

SURPOIDS Les Suisses mangent trop et ne font pas assez de sport. Les publicitaires s'attaquent à ce problème

«Bougez-vous!» exhorte la pub

CONSEILS Après Promotion Santé Suisse, c'est Sandoz qui pousse les Suisses à faire du sport. Avec humour...

Bertrand Monnard

Un adulte sur trois, un ado sur cinq, les Suisses, on le sait, souffrent de surpoids. Les Suisses mangent trop, regardent trop la télé, ne font pas assez de sport. Un problème grave, récurrent. Mais comment mieux les inciter à se bouger, surtout en ces jours de printemps, qu'avec de l'humour? Sourire plutôt qu'accabler.

«Ratez le tram et rattrapez-le à pied», «Troquez le levier de vitesse contre le bâton de randonnée» ou encore «Ne traînez pas votre valise, portez-la». Il s'agit de trois des 20 conseils de santé prodigués ces jours sur tous les murs de

«Nous offrons à la Suisse son plus grand fitness»

Reto Dürrenberger, concepteur de la pub de Sandoz

Suisse, par Sandoz, la société pharmaceutique, dans sa dernière campagne de pub. Difficile d'y échapper. Le ton est drôle, léger. «Jusqu'ici, le secteur pharmaceutique avait toujours, pour sa promotion, mis en avant son côté sérieux, conservateur. Cette fois, nous avons décidé d'inverser, de changer de tonalité. L'hiver est fini, les beaux jours reviennent, nous offrons ainsi à la Suisse son plus grand fitness», explique Reto Dürrenberger, le concepteur de la pub. L'intention n'est pourtant pas purement philanthropique: la campagne sert, en fait, à promouvoir les médicaments génériques, vantés par un petit slogan, plus discret, en bas des affiches. «Pour entretenir sa santé, le



La Suisse prend du ventre. Alors, on se bouge? www.promotionsante.ch

IMAGINATION Le siège surdimensionné d'un vélomoteur: c'est ainsi que Promotion Santé Suisse, dans une récente campagne, stigmatisait le problème de surpoids récurrent chez les ados. Une nouvelle campagne, selon le même concept, va démarrer cette semaine. DR

meilleur moyen, le seul gratuit, c'est de se bouger. Mais, en cas de maladie, inévitable parfois, Sandoz offre ce qu'il y a de meilleur marché. Notre message c'est cela», poursuit Reto Dürrenberger.

Un vélomoteur, un vélo d'enfant, une chaise d'école tous affublés de sièges surdimensionnés: en février dernier, ces images, à l'humour plutôt cynique, avaient servi à délivrer le même message. «La Suisse prend du ventre. Alors on se

bouge»: fort de ce slogan, la campagne signée Promotion Santé Suisse visait surtout les enfants et les ados. Une nouvelle campagne, selon le même concept, démarrera jeudi prochain, le 12. «Un sujet lourd peut aussi être traité avec légèreté», explique Peter Burri, chef de la communication de cette fondation financée par les cantons et les assurances. Parallèlement, nous menons plein d'actions dans les écoles pour rendre les jeunes sensibles à ce problème.»

La pub exhortant les Suisses à se bouger, Gerald Gremion, médecin du sport au CHUV, juge l'initiative excellente. «La sédentarité est un phénomène finalement assez nouveau, qui date de 30, 40 ans. Louis XIV montait les escaliers de son château à pied, il n'avait pas le choix. Aujourd'hui, les statistiques alarmantes se multiplient. La moitié de la population de Los Angeles, par exemple, marche moins de 200 mètres par jour. Ce n'est pas beaucoup mieux en Suisse. Il ne faut pas se le cacher: si on ne réagit pas, les jeunes enfants mourir avant eux.» Le constat, non habillé d'humour cette fois, sonne comme un cri d'alarme.



La Suisse prend du ventre. Alors, on se bouge? www.promotionsante.ch

CARICATURE Les enfants deviennent trop gros. Cette chaise d'école, signée Promotion Santé Suisse, sert à le rappeler... en forçant un peu le trait. DR

On sait rire même chez Sandoz



GAGS Sandoz vous invite à suer un peu: avec humour, non? DR