en fournissant des soins à tous, s'assure aussi de les garder en santé par la prévention. [www.aspq.org](http://www.aspq.org).

### À propos de la campagne *Méfiez-vous des apparences trompeuses!*

Réalisée par l'ASPQ, *Méfiez-vous des apparences trompeuses!* est une campagne de sensibilisation et d'information sur la face cachée de l'industrie de l'amaigrissement et de l'image corporelle. Elle vise à diminuer le recours aux produits, services et moyens amaigrissants, qui peuvent nuire à la santé et s'avèrent généralement inefficaces à long terme. Parallèlement, la campagne renseigne sur les stratégies à adopter pour favoriser la santé durable.

#### **Pour toute demande d'entrevue, contactez:**

Laurence Sauvé-Lévesque

Chargée de projet campagne *Méfiez-vous des apparences trompeuses!*

Téléphone: 514 598-8058 poste 229

Cellulaire: 514-622-6944