

Bob Lanners et Tom D'Harcour

## Le Fast Food au Luxembourg

Pour analyser un peu comment les jeunes se nourrissent nous avons fait un petit sondage ou nous avons demandé dans différentes classes combien de fois par semaine les jeunes mangent du Fast Food, boivent des boissons sucrées et cuisinent. Nous avons demandé 64 élèves en total.

Voici les résultats :

- 40 élèves mangent du Fast Food 1 à 2 fois par semaine, 16 élèves ne mangent pas du Fast Food du tout et 8 mangent du Fast Food 3 à 7 fois par semaine.
- 42 élèves boivent des boissons sucrées 1 à 5 fois par semaine, 8 les boivent plus que 7 fois et 11 élèves ne boivent pas de boissons sucrées du tout.
- 14 élèves ne cuisinent pas du tout dans une semaine, 16 élèves cuisinent 1 à 2 fois par semaine, 29 cuisinent 3 à 7 fois par semaine et 5 cuisinent plus que 7 fois.



Camion de Coca Cola dans une rue de San Cristobal

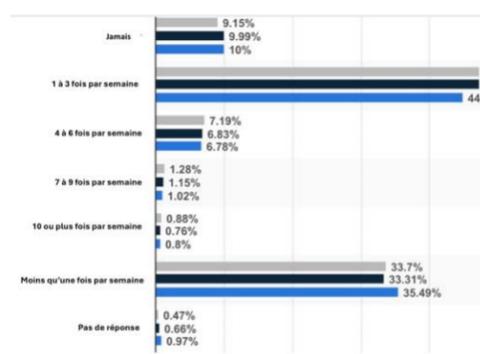
Bob Lanners

## Le Fast Food au Mexique et ses conséquences

Environ 80% des aliments importés au Mexique viennent des États Unis. Cela inclut les chaînes du Fast Food comme McDonalds, KFC, etc. Aujourd'hui, le Mexique est un des pays qui consomment le plus du Fast Food au monde. Presque 50% de la population consomme de 1 à 3 fois du Fast Food par semaine.

La consommation exagérée du Fast Food et des boissons sucrées a comme conséquence que deux tiers des adultes sont surpoids et 1 sur 3 adultes est obèse et 13% ont du diabète. Ce qui est deux fois plus que dans les années 1970. Ainsi, les problèmes chroniques causés par l'obésité sont la première raison de mort dans le pays. En 2021, il y avait 227 000 et 143 000 décès causés par les maladies cardiovasculaires et le diabète de type 2 (avec 370 000 décès sur 1,1 million), tandis que 224 000 décès causés par la Covid-19. Mais le Mexique n'est pas un cas isolé.

Les mêmes tendances sont observées dans la plupart des pays émergents, comme en Afrique du Sud, au Brésil et dans les pays du Moyen-Orient. Si certains territoires semblent, pour l'instant, relativement épargnés (comme le Japon, la Corée du Sud, la Suisse et les pays les plus pauvres du globe), il convient de préciser que cette épidémie est mondiale et que les tendances sont partout à la hausse. D'ici à 2025, la moitié de la planète sera en surpoids, et un quart sera obèse.



Statistiques sur la consommation de la population du Fast Food au Mexique par semaine. (2018 en gris)

Tom D'Harcour et Bob Lanners

# San Cristóbal de las Casas et leur addiction de Coca-Cola



En moyenne 0,5 litres de Coca coûte 50 cT à San Cristobal.

Une fabrique qui capte 1 million de litres d'eau souterraine par jour. Un coca par jour. Un membre corrompu du gouvernement ?

Le lien avec toutes ces choses est une ville de 216.000 habitants dans San Cristóbal de las Casas. Ici, la compagnie Coca-Cola a un impact majeur

Le sucre tue partout, surtout dans San Cristóbal qui compte un nombre choquant. Mais pourquoi les habitants préfèrent-t-ils le coca à l'eau ?

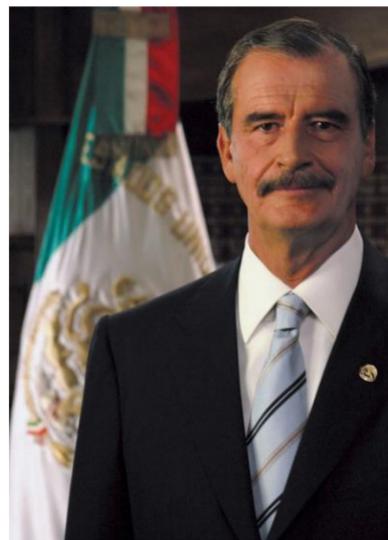
Tout d'abord, il faut comprendre la situation des eaux sur place. Le Chiapas compte en moyenne 230 jours de pluie par an et un grand nombre de lacs et rivières. Malgré ces faits, l'eau potable, qui est de plus infestée de Chlore, est une sorte de rareté à San Cristóbal. Le manque d'une canalisation, d'une station d'épuration et l'agriculture ont comme conséquence que les eaux locales sont souvent sales et non potables. Cependant, d'après de nombreux experts, la raison principale du manque d'eau est la station de remplissage de Coca-Cola, qui capte chaque jour 1 million litres d'eau souterraine par jour à environ 2,5 km du centre de ville. Ce nombre correspond à 4,6 litres d'eau par habitant par jour. Ainsi, les habitants n'ont pas d'autre choix que d'acheter de l'eau en bouteille, principalement de la marque CIEL qui appartient à Coca Cola.

Pour analyser pourquoi Coca Cola est la boisson la plus populaire de San Cristóbal un canal de YouTube appelé Simplicissimus a interviewé Docteur James Page Pliego, un ethnomédecin de l'université de San Cristóbal. Selon lui, le coca s'est établi dans la culture du peuple indigène qui fait partie de 30 % des habitants de San Cristóbal. En fait, la boisson fait même partie d'anciens rituels mayas et est crue de guérir des maladies. Même dans les villages ruraux qui entourent San Cristóbal, le Coca est vendu dans chaque rue. Mais comment avons-nous pu en arriver là ? Presque dès que la fabrique de Coca Cola a été construite dans la ville, la compagnie a essayé de s'établir dans la vie quotidienne des indigènes par de nombreuses campagnes de marketing. Dans les pubs de Coca Cola, les personnes représentées ont été des indigènes portant des vêtements indigènes et parlent dans leur langue. Le fait que l'eau coûte plus cher que les boissons sucrées et ces publications font de Coca-Cola la boisson la plus populaire de San Cristóbal.

Clairement, cette consommation de boissons sucrées a un impact majeur sur la santé de la population de San Cristóbal. Les 4 maladies les plus communes ont toutes un lien avec la consommation du sucre et ces maladies, entre elles aussi le diabète, ont augmenté de 60% en 10 ans. Le risque de diabète chez les habitants est assez grand, évidemment à cause de la consommation de boissons sucrées, mais aussi à cause de leur constitution génétique, du développement et de la modernisation rapide de régions

indigènes. Ça veut dire que les corps des indigènes ne sont pas encore habitués à la consommation de sucre. Désormais, la plupart de la population reste de plus en plus indigène principalement parce qu'ils l'ont bu dès qu'ils étaient des enfants.

Jusqu'à maintenant, vous avez vu pourquoi Coca-Cola est si populaire à San Cristóbal. La recherche nous nous sommes demandé pourquoi la politique n'est pas



Cet homme est Vicente Fox, qui est devenu président du Mexique. Ça semble un peu suspect ? Oui, lors de son mandat, il a été le support financier de son ancien travail et on croit que cet homme a joué un rôle important dans la station de remplissage de Coca Cola. D'ailleurs, il a été accusé de taxer la santé et la vie des habitants.

Les critiques des médias, l'industrie de boissons sucrées et le gouvernement mexicain, a répondu avec une organisation qui a comme message de l'industrie que le message de l'industrie est le problème et pas leur critique et doit changer.

