



Une tribune de Gras Politique
27 novembre 2022

Paul.e x Novo Nordisk Un partenariat honteux

Le média Paul.e, anciennement Paulette, a annoncé le lancement de «*Body Gaze*», un cycle de conférences, de podcasts et de vidéos autour de la grossophobie et de l'obésité. Le premier "talk" annoncé aura lieu le 5 décembre à Paris et mettra autour de la table des personnes dites expertes de la question grosse.

Gras Politique s'indigne car le média omet de mentionner clairement son partenariat rémunéré avec le laboratoire pharmaceutique Novo Nordisk. Cette collaboration, à peine citée sur la billetterie de l'événement, détruit pourtant toutes les prétendues bonnes intentions affichées par le magazine.

L'événement fait partie intégrante de la stratégie de communication nauséabonde de Novo Nordisk autour de la molécule Ozempic. Ce dernier s'achète des cautions morales comme Queen Latifah aux USA, et finance des campagnes médiatiques pour s'adresser aux personnes grosses sous l'angle de l'acceptation et du mieux-vivre alors qu'il les considère toutes comme «*des malades de l'obésité*» à qui vendre des solutions prétendues amaigrissantes.

Gras Politique rappelle avec force que le terme d'obèse ou d'obésité est un terme médical et qu'il est basé sur le calcul raciste et dépassé de l'IMC.

L'entreprise s'était déjà distinguée en France avec une campagne de publicité dans les métros parisiens, début 2022, qui affichait que «*Les préjugés ne soignent pas l'obésité*».

Ne nous trompons pas, Novo Nordisk n'est pas un acteur de la lutte contre la grossophobie mais une entreprise, un laboratoire, aux ambitions strictement capitalistes, responsable du scandale de l'Ozempic. Novo Nordisk ne cherche pas le bonheur des gros.se.s, mais le portefeuille de patient.e.s de tous poids, persuadé.e.s de trouver enfin une réponse à leur quête effrénée de minceur. Ce n'est pas la première fois qu'un laboratoire nous promet une solution miracle au surpoids, on se rappelle encore de nos proches décédé.e.s suite au Mediator.

L'ozempic, ce médicament, prescrit et utilisé par les patients atteints d'un diabète de type 2, s'est érigé en tendance sur les réseaux sociaux et est détourné de son usage pour ses supposés bienfaits amincissants. Sa demande a grimpé de plus de 40%, faisant planer la menace d'une pénurie dramatique pour les personnes diabétiques sous traitement.

Son usage est aujourd'hui strictement pensé et testé pour le traitement du diabète, mais nous savons que le lobby pharmaceutique exerce une pression accrue sur les institutions censées protéger notre santé pour permettre leur prescription massive à des fins strictement amaigrissantes. Novo Nordisk cherche par tous les moyens, réseaux sociaux, campagnes d'affichages, publi-reportages à séduire la population grosse et se présente comme le nouveau guérisseur de l'obésité, déguisé sous les traits d'un prince charmant déconstruit.

Paul.e cache ce partenariat derrière un discours «body-positif» détaché de la réalité des personnes grosses. On se doute que la rédaction de Paul.e ne doit pas compter beaucoup de ces personnes obèses qu'elles aiment tant à décrire.

«La nouvelle génération de médecins travaille main dans la main avec ses patient-es pour innover et personnaliser le suivi, sans violence». «Fini l'obsession pour la taille 34 ! Il y a eu un switch dans l'importance des valeurs. Ce qui compte, aujourd'hui ? L'authenticité, l'inclusion, la diversité».

On rit jaune.

Ces «changements positifs» que les journalistes décrivent ne sont pas des réalités pour les personnes grosses qui restent stigmatisées, discriminées et opprimées, notamment dans le cadre médical.

Nous appelons notre communauté à interpeller la média Paulette pour qu'il cesse sa communication malhonnête et qu'il mette fin au partenariat avec un Novo Nordisk.

Nous appelons notre communauté à rester vigilante face aux solutions amaigrissantes "miracles" des laboratoires pharmaceutiques.

Nous exigeons des excuses de la part du média Paul.e pour son traitement grossophobe et hors sol des questions propres à la grossophobie médicale : vous ne remplirez pas vos caisses sur le dos des gros.se.s, trouvez ailleurs l'argent de la sponsoring honteuse qui vous lie à Novo Nordisk.

Nous exigeons que l'ARPP Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité se penche sur le sujet de la campagne mensongère et déloyale déployée par NOVO NORDISK afin de séduire des patient.e.s gros.se.s.

Nous appelons à la vigilance l'Ordre des médecins sur la participation d'une endocrinologue à la campagne organisée par Paul.e et payée par Novo Nordisk sans qu'aucune déclaration ne soit vérifiable auprès de la base de données Transparence de la Santé Publique.

**Nos vies valent mieux que leurs profits !
Nous ne voulons pas d'un nouveau mediator !**