



Nutrition, activité physique, poids

VEILLE SCIENTIFIQUE

Décembre 2017, vol. 5, n° 3

Dans ce numéro

Étiquetage nutritionnel	1
Environnement alimentaire	2
Environnement socioculturel	4
Environnement bâti	4

Cette veille réalisée par l'équipe Nutrition, activité physique et problèmes reliés au poids (NAPP) est destinée en premier lieu aux acteurs du réseau de santé publique. Les publications scientifiques recensées sont choisies pour leur pertinence en regard de la promotion de la saine alimentation et du mode de vie physiquement actif, dans une perspective de prévention des problèmes reliés au poids et des maladies chroniques.

Étiquetage nutritionnel

La France recommande le Nutri-score comme système d'étiquetage nutritionnel

Contexte

En janvier 2016, le gouvernement français a prévu recommander un « système d'étiquetage synthétique, simple et accessible pour tous » à apposer sur la face visible des produits alimentaires dans le but de favoriser une saine alimentation. Le 31 octobre dernier, la France a signé un arrêté officialisant l'adoption du Nutri-score, un système d'étiquetage que les fabricants et les distributeurs peuvent appliquer de façon volontaire.

Objectif

Ce rapport, commandé par les pouvoirs publics français, vise à présenter les résultats de l'évaluation de quatre systèmes d'étiquetage. L'efficacité de ces systèmes d'étiquetage à améliorer le comportement d'achat des consommateurs a été évaluée dans des conditions réelles d'achat dans un échantillon de 60 supermarchés (10 par système et 20 magasins témoins). En complémentarité, une étude qualitative menée auprès des consommateurs a évalué la lisibilité, la compréhension et l'interprétation de ces quatre systèmes.

Qu'est-ce qu'on y apprend?

Par rapport aux trois autres systèmes d'étiquetage évalués, le Nutri-score est celui qui a le plus amélioré le score de qualité nutritionnelle des paniers, même pour les différentes catégories d'acheteurs et catégories de produits. D'ailleurs, il a aussi mieux performé chez les consommateurs qui achetaient les produits les moins coûteux.

Pour le test de compréhension, les consommateurs ont été significativement plus nombreux à classer adéquatement trois produits sélectionnés à l'aide du Nutri-score qu'à l'aide des autres systèmes. Le Nutri-score a aussi été considéré comme l'un des deux systèmes les plus visibles par les consommateurs. Ces résultats montrent que le Nutri-score est le système le plus performant sur plusieurs plans.

Complémentaire à l'affichage nutritionnel existant, le Nutri-score est apposé sur la face visible des produits alimentaires transformés selon un score obtenu pour 100 g de produit, calculé selon la teneur en nutriments favorables à la santé (fibres, protéines, présence de fruits, légumes, légumineuses ou noix) et défavorables à la santé si consommés en excès (énergie, sodium, gras saturés, sucres simples).



Plusieurs acteurs de l'industrie dont Danone, McCain et Leclerc adhèrent déjà au Nutri-score. Notons que les fabricants ou distributeurs qui décident d'adopter ce nouveau système doivent le faire pour l'ensemble de leurs produits.

Bien que le Nutri-score semble prometteur, la principale critique à son égard est que le calcul du score se base sur les nutriments et non sur la liste d'ingrédients. Ceci peut s'avérer problématique, notamment dans le cas des

édulcorants de synthèse qui ne sont pas pris en compte dans le calcul, mais qui peuvent potentiellement avoir des effets néfastes sur la santé. Toutefois, chaque système présente des avantages et des inconvénients. La France prévoit une évaluation de ce nouveau système dans trois ans.

[Ministère des Affaires sociales et de la Santé. \(2017\). Étiquetage nutritionnel simplifié : Rapport du comité de pilotage en conditions réelles d'achat. \[en ligne\]. France.](#)

Environnement alimentaire

Initiatives volontaires des restaurants rapides d'offrir des choix sains dans les menus pour enfants

Contexte

Depuis 2013, plusieurs grandes chaînes de restauration rapide aux États-Unis se sont engagées à offrir et à promouvoir des boissons et accompagnements plus sains dans leur menu pour enfants.

Objectif

L'objectif de cette étude était d'examiner l'implantation de ces initiatives volontaires. Les données ont été recueillies en 2010, 2013 et 2016 par le biais de la consultation de sites web, l'observation en magasin des panneaux d'affichage du menu et l'achat de repas pour enfants par des clients mystères. Les restaurants ayant pris des engagements étaient : McDonald, Burger King, Wendy's, Subway, Dairy Queen et KFC des États-Unis. Ce résumé se penche uniquement sur les résultats de l'offre de boissons.

Qu'est-ce qu'on y apprend?

En 2016, aucune chaîne de restauration rapide n'offrait des boissons en fontaine dans les menus de repas pour enfants sur leur site web. Par contre, près de 30 % des restaurants affichaient des boissons en fontaine sur leurs panneaux de menu pour enfants. Alors que la très grande majorité (82 à 84 %) des employés des McDonald, Burger King et Subway suggéraient des

boissons saines lors de la commande d'un repas pour enfants, dans moins de 10 % de l'ensemble des restaurants, c'était l'option par défaut.

En ce qui concerne l'offre de boissons malsaines, les employés de toutes les chaînes de restaurant offraient des boissons en fontaine ou malsaines avec les repas pour enfants. Les proportions variaient de 16 à 67 % des commandes selon les chaînes. Chez McDonald, Burger King et KFC, les employés offraient des boissons moins saines par défaut, notamment en donnant au client un verre à remplir à la fontaine.

Les auteurs concluent que les restaurants rapides se sont conformés partiellement aux engagements des initiatives volontaires notamment en augmentant l'accès à des options plus saines de boissons. Toutefois, la mise en œuvre des engagements semble à géométrie variable. Malheureusement, dans la grande majorité des cas, le choix sain n'était pas le choix par défaut. Ces résultats soulignent l'importance du suivi et de l'évaluation des initiatives volontaires.

[Harris, J., M. Hyary, N. Seymour et Y.-Y. Choi \(2017\). Are fast-food restaurants keeping their promises to offer healthier kids' meals?, Rudd Center for Food Policy and Obesity.](#)

Environnement alimentaire

Les incitations comportementales pour encourager la saine alimentation dans les restaurants

Contexte

Depuis plusieurs années, les chercheurs en psychologie et en économie ont étudié les incitations comportementales (nudge interventions). Il s'agit d'influencer les choix des personnes sans limiter les options qui s'offrent à eux et sans utiliser d'incitatifs économiques. On met à profit les biais cognitifs des individus afin d'orienter leur choix, sans créer de contraintes à ces choix. Ces stratégies peuvent s'ajouter aux stratégies qui limitent les choix (telles que l'adoption de lois, de règlements ou de politiques) ou à l'utilisation d'instruments économiques.

Objectif

Fondés sur une revue systématique des écrits sur les incitations comportementales, les auteurs proposent un cadre combinant plusieurs actions que les restaurateurs peuvent mettre en place afin de promouvoir et normaliser les choix alimentaires sains chez leurs clients. Ils proposent ce cadre de mesures volontaires, car ils observent que plusieurs gouvernements hésitent à adopter des mesures réglementaires pour favoriser la saine alimentation.

Qu'est-ce qu'on y apprend?

Le cadre proposé combine huit stratégies d'actions à combiner pour changer l'environnement alimentaire dans les restaurants.

- 1) Utiliser la lumière et des repères visuels pour mettre en valeur les choix plus sains
- 2) Reformuler les repas afin qu'au moins la moitié des repas offerts atteignent les cibles nutritionnelles recommandées (calories, sucres, sodium, gras saturés).
- 3) Réduire les portions des repas afin d'atteindre les cibles nutritionnelles
- 4) Utiliser des stratégies de prix pour rendre les choix santé plus attrayants (ex : moitié prix pour les portions réduites, ou limiter les promotions sur les formats géants)
- 5) Utiliser les pratiques de marketing (ex. : emballage ou nom du produit, jouets à l'achat, partenariat avec des célébrités) pour promouvoir les choix plus sains
- 6) S'assurer que les choix par défaut soient des choix santé (ex. : offrir du lait plutôt que des boissons sucrées pour un repas pour enfant, ou remplacer une fontaine de boissons sucrées par une fontaine d'eau aromatisée)
- 7) Utiliser les menus et d'autres outils d'information pour aider les clients à choisir les aliments plus sains
- 8) Placer les choix santé au niveau du regard et physiquement près du client

[Kraak, V.I., T. Englund, S. Misyak et E.L. Serrano \(2017\). A novel marketing mix and choice architecture framework to nudge restaurant customers toward healthy food](#)

[environnements to reduce obesity in the United States. Obesity Reviews, 18, 852-868.](#)

Environnement socioculturel

La publicité alimentaire destinée aux enfants au Canada

Contexte

Les environnements où les enfants grandissent sont déterminants pour leur santé présente et future. L'Organisation mondiale de la santé recommande de restreindre la publicité des aliments malsains dans ces environnements, puisqu'il est démontré que cette publicité a des répercussions sur leurs connaissances, leurs préférences et leurs comportements alimentaires.

Objectif

Cette revue analyse 25 articles portant sur la publicité alimentaire destinée aux enfants au Canada. L'auteur s'intéresse plus particulièrement à la composante « place », des 4P du marketing que sont le produit, la promotion, le prix et la place. En utilisant une approche centrée sur les milieux et les contextes de vie des enfants, la portée, la fréquence et le pouvoir des messages publicitaires qui leur sont destinés sont documentés. Il est tenu compte de l'influence, au Québec, de la Loi sur la protection du consommateur, de même que celle plus générale de l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinés aux enfants.

Qu'est-ce qu'on y apprend?

La recherche montre que les enfants et les jeunes de 2 à 17 ans sont exposés à la publicité alimentaire à la maison, dans les écoles et dans les supermarchés, notamment par le biais de la télévision, d'Internet et de l'emballage des produits. La culture alimentaire des enfants est d'autant plus façonnée par cette publicité qu'elle les expose, au fil du temps, à un cumul de

stratégies et de techniques (ex : promotion, commandites, personnages et célébrités, images de marque) qui se combinent dans les différents contextes de vie des enfants. La recherche démontre que les produits les moins sains font l'objet de stratégies publicitaires plus puissantes, en sorte qu'ils s'imprègnent davantage dans la mémoire des enfants.

Malgré l'Initiative canadienne pour la publicité sur les aliments et les boissons destinée aux enfants, ceux-ci continuent d'être exposés à une panoplie de stratégies publicitaires proposant des aliments malsains. Au Québec, la Loi sur la protection du consommateur a une influence limitée, mais positive, sur les publicités télévisées.

Les experts recommandent de se doter de mesures législatives et réglementaires vigoureuses, assorties de processus indépendants de surveillance et de sanctions en cas de non-conformité.

[Prowse, R. 2017. Publicité alimentaire destinée aux enfants: examen de la portée de l'exposition, du pouvoir et des répercussions selon le contexte. Agence de la santé publique du Canada.](#)

Environnement bâti

Concevoir un mode de vie sain : un appel à l'action de l'administrateur en chef de la santé publique du Canada

Contexte

Plusieurs mesures peuvent être mises en place pour améliorer la santé de la population canadienne, dont celles liées aux modifications de l'environnement physique¹. Toutefois, les liens entre les caractéristiques de l'environnement physique, les comportements des individus et la santé sont complexes.

¹ « L'environnement physique externe dans lequel on vit, travaille, étudie et se divertit. Il comprend les bâtiments, les routes, les réseaux de transport en commun, les parcs et les autres types

d'infrastructure. Il est lié à la manière dont nous concevons, planifions et construisons nos collectivités. »

Objectif

Le rapport a comme principal objectif de sensibiliser les Canadiens sur les mécanismes pouvant expliquer les liens entre les caractéristiques de l'environnement bâti, les modes de vie et la santé des populations (figure 1), en s'appuyant sur plus de 692 documents scientifiques.

Qu'est-ce qu'on y apprend?

Nous ne pouvons pas quantifier l'impact des caractéristiques de l'environnement physique sur la santé. Néanmoins, l'Agence de la santé publique du Canada affirme que les quartiers ayant des caractéristiques favorables à la santé entraînent généralement la population vers des modes de vie plus sains.

Ainsi, la densité, l'accessibilité à des destinations multiples, des sentiers, des pistes cyclables, des lieux de rencontre, des trottoirs et des espaces verts peuvent favoriser l'activité physique ou la santé mentale. Tandis que l'accès à des sources d'aliments sains telles que les supermarchés, les marchés publics et les jardins communautaires est lié à une saine alimentation.

Pour étendre le développement et la création d'environnements physiques sains dans l'ensemble du Canada, il est proposé d'adopter la perspective de « santé dans toutes les politiques » visant à prendre en compte les impacts sur la santé dans toutes les politiques publiques. L'adoption de cette perspective exige une approche multisectorielle et collaborative de la part des autorités responsables de la santé publique et de celles liées à l'aménagement du territoire.

Finalement, l'auteure invite les parties prenantes à adopter les 6 mesures suivantes dans le développement et la création d'environnement physique sain et sécuritaire :

1. Tenir compte de la santé des populations;
2. Éviter d'accentuer les iniquités en matière de santé;
3. Évaluer les effets sur la santé;
4. Renforcer les approches existantes, partager les leçons apprises et les pratiques exemplaires;
5. Collaborer en vue de la collecte de données normalisées et de la mobilisation des citoyens;
6. Innover pour faire en sorte que les choix santé deviennent les choix les plus faciles.

[Tam, T. \(2017\). Concevoir un mode de vie sain : Rapport de l'administrateur en chef de la santé publique sur l'état de la santé publique au Canada.](#)

Figure 1



Pour des questions ou des commentaires concernant cette veille scientifique ou pour être ajouté à la liste de distribution, veuillez contacter Chantal Blouin au : 418 650-5115 poste 5607 ou à chantal.blouin@inspq.qc.ca

Les numéros précédents sont disponibles sur le site de l'INSPQ à l'adresse suivante :
<https://www.inspq.qc.ca/pag/veille>

Cette veille est réalisée grâce à la participation financière du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS).

Veille scientifique

Nutrition, activité physique, poids

RÉDACTEURS

Chantal Blouin
Sarah Chaput
Annie Gauthier
Marie-Claude Paquette
Éric Robitaille

Équipe Nutrition, activité physique, poids
Unité Habitudes de vie
Direction du développement des individus et des communautés

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php>, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

© Gouvernement du Québec (2017)