

# 12

## L'ÉPIDÉMIE D'OBÉSITÉ ET DE DIABÈTE AU MEXIQUE, RÉSULTAT DE LA PRISE EN OTAGE DES POLITIQUES DE NUTRITION PAR LES TRANSNATIONALES ET LES CONFLITS D'INTÉRÊTS

Marcos Arana Cedeño et Xaviera Cabada<sup>1</sup>

L'épidémie d'obésité et de diabète qui touche le Mexique a atteint des proportions catastrophiques. Un tiers des filles, des garçons et des adolescents du pays sont en surpoids ou souffrent d'obésité. Ce même problème affecte sept adultes sur dix, dont 14 % ont été diagnostiqués du diabète et 40 % du syndrome métabolique. Lors des six dernières années, un demi-million de Mexicaines et de Mexicains sont décédés des suites du diabète ; le taux de mortalité dû à cette maladie a été multiplié par trois entre 1980 et 2005, alors même que, chaque année, 90 000 personnes sont amputées d'un membre. Quinze pour cent du budget national consacré à la santé est destiné au traitement des problèmes occasionnés par une alimentation inadéquate, un pourcentage qui, au train où vont les choses, devrait dépasser les 35 % d'ici dix ans<sup>2</sup>. De plus, la situation s'est aggravée au cours des vingt dernières années, coïncidant avec l'entrée en vigueur du Traité de libre-échange nord-américain (ALÉNA)<sup>3</sup>, lequel autorise l'importation massive de produits ultra-transformés à forte teneur en sucres, graisses, sel et pauvres en fibres. Au cours de cette même période, la présence et les investissements des grandes entreprises de l'agroalimentaire ont été stimulés, leur permettant de multiplier aussi bien leur influence que leurs ventes<sup>4</sup>.

La culture alimentaire traditionnelle a connu une érosion telle que la majeure partie de l'apport calorifique des enfants en âge préscolaire provient aujourd'hui de produits transformés tandis que les boissons industrielles y contribuent à hauteur de 12 %<sup>5</sup>. Les enfants sont exposés à une intense publicité vantant les bienfaits de produits malsains, principalement des pâtisseries, des boissons et des sucreries<sup>6</sup>. Le pays consomme en moyenne 163 litres de boissons industrielles par habitant par an, un chiffre inégalé à l'échelle internationale<sup>7</sup>. L'allaitement maternel, l'une des formes les plus efficaces pour prévenir l'obésité, a connu une chute vertigineuse : 85 % des nourrissons de moins de six mois sont alimentés à partir de préparations à forte teneur en sucres ajoutés, qui sont normalement utilisées à partir de six mois<sup>8</sup>. La promotion des substituts du lait maternel ne connaît quasiment aucune limite, du fait que les entreprises les produisant sont autorisées à financer les programmes d'éducation des mères et des professionnels de la santé et à y participer aux côtés des institutions<sup>9</sup>.

Bien que le gouvernement ait exprimé sa préoccupation face à cette situation, il n'a pas adopté les mesures nécessaires pour s'acquitter de sa mission de protection envers la population au moyen d'une réglementation efficace de la commercialisation des produits industriels à forte densité calorifique qui inondent le pays. En revanche, il n'a pas manqué de se rapprocher des transnationales de l'alimentation, dans le cadre de la « *Cruzada Nacional contra el Hambre* » (Croisade nationale contre la faim). Ce programme, le plus vaste mené par le gouvernement, ciblant les populations vulnérables, a pour objectif de promouvoir une meilleure nutrition et de réduire la dénutrition,

1 Marcos Arana Cedeño est membre d'IBFAN et de WABA, directeur du CCEESC (Centre mexicain de formation et d'éducation à l'écologie et la santé des paysans) au Chiapas (Mexique). Il est également chercheur à l'INNSZ (Institut mexicain national de nutrition), à l'OBSCIUDES (Observatoire citoyen pour l'exercice du droit à la santé), au *Proyecto Alimente*, à l'*Alianza por la Salud Alimentaria* et à l'*Espacio DESC*. Xaviera Cabada est membre d'IBFAN Mexique, collabore à l'association *El Poder del Consumidor* et à l'*Alianza por la Salud Alimentaria*. Elle dirige aussi l'ESPCJ (*Escuela de Psicología de la Ciudad de Juárez*) et est universitaire et chercheuse à *Universidad Mexicana del Norte* (UMN).

Merci à Dinorah López (FIAN Mexique) et à Manigueuigdinapi Jorge Stanley Icaza (CITI) pour leur aide à la révision du présent article. Cet article a été initialement rédigé en langue espagnole.

2 J. A. Córdova-Villalobos *et al.*, "Las enfermedades crónicas no transmisibles en México: sinopsis epidemiológica y prevención integral", *Salud Pública de México*, vol. 50, n°5, 2008, pp. 419-427.

- 3 Pour plus d'informations, voir : M. Arana Cedeño, « Inégalités et dépendances : les impacts de la signature de l'ALÉNA dans les campagnes mexicaines », *l'Observatoire du droit à l'alimentation et à la nutrition 2012*, pp. 73-76. [www.rfn-watch.org/fileadmin/media/rfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch\\_2012/R\\_t\\_F\\_a\\_N\\_Watch\\_2012\\_fr\\_web\\_rz.pdf#page=73](http://www.rfn-watch.org/fileadmin/media/rfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch_2012/R_t_F_a_N_Watch_2012_fr_web_rz.pdf#page=73)
- 4 P. Zhang et al., "Global Healthcare and Expenditure on Diabetes for 2010 and 2050", *Journal on Diabetes Research and Clinical Practice*, vol. 87, 2007, pp. 293-301. Voir également : J.P. Gutiérrez et al., *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012*, Instituto Nacional de Salud Pública, Cuernavaca (Mexique), 2012.
- 5 D. González-Castell, "Alimentos industrializados en la dieta de los preescolares mexicanos", *Salud Pública de México*, vol. 49, n°5, 2007, pp. 345-356.
- 6 Instituto Nacional de Salud Pública, *Publicidad de alimentos y bebidas*. [www.insp.mx/epppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html](http://www.insp.mx/epppo/blog/2984-publicidad-alimentos-bebidas.html) (en espagnol)
- 7 Pour plus d'informations, voir les travaux du *Rudd Center for Food Policy and Obesity* de l'Université du Connecticut. [www.uconnruddcenter.org](http://www.uconnruddcenter.org) (en anglais). Voir également : T. Andreyeva et al., "Exposure to food advertising on television: Associations with children's fast food and soft drink consumption and obesity", *Economics and Human Biology*, vol. 9, n°3, 2011, pp. 221-233.
- 8 A. Calvillo, X. Cabada et K. García, "La alimentación industrializada del lactante y niño pequeño, el nuevo mega negocio", *El Poder del Consumidor*, Mexico D.F., 2013.
- 9 Bien que certaines clauses du *Code international de commercialisation des substituts de lait maternel* aient été intégrées au cadre réglementaire, le gouvernement a signé des conventions en faveur de l'auto-réglementation des entreprises, qui ne prévoient aucune sanction.  
Pour de plus amples informations sur le rôle que jouent les entreprises dans l'éducation à la nutrition, voir l'article « Le « business » de la malnutrition, ou comment les opérations de relations publiques fournissent un alibi idéal à l'industrie agroalimentaire » de la présente édition de *l'Observatoire du droit à l'alimentation et à la nutrition*.
- 10 Le document officiel de l'accord de concertation conclu entre Nestlé et le gouvernement mexicain est disponible à l'adresse : [www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Resource/545/1/images/CONVENIO\\_NESTLE%20.pdf](http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Resource/545/1/images/CONVENIO_NESTLE%20.pdf) (en espagnol)
- 11 Informations recueillies par l'OBSCIUDES en février/mars 2015.
- 12 Alliance formée par 27 organisations de la société civile. Pour plus d'informations, voir : [www.alianzasalud.org.mx](http://www.alianzasalud.org.mx) (en espagnol)
- 13 I. Yáñez et T. Moreno, "Legal prohibir en escuelas la "comida chatarra": juez", *24 Horas*, 26 mars 2015. [www.24-horas.mx/legal-prohibir-en-escuelas-la-comida-chatarra-juez/](http://www.24-horas.mx/legal-prohibir-en-escuelas-la-comida-chatarra-juez/) (en espagnol)
- 14 Le document officiel de la stratégie promue par le secrétariat mexicain de la Santé est disponible à l'adresse : [promocion.salud.gob.mx/daps/descargas1/estrategia/Estrategia\\_con\\_portada.pdf](http://promocion.salud.gob.mx/daps/descargas1/estrategia/Estrategia_con_portada.pdf) (en espagnol)

laquelle continue de toucher 18 % des filles et des garçons du pays. La transnationale suisse Nestlé collabore avec le gouvernement dans cette stratégie, à travers un projet intitulé « *Mi dulce negocio* » (ma douce entreprise) ; cette initiative entend former 15 000 femmes à l'élaboration et à la vente de pâtisseries en porte à porte, afin de développer l'entrepreneuriat et de former la population à la nutrition<sup>10</sup>. De toute évidence, il s'agit d'une action qui va à l'encontre de la nécessité de combattre l'obésité et le diabète.

La Croisade nationale contre la faim prévoit également le transfert annuel de 322 millions de dollars américains par le biais de 717 000 cartes « *Sin Hambre* » (sans faim), permettant à la population d'acquérir quinze produits distribués grâce à des fonds publics. La moitié de ces produits, dont le café soluble, le chocolat en poudre, les céréales d'avoine, les piments en conserve et le lait en poudre, sont fabriqués par des transnationales de l'agroalimentaire<sup>11</sup>. Grâce à ces transferts, le programme contribue à remplacer les aliments locaux par des aliments transformés, générant ainsi des bénéfices colossaux pour les entreprises, contre, jusqu'à ce jour, un bénéfice incertain en matière de réduction de la dénutrition.

En développant des partenariats publics-privés et en se prêtant à un intense lobbying au sein du Congrès, les grandes entreprises de l'agroalimentaire ont boycotté à plusieurs reprises les tentatives de réglementation de la commercialisation des aliments transformés, notamment ceux destinés aux enfants. Aussi, l'approbation, fin 2013, de l'initiative lancée par l'Alliance pour la santé alimentaire (*Alianza por la Salud Alimentaria*)<sup>12</sup>, visant à imposer une taxe sur la consommation de boissons sucrées, a constitué un événement marquant du fait de toutes les ressources employées par les entreprises pour s'y opposer. Dans le cadre de cette initiative figurait également la proposition d'utiliser les fonds collectés par cet impôt pour approvisionner les écoles publiques en eau potable et en fontaines à eau et pour prévenir et traiter les maladies chroniques. Malheureusement, cette proposition a reçu une réponse tardive et insuffisante de la part du gouvernement. Le 16 mai 2014, la loi interdisant la vente de boissons sucrées dans les écoles a été publiée au Journal officiel. Les fabricants de boissons sucrées ont tenté de renverser la décision du Congrès par le biais de recours juridiques qui leur furent, en fin de compte, refusés<sup>13</sup>.

Cependant, les entreprises sont parvenues à faire en sorte que l'étiquetage des aliments et des boissons non alcoolisées sur la face avant des emballages, récemment approuvé, puisse induire le consommateur en erreur ou semer le doute dans son esprit. De plus, confortée par l'absence de mécanisme de surveillance ou de sanction, l'industrie a joué un rôle actif pour porter entrave au respect des engagements prévus dans la Stratégie nationale pour la prévention et le contrôle du surpoids, de l'obésité et du diabète<sup>14</sup>.

Si les mesures préventives nécessaires ne sont pas appliquées, un enfant sur trois né au Mexique depuis 2010 sera diabétique<sup>15</sup>. L'État mexicain devra mettre fin aux conflits d'intérêts causés par le rôle et l'influence qu'il a cédés, de manière indue, aux grandes entreprises de l'agroalimentaire – un rôle et une influence incompatibles avec la responsabilité de protéger la population et de garantir ses droits.

## ENCADRÉ 12

La campagne « Mangeons sain, mangeons mexicain » encourage la consommation d'aliments et de boissons d'origine traditionnelle et naturelle

La consommation de boissons sucrées industrielles est particulièrement préoccupante dans les régions autochtones du pays<sup>16</sup>, où les fabricants de boissons sucrées encouragent leur consommation à travers des pratiques monopolistiques, en abaissant, par exemple, le prix de leurs produits au lieu d'appliquer la taxe à la consommation votée par le Congrès. Outre le fait qu'elle contribue à l'augmentation du diabète, cette pratique favorise la consommation de boissons industrielles au détriment des boissons traditionnelles à forte valeur culturelle et nutritionnelle.

Devant cette situation, le *Proyecto Alimente*, le Centre mexicain de formation et d'éducation à l'écologie et la santé des paysans (CCESC) et *El Poder del Consumidor* ont lancé la campagne « *Más sanos comiendo como mexicanos* »<sup>17</sup> pour remettre au goût du jour et promouvoir la consommation de denrées alimentaires, d'eau naturelle et de boissons traditionnelles mexicaines et naturelles, en particulier le *pozole*, une boisson nutritive et rafraîchissante élaborée à base de maïs. L'objectif de la campagne est de réduire la consommation de boissons sucrées industrielles de 50 % en cinq ans.

15 Banque mondiale, *Seis millones de razones para hacer adelgazar a los mexicanos*, El Banco Mundial – Noticias, 27 février 2014. [www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/02/27/diabetes-mexico](http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/02/27/diabetes-mexico) (en espagnol) ; La Jornada, *Uno de cada tres niños nacidos en México en 2010 tendrán diabetes*, México, 19 février 2015. [www.jornada.unam.mx/2015/02/19/sociedad/038n1soc](http://www.jornada.unam.mx/2015/02/19/sociedad/038n1soc) (en espagnol)

16 Pour plus d'informations, voir : M. Arana Cedeño et X. Cabada, « Les boissons sucrées laissent un goût amer au Mexique : risques et menaces accrus pour les peuples autochtones », *l'Observatoire du droit à l'alimentation et à la nutrition 2012*, pp. 46–48, [www.rtfn-watch.org/fileadmin/media/rtfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch\\_2012/R\\_t\\_F\\_a\\_N\\_Watch\\_2012\\_fr\\_web\\_rz.pdf#page=46](http://www.rtfn-watch.org/fileadmin/media/rtfn-watch.org/ENGLISH/pdf/Watch_2012/R_t_F_a_N_Watch_2012_fr_web_rz.pdf#page=46)

17 El Poder del Consumidor, *Necesaria una revolución alimenticia en México*, Mexico : El Poder del Consumidor, 27 avril 2015. [elpoderdelconsumidor.org/saludnutricional/necesaria-una-revolucion-alimenticia-en-mexico](http://elpoderdelconsumidor.org/saludnutricional/necesaria-una-revolucion-alimenticia-en-mexico) (en espagnol)