

Mémoire



Présenté par l'Afeas

L'association féminine d'éducation et d'action sociale

régionale Saint-Jean – Longueuil – Valleyfield

À

La CAAAQ

La commission sur l'avenir de l'agriculture et l'agroalimentaire québécois

Choisir l'avenir

Présentation de l'Afeas

Organisme sans but lucratif fondé en 1966, l'Afeas est présente dans toutes les régions du Québec. L'Afeas régionale Saint-Jean – Longueuil – Valleyfield compte plus de 300 membres réparties en 14 groupes locaux. L'Afeas a pour mission de défendre les droits des femmes et de travailler à l'amélioration de leurs conditions de vie et de travail. C'est par l'éducation et l'action sociale concertée qu'elle concourt à la construction d'une société fondée sur les valeurs de paix, d'égalité, d'équité, de justice et de respect. L'Afeas fait partie d'organismes ou de regroupements québécois, canadiens et internationaux pour faire avancer ses dossiers.

Dans ses multiples actions et prises de positions, l'Afeas vise l'autonomie des femmes sur les plans social, politique et économique afin qu'elles puissent participer de plein pied à la vie démocratique du Québec, et ce, à tous les paliers. Lors des assemblées générales annuelles locales, régionales et provinciales, ses membres élisent démocratiquement leurs dirigeantes et décident des orientations et des revendications à défendre. Ainsi, lorsque l'Afeas se prononce, elle le fait au nom de ses membres, selon leurs attentes et leurs besoins.



L'agriculture et l'industrie agroalimentaire joue un rôle important dans la qualité de vie des québécoises et québécois tant par leur impact sur l'économie que sur l'alimentation et l'environnement.

L'Afeas régionale de Saint-Jean – Longueuil – Valleyfield a choisit d'intervenir sur «l'obésité chez nos jeunes».

Je profite donc de l'occasion pour répondre aux questions «Quel est le rôle des consommateurs, des transformateurs, des distributeurs et de l'État dans l'adoption de saines habitudes alimentaires?»

**Publicité,
quand tu nous
tiens...**

Les annonces tentent de faire reconnaître aux enfants leur marque de produit. Pour vanter leurs aliments ou leurs repas minute, les publicités comportent habituellement soit un élément positif (notre produit est riche en telles vitamines ou tels minéraux...), soit un aspect de plaisir (il a bon goût, il est sucré...), soit son côté naturel (il vient de la ferme, il est pur, il est frais) ou encore, soulignent l'absence d'un élément négatif (notre produit ne contient pas de ceci ou de cela...). Le but de la publicité est de présenter le produit sous son meilleur jour, pour allécher, et qu'il devienne à la longue indispensable aux enfants...

En plus du petit écran, les promotions offertes par les gros noms de la restauration rapide incitent les jeunes à aller y manger plus souvent. Que ce soit les concours, les jeux et jouets gratuits, les figurines dérivées des films ou des vedettes sportives, tout est mis en oeuvre pour en augmenter la fréquentation¹. La publicité « alimentaire » peut même s'introduire à l'école secondaire, grâce aux machines distributrices... Dans cet environnement saturé de publicité, il est parfois difficile pour le jeune de se restreindre à son lunch « santé ».

Effets sur la santé

L'obésité, du point de vue médical, est un excès de masses grasses pouvant entraîner des conséquences néfastes sur la santé. L'obésité peut augmenter la tension artérielle et le mauvais cholestérol et aggraver les risques de maladies du coeur ou d'accidents des vaisseaux sanguins, comme les accidents vasculaires cérébraux ou ACV, communément appelés les "attaques cérébrales". Elle contribue également au diabète, particulièrement celui de type 2, et à de nombreux cancers. Les livres en trop peuvent aussi peser lourd sur le squelette et entraîner des douleurs chroniques au dos, aux genoux ou aux articulations. L'embonpoint peut aussi s'accompagner de troubles respiratoires comme l'essoufflement ou l'apnée du sommeil.

Statistique

En 2000-2001, au Québec, le taux d'obésité chez les adultes se situait à 13 %. Nos jeunes ne sont pas à l'abri de la prise de poids excessive puisque, selon les dernières données disponibles, jusqu'à 28 % de nos jeunes feraient de l'embonpoint, tandis que 10 % d'entre eux souffraient carrément d'obésité.

Dans le monde

Plus d'un milliard de personnes sur la planète souffrent d'un excès de poids. Environ 60 % des décès dans le monde sont causés par des maladies découlant de nos mauvaises habitudes alimentaires et d'une plus grande consommation de produits industriels gras, salés ou sucrés. Pour l'Organisation mondiale de la santé (OMS), c'est une véritable épidémie.

En conclusion ***Obésité : publicité***

Nous demandons aux gouvernements fédéral et provincial de faire plus de publicités ciblées sur une alimentation équilibrée.

L'obésité : machines distributrices

Nous demandons au ministre de la Santé et des Services sociaux et au ministre de l'Éducation, du Loisir et du Sport de légiférer afin de changer le contenu des machines distributrices dans les établissements de santé et d'éducation par les aliments santé.

Pour répondre à la question : **quelles réflexions l'équilibre actuel des rôles et des pouvoirs des acteurs vous inspirent-elles?**

ADS

Je répondrai «**l'analyse différenciée selon les sexes**»

La définition de l'analyse différenciée selon les sexes utilisée au Québec dit qu'il s'agit « (d') un processus qui vise à discerner de façon préventive, au cours de la conception et de l'élaboration d'une politique, d'un programme ou de toute autre mesure, les effets distincts que pourra avoir son adoption par le gouvernement sur les femmes et les hommes ainsi touchés, compte tenu des conditions socio-économiques différentes qui les caractérisent». ²

Les gouvernements présents aux rencontres internationales sur la situation de la femme ont convenu, lors des suivis de la Conférence mondiale des femmes à Beijing en 1995, d'instaurer un mécanisme qui permette de suivre les impacts des politiques et programmes sur les femmes et les hommes. Au Québec, un comité interministériel était chargé, avant les élections de 2003, d'instaurer l'analyse différenciée selon les sexes afin de favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes. ³ À cet effet, il devait mobiliser progressivement l'ensemble de l'appareil gouvernemental par des expériences pilotes. ⁴

Pour l'Afeas, toutes les décisions prises par un ou l'autre des ministères et par le gouvernement doivent faire l'objet de cette analyse. Par la suite, les critères d'évaluation continue doivent prévoir l'utilisation de la « lunette ADS » afin d'apporter des correctifs lorsque nécessaire. Il s'agit de prévenir les impacts non désirés au lieu de réagir à la suite de résultats analysés avec des critères qui n'étaient pas prévus dès le départ.

Pour terminer, j'aimerais féliciter les membres de la commission pour le document de consultation et les remercier pour la possibilité d'apporter, au nom de l'association, les résultats de nos recommandations.

*Christiane Denis
Présidente de l'Afeas régionale
Saint-Jean – Longueuil – Valleyfield
afeas.st.jlv@gmail.com
Secrétariat : 1308, Rive Boisée, Carignan, J3E 1E3
Téléphone : 450-658-5859*

¹ Réseau Éducation-Médias, « Comment les spécialistes du marketing ciblent les enfants », 2004, pour consultation : http://www.media-awareness.ca/francais/parents/marketing/cible_enfants.cfm

² Document de formation, Introduction à l'analyse différenciée selon les sexes (ADS) appliquée aux politiques gouvernementales, formation offerte aux membres du conseil d'administration provincial de l'Afeas, Québec, 25 janvier 2002.

³ Au Canada, il s'agit de l'Analyse comparative selon les sexes (ACS) dont l'objectif premier est de repérer et corriger les écarts de traitements entre les femmes et les hommes.

⁴ Un projet-pilote a été fait au sein du ministère des Finances. Voir : Conseil du statut de la femme, Pour aller plus loin : une évaluation du cadre d'analyse développé par le ministère des Finances du Québec sur l'analyse différenciée selon les sexes -Avis, novembre 2001, 48p.