

**Zeitschrift:** L'Émilie : magazine socio-culturelles  
**Herausgeber:** Association Femmes en Suisse et le Mouvement féministe  
**Band:** [93] (2005)  
**Heft:** 1493

**Artikel:** Inde : kilos en trop : de la sous-nutrition à l'obésité féminine  
**Autor:** Dussault, Andrée-Marie  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-282869>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.01.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Inde: kilos en trop

## De la sous-nutrition à l'obésité féminine

Les Etats-Unis n'ont plus le monopole de l'obésité; l'Inde est en voie de les rattraper à pas d'éléphant, tout en demeurant championne de la sous-alimentation. L'influence occidentale est pointée du doigt comme grande responsable et les premières victimes de cette épidémie moderne sont les Indiennes urbaines de 35 ans et plus. Un marché qui risque de rapporter gros?

ANDRÉE-MARIE DUSSAULT

Personne ne sera surpris d'apprendre que près de 25% de la population états-unienne est obèse; un rapide coup d'oeil panoramique au pays des formats jumbo suffit pour s'en convaincre. Or, le berceau de Coca-Cola et de MacDonal'd n'est pas seul à connaître une épidémie d'obésité puisque l'Inde voit une proportion de son milliard d'habitants engraisser presque à vue d'oeil. «Dans les métropoles, où l'influence occidentale est la plus puissante, plus d'un ado sur six connaît des problèmes de poids» relevait le Dr J. S. Rajkumar, médecin en chef au quotidien Indian Express, en septembre. Dans le même ordre d'idée, une étude conduite par le All India Institute of Medical Sciences à Delhi relevait que dans les grandes villes du nord du pays, pas moins de 50% des femmes et 40% des hommes âgé-e-s de 35 ans et plus ont plusieurs kilos en trop. Des statistiques étonnamment similaires à celles des cousins américains?

Pour des raisons encore peu étudiées, les Indiennes seraient en effet plus sujettes à l'excès de poids. Même si, globalement, leur problème alimentaire majeur demeure la sous-nutrition, d'après une enquête menée par le National Family Health Survey (NFHS) de 1998-99 dans l'état de l'Andhra Pradesh, quelque 12% des femmes ont été considérées en surpoids et 2% comme étant carrément obèses. Ces chiffres pèsent lourd pour un système de santé aux prises avec les problèmes lancinants que sont les maladies infectieuses et la sous-nutrition. D'autant que si la tendance se maintient, le nombre d'obèses est censé doubler tous les dix ans à en croire les prévisions de Joap Scidell, professeur de nutrition à la Free University d'Amsterdam. De quoi alarmer les autorités

publiques, surtout si l'on prend au sérieux les 300 000 morts annuelles aux Etats-Unis liées à l'obésité qui est d'ailleurs en voie de surpasser le tabagisme comme première cause évitable de cancer.

### Grignoter devant la télé

Pour expliquer ce phénomène récent, les chercheurs pointent du doigt la sédentarité, un régime alimentaire riche en calories vides, le temps passé devant la télévision (les femmes qui passent le plus grand nombre d'heures devant le petit écran se sont avérées plus rondes que les autres...) et l'accès aux appareils ménagers. Aujourd'hui, avec les gadgets électroniques, explique le Dr Shobha Kaul qui participait au NFHS, les ménagères utilisent la machine à laver, l'aspirateur et le micro-ondes pour effectuer en quelques minutes des tâches qu'elles accomplissaient manuellement en plusieurs heures. C'est pourquoi les femmes en milieu rural souffriraient peu d'excès de poids. Effectivement, laver les vêtements, frotter les planchers, allumer le feu, transporter l'eau sur de longues distances sont autant d'activités qui laissent peu de chances au gras de se stocker dans le corps. Du coup, les femmes en région urbaine ont plus de temps à disposition, ajoute le Dr Shobha Kaul; plusieurs d'entre elles le passent devant la télévision, le plus souvent en grignotant.

### Cancers et diabète montent en flèche

Pour le Dr Vasudevan Nampoothiri, directeur du Collège d'Ayurveda à Trivandrum, la capitale du Kerala, c'est sans l'ombre d'un doute que l'influence occidentale se fait sentir sur la santé des Indiennes dans son Etat. Notamment en

ce qui concerne la consommation d'alcool, de tabac et surtout, de fast-food. «Beaucoup de publicité leur est faite, affirme-t-il, et des problèmes présents dans les pays riches que l'on ne rencontrait pas ici il y a quelques années, comme l'obésité, la dépression et les troubles alimentaires, se manifestent de plus en plus, sans compter les cas de cancers et de diabète qui montent en flèche.» De la publicité leur est faite, certes. Cependant, l'environnement n'est pas encore totalement pavé de poisons alimentaires aux couleurs chatoyantes comme c'est le cas en Occident, mais pour combien de temps encore?

*«Dans les grandes villes du nord du pays, pas moins de 50% des femmes et 40% des hommes âgé-e-s de 35 ans et plus ont plusieurs kilos en trop»*

En attendant, la télévision se charge de promouvoir massivement les produits riches en sucres et en gras. Pour Margaret Carvalho, professeure d'histoire au collège St John de Britto depuis 15 ans, les enfants d'aujourd'hui sont plus gros que lorsqu'elle a commencé à travailler. Elle estime que les filles ont plus de problèmes de poids que les garçons, car si, comme eux, elles ont pris l'habitude de s'asseoir devant la télévision pendant des heures et de manger du junk-food, en revanche, elles sont absentes des terrains de jeux et de sports.»



DR ANDRÉE-MARIE DUSSAULT

## Nourriture de qualité: rare et chère

Jusqu'à maintenant, l'obésité était en Inde un «status symbol»; un signe d'opulence et d'aisance matérielle. La tendance risque cependant de se renverser d'ici quelques années comme cela a été le cas en Amérique. En effet, aujourd'hui, au pays des burgers, ce sont plutôt les riches qui sont minces et les pauvres qui sont gros. Paradoxal? Pas du tout, un dossier de l'hebdomadaire état-unien *Times*, paru l'automne dernier, démontrait comment les pauvres carburent aux aliments faibles en valeur nutritive et riches en fructose, qui sont devenus les produits de consommation les plus abordables pour les budgets modestes. Tandis que la nourriture de qualité, de plus en plus rare et nettement plus coûteuse, devient un luxe et l'apanage des plus aisés. Sans compter que les riches disposent généralement de plus de temps et d'argent pour faire leur demi-heure d'exercice physique quotidien. Par ailleurs, on s'en doute, le but des chaînes transnationales de fast-food, n'est pas de nourrir uniquement l'élite, mais de rendre leurs produits accessibles à un maximum de consommateur-trice-s. Qu'arrivera-t-il donc lorsque le seuil critique du nombre d'Indien-ne-s obèses sera atteint? Quand le taux de maladies cardiaques, d'hypertension, de diabètes, d'ostéoporose, de cancers et tous les autres problèmes sanitaires liés à l'excès de kilos seront devenus impossibles à gérer pour un système de santé publique déjà fragile? Et quand les sièges des voitures, des transports en commun et des salles de cinéma seront devenus trop étroits? Investira-t-on dans la prévention? Ou l'économie de la rondeur prendra son plein essor en Inde? •

## Le marché de la minceur gagne du poids

Le malheur des uns fait le bonheur des autres et devant le fléau que représente l'obésité, c'est le lucratif business de la minceur qui se frotte les mains. Comme si l'industrie de la bouffe et celle de la minceur avançaient main dans la main, la première soufflant à l'autre: «T'inquiète, je te fournis du boulot pour les décennies à venir?».

Vandana Luthra Curles and Curves (VLCC) est la première chaîne indienne de centres de beauté et de fitness pesant la somme rondelette de quelque 25 millions de dollars. En 1989, elle ouvrait son premier institut à New Delhi; aujourd'hui, elle en compte 73 dans 41 villes du pays. Et son succès semble sans limite; encore dernièrement, elle inaugurerait un nouveau centre à Trivandrum et un autre à Kalicut, tous deux dans l'état du Kérala, ancien bastion communiste. De nouveaux instituts sont aussi prévus à moyen terme, au Royaume-Uni et au Moyen-Orient. Talons plate-forme, jupe en jeans, cache-cœur cousu de perles et diamantée jusqu'aux dents, Ms Robina est gérante du centre VLCC à Ernakulam qui ouvrait ses portes en septembre dernier. Questionnée sur le profil de sa clientèle, elle nous répond que celle-ci est hétérogène, même si les femmes sont, bien sûr, un peu plus nombreuses, constituant plus de 60% des gens qui se présentent pour «perdre quelques centimètres» (de largeur). Mais cela ne saurait durer, car les hommes sont de plus en plus conscients de l'importance d'être bien dans leur corps pour l'être dans leur tête, souffle-t-elle. Sous-entendu, les Indiens aussi sont sous l'emprise du look à l'occidentale et ils ne tarderont pas à sortir leur portefeuille, eux aussi, du moins ceux qui pourront se le permettre, pour s'y conformer. Par ailleurs, toutes les classes sociales fréquentent VLCC, poursuit Ms Robina qui se défend de cibler les plus fortuné-e-s. Pourtant, à en juger par le luxueux décorum de VLCC; spacieux locaux aux planchers de marbre, parois vitrées et éclairage halogène, le tout climatisé, on jurerait que perdre quelques kilos chez VLCC n'est pas à la portée de la première vendeuse de légumes. Mais peu importe, car même si la clientèle potentielle de VLCC constitue 10 ou 15% de la population, 10 ou 15% d'un milliard d'âmes aspirant à être bien dans leur corps et dans leur tête, à grands frais suffisent largement à rendre les actionnaires heureux.