

Atelier Parlons Bouffe du 22 octobre 2021

## **Qui fait nos choix alimentaires? L'impact des environnements alimentaires, environnements politiques et des déterminants sociaux sur les habitudes alimentaires**

*Présenté par Lana Vanderlee, Centre de recherche NUTRISS, INAF, École de nutrition, Université Laval*

Dans le cadre de la présentation, les concepts de choix, comportements et décisions ont d'abord été définis afin de mettre en lumière que les choix alimentaires se définissent par le pouvoir de choisir entre plusieurs possibilités. On suppose que les choix sont rationnels, planifiés et délibérés et que les choix alimentaires sont faits en fonction du goût, des propriétés « santé » associées, de l'aspect pratique, du prix, etc. De plus, on suppose que les choix alimentaires sont faits librement et que les individus peuvent, et devraient simplement faire de meilleurs choix. Toutefois, le fait de simplifier le concept des choix alimentaires tend à mettre l'accent sur la responsabilité individuelle et à favoriser la stigmatisation. Autrement dit, si les individus ne font pas des choix sains, cela s'explique par le fait qu'ils sont paresseux, qu'ils possèdent peu de connaissances en nutrition, etc. Cette façon de penser suggère que l'on doit intervenir au niveau de l'individu afin d'améliorer ses habitudes alimentaires. Mais lorsque l'on examine les habitudes alimentaires des Canadiennes et Canadiens, l'ampleur et la prévalence de la mauvaise qualité de l'alimentation montrent clairement qu'il ne s'agit pas d'un problème que nous pouvons attribuer uniquement de l'individu. Ce constat amène à penser qu'il s'avère nécessaire d'intervenir au niveau de la population.

L'environnement alimentaire regroupe plusieurs éléments dont la qualité des aliments et breuvages offerts, l'information nutritionnelle disponible ainsi que la commercialisation et la publicité faite à l'égard des aliments, et peut également influencer les habitudes alimentaires. À titre d'exemple, des données canadiennes indiquent qu'entre 2012 et 2016, près de la moitié des catégories d'aliments n'ont fait aucun progrès dans le but d'atteindre les cibles visées par Santé Canada en termes de sodium. De plus, la présence grandissante et omniprésente de la publicité faite à l'égard des aliments à la télévision et sur les médias sociaux amène à constater à quel point les gens sont exposés aux publicités. Mais pourquoi s'en fait-on avec les effets de la publicité à l'égard des aliments? En fait, ces publicités induisent des réponses physiologiques et psychologiques auprès des gens, par exemple, une réponse au niveau de la salivation, des pensées et envies fortes par rapport aux aliments publicisés, une augmentation de l'attention envers d'autres publicités, une diminution du scepticisme envers les publicités alimentaires et des perceptions émotionnelles et positives pour les produits en question. La publicité peut également influencer le comportement d'achat et les comportements alimentaires en amenant les gens à acheter des aliments de plus faible valeur nutritive et à consommer de plus grandes quantités d'aliments. D'un autre côté, environ 51% des Canadiennes et Canadiens utilisent le tableau de valeur nutritive « souvent » ou « la plupart du temps » malgré la présence de certaines limitations liées à son utilisation telles que la confusion quant aux pourcentages de la valeur nutritive et la difficulté avec la grosseur des portions. Peut-on vraiment s'attendre à ce qu'un individu fasse des choix « sains » dans un tel environnement?

Qui détient le pouvoir dans cette relation (et la responsabilité)? C'est à ce stade-ci que le concept des déterminants commerciaux de la santé a été présenté et défini par les « stratégies et approches utilisées par le secteur privé afin de promouvoir les produits et les choix nuisibles à la santé ». Ces déterminants contribuent à façonner l'environnement alimentaire et leur rôle semble majeur.

Des travaux dans lesquels Dre Vanderlee a été impliquée ont permis de développer un système de pointage pour les fournisseurs d'aliments et breuvages existants qui permet aux entreprises de montrer les changements apportés à divers niveaux, notamment la qualité nutritionnelle des aliments et la publicité faite à leur égard. Ce système de pointage permet également de comparer les engagements que prennent les entreprises par l'élaboration de politiques versus les changements réellement apportés par celles-ci en termes de la qualité nutritionnelle des aliments par exemple. Des données recueillies entre 2013-2017 permettent de constater qu'il n'existe aucune association entre les engagements que prennent les entreprises et les réels changements apportés pendant cette même période de temps. Ces résultats démontrent ainsi que les entreprises semblent vouloir faire mieux, mais leur volonté ne se traduit pas par des changements concrets dans l'environnement alimentaire. D'autre part, les entreprises ont recours à diverses tactiques afin d'influencer les politiques de santé publique, par exemple en finançant des groupes politiques et en développant et promouvant des politiques alternatives.

Par l'élaboration de la *Stratégie pour une saine alimentation*, Santé Canada s'engage, à travers diverses actions, à rendre l'option de manger mieux plus facile pour les Canadiennes et Canadiens. Par cette stratégie, Santé Canada s'engage par exemple à réviser le Guide alimentaire canadien, renforcer l'étiquetage nutritionnel et l'étiquetage des ingrédients, y compris les sucres et les colorants alimentaires, réduire le sodium dans les aliments, éliminer les gras trans fabriqués industriellement et limiter la publicité destinée aux enfants. Santé Canada s'engage également à faire preuve d'ouverture et de transparence, et à prendre des décisions fondées sur des données probantes. Pour remplir cet engagement, le Ministère fournit aux Canadiennes et Canadiens plus de renseignements que jamais et leur offre davantage d'occasions de participer à des discussions sur les politiques et les priorités du gouvernement. À cet égard, Santé Canada s'engage à faire preuve de transparence lors des occasions où les entreprises sont impliquées, en mettant à la disposition de la population les documents pertinents notamment.

Évidemment, au-delà des politiques alimentaires, les déterminants sociaux tels que l'accès économique aux aliments, la stabilité d'emploi, le stress et le soutien social peuvent influencer la facilité à manger sainement. Par ailleurs, on constate aussi des inégalités dans l'environnement alimentaire. Considérées globalement et en combinaison avec l'ensemble des déterminants sociaux, ces inégalités n'ont pas le même impact pour toutes et tous.

En résumé, les habitudes alimentaires des consommatrices et consommateurs sont principalement contraints par l'environnement alimentaire et les politiques sociales. Il importe d'inclure les déterminants sociaux de la santé sous-jacents dans le développement de politiques liées aux environnements alimentaires afin de tendre vers des changements significatifs en matière de saine alimentation auprès de la population en général. De plus, il s'avère essentiel de considérer des solutions qui favorisent les environnements alimentaires sains, mais également les environnements alimentaires durables.