

**BEWARE:** Sugary drink companies use many methods to get you to buy their products, including<sup>4</sup>:

- Cartoon mascots
- Celebrity endorsements
- Toys and giveaways
- Free samples
- Product placement in movies and on TV
- Promotions and deals with other brands and companies
- Corporate donations and sponsorships

**ATTENTION :** les fabricants de boissons sucrées utilisent de nombreuses méthodes afin de vous inciter à acheter leurs produits, notamment celles indiquées ci-dessous<sup>4</sup> :

- des personnages de dessins animés ;
- la promotion par une personnalité ;
- des jouets et des cadeaux ;
- des échantillons gratuits ;
- le placement de produits dans des films et à la télévision ;
- des promotions et des accords avec d'autres marques et d'autres entreprises ;
- des dons d'entreprise et des parrainages.

<sup>4</sup> Adapted from Healthy Eating Research. Recommendations for Responsible Food Marketing to Children. Minneapolis, MN: Healthy Eating Research; 2015.

What you can do:

**AVOID SUGARY DRINKS AND DO NOT SERVE THEM TO CHILDREN.** Drink and serve healthier beverages, like NYC tap water. It's tasty, free and good for you.

Ce que vous pouvez faire:

**ÉVITEZ LES BOISSONS SUCRÉES À TOUT ÂGE.** Buvez et servez des boissons plus saines, telles que l'eau du robinet de la ville de New York. Elle a bon goût, est gratuite et est bonne pour votre santé.



To find out more, go to [nyc.gov/health](http://nyc.gov/health) and search "drink water."

Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site [nyc.gov/health](http://nyc.gov/health) et recherchez « drink water » (buvez de l'eau).

**NYC**  
Health

# SUGARY DRINKS

## ARE MAKING NEW YORKERS SICK

## LES BOISSONS SUCRÉES

## RENDENT LES NEW-YORKAIS MALADES



02.18 - English/French

**NYC**  
Health



**SUGARY DRINKS** are linked to weight gain, cavities, heart disease and type 2 diabetes.<sup>1</sup>

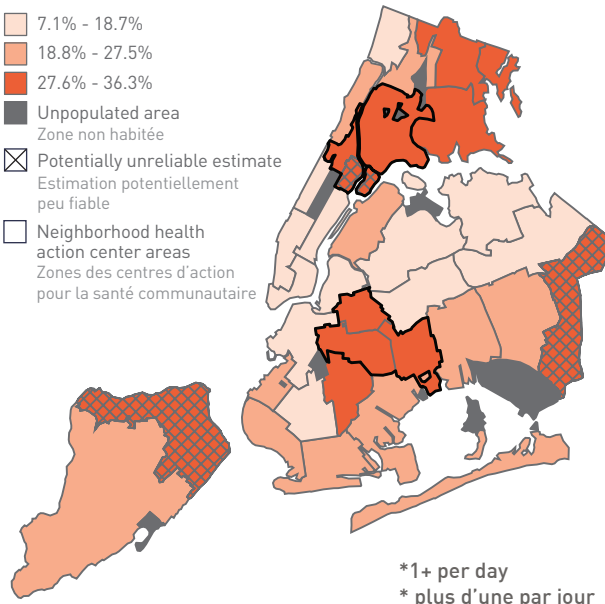
**LES BOISSONS SUCRÉES** sont responsables de problèmes de prise de poids, de caries, de maladies cardiaques et de diabète de type 2.<sup>1</sup>

**Sugary drink consumption\* is TOO HIGH and varies BY NEIGHBORHOOD.**<sup>2</sup>

La consommation de boissons sucrées\* est **TROP ÉLEVÉE** et varie **SELON LE QUARTIER.**<sup>2</sup>

**Sugary drink consumption by neighborhood**  
Consommation de boissons sucrées par quartier

- 7.1% - 18.7%
- 18.8% - 27.5%
- 27.6% - 36.3%
- Unpopulated area  
Zone non habitée
- Potentially unreliable estimate  
Estimation potentiellement peu fiable
- Neighborhood health action center areas  
Zones des centres d'action pour la santé communautaire



Beverage companies **AGGRESSIVELY ADVERTISE** unhealthy products.

Les entreprises qui fabriquent ces boissons **MÈNENT DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES AGRESSIVES** pour promouvoir des produits mauvais pour la santé.



In 2013, beverage companies spent **HUNDREDS OF MILLIONS OF DOLLARS** on sugary drink advertising.<sup>3</sup>

En 2013, les fabricants de boissons ont dépensé **DES CENTAINES DE MILLIONS DE DOLLARS** en publicité pour les boissons sucrées.<sup>3</sup>



Sources: / Sources :

1 Cut back on sugary drinks. Centers for Disease Control and Prevention website. <http://www.cdc.gov/nutrition/data-statistics/sugar-sweetened-beverages-intake.html>. Accessed March 3, 2017.  
 2 New York City Department of Health and Mental Hygiene. Epiquery: NYC Interactive Health Data System - Community Health Survey 2015. <http://nyc.gov/health/epiquery>.  
 3 Rudd Center for Food Policy and Obesity. Sugary Drink FACTS, 2014. <http://www.sugarydrinkfacts.org/> Accessed March 3, 2017.