

« Les préjugés ne soignent pas l'obésité » :

Novo Nordisk France lance une campagne de sensibilisation du grand public

Paris-La Défense, le 24 février 2022 – Qui a dit qu'il suffisait de faire du sport ? Qui a dit qu'il suffisait de faire un régime ? Qui a dit qu'il suffisait d'avoir de la volonté ? Les préjugés au sujet de l'obésité sont profondément ancrés et injustes.

A l'occasion de la journée mondiale de l'obésité, Novo Nordisk France lance une campagne de sensibilisation, afin de déconstruire ces préjugés source de stigmatisation. Et d'inviter chacun à s'interroger sur son propre regard sur l'obésité.



Qui a dit qu'il suffisait de faire un régime ?

Marie, 28 ans

Marie a eu une enfance douloureuse. Elle compense et se réfugie dans la nourriture jusqu'à un problème de santé grave qui a marqué son corps à vie. Malgré les régimes à répétition, elle compose toujours avec ses kilos en trop. Le préjugé du passé n'est pas réparé. C'est son histoire, elle la porte fièrement.

Nous remercions Marie pour son témoignage.

Pour en savoir plus :



Neuf personnes vivant avec l'obésité ont accepté de poser devant l'objectif du photographe Bertrand Perret et de se livrer. Dans une société obsédée par la minceur, ces neuf modèles ont en commun un vécu constitué d'expériences douloureuses et parsemé de discriminations liées à leur poids.

Avec cette campagne, Novo Nordisk souhaite faire comprendre que l'obésité est une maladie chronique multifactorielle. « Comme pour toute autre maladie, les personnes qui en sont atteintes ne l'ont pas choisi. Notre message est simple : les préjugés ne soignent pas l'obésité. Je suis très touché par les témoignages aussi émouvants et sincères des 9 modèles et ces images qui nous aident à porter un nouveau regard », déclare Etienne Tichit, Directeur Général de Novo Nordisk France.

« J'ai grandi dans une famille où la minceur et les corps sportifs étaient particulièrement valorisés. Avec ce projet photographique, j'ai eu envie de sortir des stéréotypes sur lesquels je m'étais construit en cherchant justement à mettre en valeur les corps en surpoids. En fait, aujourd'hui, quand je regarde un corps, j'ai l'impression qu'il est un témoignage vivant de la vie d'une personne... Comme si c'était une sculpture unique et rare façonnée par les événements et les étapes de la vie. Et c'est vrai de tout corps. Quand on regarde les êtres ainsi, chaque corps a une beauté singulière et touchante. » explique Bertrand Perret.

Un déploiement dans le métro parisien et sur le web

Les 9 affiches réalisées seront déployées du 28 février au 6 mars 2022 dans 300 emplacements du réseau des transports franciliens (stations de métro et de RER). Une façon de redonner une place dans l'espace public aux personnes en obésité.

Sur le site veritessurlepoids.fr, des témoignages écrits plus détaillés, des capsules vidéos filmées lors du shooting photo et des podcasts viendront compléter ce dispositif.

Tout au long du mois de mars, la campagne sera également relayée sur Facebook afin de sensibiliser plus largement, dans toute la France.



Qui a dit qu'il suffisait de porter du noir ?

Hamza, 37 ans
Hamza a une relation compliquée avec la nourriture depuis l'enfance. Ses parents ont toujours récompensé ses réussites en lui offrant des gâteaux, des bonbons. Les régimes à répétition et les opérations successives n'ont pas réglé son problème de poids qu'il dissimule sous des vêtements noirs. Il voudrait que l'équilibre alimentaire soit au cœur de l'éducation des enfants.

Nous remercions Hamza pour son témoignage.

Pour en savoir plus :



Changer la façon dont l'obésité est perçue

En France, 17 % de la population adulte est en situation d'obésité (16,7 % des hommes et 17,4 % des femmes) ; des chiffres en croissance, ainsi que le montre l'enquête épidémiologique nationale sur le surpoids et l'obésité pour la Ligue contre l'Obésité (étude ObEpi-Roche 2020¹). Les projections de l'OCDE indiquent que 21 % d'adultes pourraient être en situation d'obésité en France d'ici 2030².

Certains mécanismes de régulation du poids restent encore incompris³. De ce fait, la façon d'aborder l'obésité et sa prise en charge peuvent rester encore trop centrées sur le « manger moins - bouger plus » avec les représentations négatives et la culpabilisation qui vont avec. Parce que l'obésité n'est pas une question de volonté mais une question de santé, Novo Nordisk s'engage aux côtés des personnes en situation d'obésité.

¹ Etude Obepi 2020. <http://www.odoxa.fr/sondage/enquete-epidemiologique-nationale-sur-le-surpoids-et-lobesite/> - consulté le 21/02/2022

² OCDE. [Obesity update 2017](https://www.oecd.org/fr/obesity/) - consulté le 22/02/2022 (cf p. 6).

³ <https://www.inserm.fr/information-en-sante/dossiers-information/obesite> - consulté le 21/02/2022

Pour les aider à être en meilleure santé mais aussi à retrouver une place dans l'espace public et plus largement dans la société.

A propos de Bertrand Perret

Pour ce photographe professionnel, « la beauté est partout. Ce n'est qu'une question de point de vue et de regard porté sur les choses : qu'il s'agisse d'un paysage, d'une friche industrielle, d'un objet de design ou d'une personne. C'est bien sûr particulièrement vrai pour les personnes ». Avant de collaborer avec Novo Nordisk sur la campagne « Les préjugés ne soignent pas l'obésité », Bertrand Perret a travaillé sur un projet rendant hommage aux corps gros « sans exhibition ni fausse pudeur », avec l'intention qu'il puisse modifier le regard de la société sur les personnes qui vivent avec ces corps, c'est-à-dire les personnes en obésité ou en surpoids.

En savoir plus :

Exposition **Le corps gros # métamorphoses** présentée jusqu'au 12 mars à la bibliothèque du 1^{er} arrondissement de Lyon

www.lecorpsgros.com

www.facebook.com/lecorpsgros

Instagram : @lecorpsgros

A propos de Novo Nordisk

Novo Nordisk est une entreprise de santé internationale de 1^{er} plan, fondée en 1923, détenue par une fondation et dont le siège social est situé au Danemark. Notre mission est de conduire le changement pour vaincre le diabète et d'autres maladies chroniques graves telles que l'obésité ainsi que les troubles de la croissance et les pathologies hémorragiques rares (hémophilie, thrombasthénie de Glanzmann). Novo Nordisk emploie environ 48 000 personnes dans 80 pays et commercialise ses produits dans 168 pays.

Environ 300 collaborateurs (dont 2/3 sur le terrain) travaillent pour la filiale française de Novo Nordisk dont le siège est situé à Paris - La Défense. Le site de Chartres est spécialisé dans la production de cartouches et de flacons d'insuline, ainsi que dans l'assemblage et le conditionnement de stylos injecteurs pré-remplis. En 2022, de nouveaux investissements vont permettre l'installation d'un module dédié au conditionnement d'un médicament de la classe des analogues du GLP-1 (glucagon-like peptide-1) indiqué dans le diabète de type 2.

Avec environ 1200 salariés, le site de production chartrain de Novo Nordisk est le 1^{er} employeur privé en Eure et Loir. Chaque jour, plus de 8 millions de personnes diabétiques dans le monde bénéficient d'une insuline « Made in Chartres ».

Pour plus d'informations, visitez le site www.novonordisk.fr

Contact presse

Gisèle Calvache, Responsable communication externe, Novo Nordisk France

Tél. : 06 21 39 76 42 / gecv@novonordisk.com