

L'éducation nutritionnelle en magasin – une valeur ajoutée

Qu'est-ce que Faites provision de saine alimentation^{MC}?

Faites provision de saine alimentation^{MC} / Healthy Eating is in Store for YouTM est un projet commun sur la promotion de la santé à l'échelle nationale, financé par Santé Canada dans le cadre de la Stratégie nationale sur le diabète. Il a pour but d'aider les consommateurs à faire des choix éclairés en matière d'alimentation, grâce à un programme d'éducation proposé en magasin et à l'échelle communautaire, sur la façon de lire et de mettre en pratique l'information nutritionnelle qui apparaît sur les étiquettes des aliments emballés. Tel que l'annonce la *Gazette du Canada*, Partie II, cette information sera dorénavant normalisée, et les consommateurs auront sans doute besoin d'aide pour comprendre cette nouvelle réglementation.

Le projet **Faites provision de saine alimentation^{MC}** est coordonné en partenariat par l'Association canadienne du diabète et Les diététistes du Canada. Il cible les femmes adultes ayant une famille, les personnes âgées dont les revenus sont fixes et limités, les gens peu instruits et ceux qui sont prédisposés au diabète.

Faites provision de saine alimentation^{MC} insiste sur l'importance de lire les étiquettes lorsqu'il est question de bien s'alimenter, ainsi que sur quatre messages clés :

1. Apprendre à lire le tableau de valeur nutritive pour en tirer l'information pertinente.
2. Utiliser la valeur nutritive, la liste des ingrédients et les allégations sur la valeur nutritive pour faire de meilleurs choix alimentaires.
3. La valeur nutritive correspond à une quantité déterminée d'aliments – comparer cette quantité à celle qui est consommée.
4. Utiliser le pourcentage (%) de la valeur quotidienne pour savoir si un aliment contient beaucoup ou peu d'un nutriment particulier.



Faites provision de saine alimentation
Healthy Eating is in Store for You

www.faitesprovisiondesainealimentation.ca



COMITÉ NATIONAL CONSULTATIF

• Association canadienne d'économie familiale • Association canadienne de santé publique • Association des consommateurs du Canada
• Conseil canadien des aliments et de la nutrition • Conseil canadien des distributeurs en alimentation • Fondation des maladies du cœur du Canada – Programme Visez santé^{CC}
• Kraft Canada Inc. • Produits alimentaires et de consommation du Canada • Shop Smart Tours Inc.

© Association canadienne du diabète et Les diététistes du Canada, 2005. Reproduction autorisée.

Ce projet a-t-il l'appui de l'industrie des aliments au détail?

Le Conseil canadien des distributeurs en alimentation et les Fabricants de produits alimentaires et de consommation du Canada, qui font partie du Comité national consultatif qui pilote ce projet, ont tous deux offert leur soutien.

Les détaillants et les fabricants s'entendent pour dire qu'il est de leur responsabilité commune d'éduquer les consommateurs. Les détaillants transmettent de l'information nutritionnelle régulièrement à des clients qui viennent faire leurs courses par exemple deux fois par semaine, tandis que les fabricants le font par l'intermédiaire de brochures, de sites Web ou autres, pour aider ces mêmes clients à faire des choix alimentaires éclairés. Les ressources élaborées dans le cadre de ce projet sont prévues pour compléter et enrichir le travail d'éducation auquel se livrent déjà ces personnes.

L'éducation nutritionnelle en magasin... une valeur ajoutée pour les détaillants?

La nouvelle réglementation canadienne concernant l'étiquetage nutritionnel recommande que soient uniformisés la présentation et le contenu de la liste des éléments nutritifs que contient l'information nutritionnelle sur les étiquettes des aliments emballés. Elle rendra donc un grand service aux consommateurs, mais il faut veiller à ce que tout soit bien compris. Vous trouverez dans le présent document des suggestions sur la façon de participer au projet et d'ainsi mieux servir vos clients, tout en veillant à vos intérêts.

La recherche montre la popularité grandissante, ces dernières années, des programmes d'éducation en matière de nutrition que les détaillants offrent sur place. Dans environ soixante-dix pour cent des cas, les décisions d'achat sont prises en magasin. Les détaillants sont donc bien placés pour à la fois éduquer les consommateurs et influencer les choix de ces derniers. Le sondage Nutrition : évolution et tendances 2001, de l'Institut national de la nutrition, a montré que seulement un pour cent des répondants ne lisent jamais les étiquettes.

En s'associant à des diététistes et à des conseillers en économie familiale, les détaillants peuvent promouvoir de bonnes habitudes alimentaires, par exemple par des programmes d'éducation à proposer en magasin sur l'étiquetage nutritionnel. Lisez ce qui suit pour savoir comment de tels programmes peuvent constituer une valeur ajoutée pour les détaillants et rehausser leur image de marque.

Qu'en disent les détaillants participants?

Voici ce qu'ont à dire les détaillants sur les programmes d'éducation en magasin auxquels

ils ont directement participé, preuve que ce genre d'éducation n'est pas sans valeur...

1. Ils renforcent notre image au sein de la communauté

« Pour nous, chez Market Fresh, les visites en magasin sont très précieuses. Elles renforcent notre image de marque au sein de la communauté. Nous pensons que le message de saine alimentation est très important auprès des enfants. Market Fresh envoie des lettres dans les écoles pour les inviter à prendre part à nos visites. Les enfants y trouvent toujours beaucoup de plaisir et en ressortent avec plein d'information intéressante sur les aliments. On leur remet un petit sac santé, ainsi qu'un coupon valable pour une laitue pommée. L'intérêt des enfants et le coupon font que les parents reviennent. » - Randy Meltzer, nutritionniste, Market Fresh

2. Ils offrent des services à valeur ajoutée aux consommateurs

« C'est vraiment par des services à valeur ajoutée, tels que des cours de cuisine santé, des séances de planification de repas, des visites thématiques sur l'étiquetage nutritionnel offertes aux participants de programmes d'amaigrissement, que Sobeys contribue activement au bien-être des gens au sein de la communauté. » - Pam Harris, coordonnatrice de la salle communautaire (Community Room), Sobeys, Charlottetown, Î.-P.-É.

3. Les consommateurs attendent de l'aide des détaillants

« Cinquante à soixante pour cent des décisions d'achat se prennent en magasin. C'est donc là principalement qu'il faut éduquer les consommateurs et les aider à faire des choix éclairés, d'autant plus qu'ils ont confiance en l'information que leur donnent les détaillants. » - Toby Oswald, vice-président, relations publiques et affaires gouvernementales, Canada Safeway Limited

4. Ils permettent de tisser de bonnes relations avec les clients

« Les diététistes professionnels, dans les épicerie, sont là pour promouvoir la santé auprès des familles dans les différentes communautés. Éduquer les enfants aujourd'hui, c'est garantir de bonnes relations avec nos clients pour l'avenir. » - Joe Fiander, vice-président, Sobeys Maritimes, Stellarton, N.-É.

5. Ils rassurent les consommateurs et les encouragent à revenir

« La demande en aliments de spécialité pour des régimes particuliers augmente chaque jour. Qu'un diététiste professionnel soit sur place, en magasin, rassure le consommateur quant au choix de bons aliments. » - Chef Irwin MacKinnon, Charlottetown, Î.-P.-É.

6. Ils remplissent leur objectif d'éduquer les consommateurs

Laura Kalina fait partie de l'équipe Shop Smart™ qui propose des visites en magasin dans l'Ouest du Canada. Selon ses recherches, les programmes de visites guidées en magasin amènerait une augmentation de 33,3 % dans la lecture des étiquettes.

7. Encourage les consommateurs à faire des choix alimentaires éclairés

Une étude, s'appuyant sur les visites guidées Shop Smart organisées à l'intention des enfants par le Overwaitea Food Group, confirme que les enfants se laissent tenter par des aliments nouveaux lors des visites; preuve est que ces visites encourage l'adoption de saines habitudes alimentaires.

Qu'en pensent les consommateurs?

Commentaires de clients ayant assisté à une visite Shop Smart :

« On finit par acheter toujours les mêmes choses, comme si on avait des œillères. La visite, ça m'a aidé à trouver de nouvelles idées pour bien m'alimenter quand je n'ai pas beaucoup de temps, plutôt que de me tourner vers des plats-minute. »

« Ce n'est pas évident d'essayer d'acheter de la nourriture saine pour toute la famille. Avant, je ne savais pas ce qu'il était important de lire sur les étiquettes. Ça a changé maintenant depuis la visite. Là j'ai vraiment appris à les lire. »

« J'ai pris conscience que je ne mangeais pas assez de fruits et de légumes. Je peux vous dire que ça va changer. »

Vous voulez promouvoir un tel projet? Voici comment vous y prendre...

ÉTAPE 1. Faites appel à un diététiste, ou à un éducateur en santé communautaire qui soit déjà bien au courant du projet. Ce sont ces personnes, véritablement, qui vous donneront accès à toutes les ressources dont vous avez besoin. Ils vous aiguilleront vers tout ce que vous pouvez faire en magasin.

Si vous comptez déjà parmi votre personnel un diététiste ou un conseiller en économie familiale, vous avez d'emblée plusieurs façons de transmettre l'information sur l'étiquetage nutritionnel : visites en magasin, événements éducatifs, communiqués et sites Web.

Pour trouver un diététiste dans votre quartier qui soit déjà au courant du projet, visitez le site des Diététistes du Canada, à www.dietetistes.ca, et cliquez sur la rubrique Trouvez un(e) diététiste.

Vous pouvez également joindre le service de santé publique ou, au Québec, la Direction de la santé publique (à la Régie régionale de la santé et des services sociaux)

pour trouver un diététiste ou un nutritionniste en santé communautaire. Ce sont là des) personnes-ressources précieuses.

ÉTAPE 2. Apprenez davantage sur l'étiquetage nutritionnel.

Les détaillants seront informés en détail du projet par le Conseil canadien des distributeurs en alimentation et la Fédération canadienne des épiciers indépendants, soit par des bulletins d'information, soit par des conférences.

Des articles traitant de [Faites provision de saine alimentation^{MC}](#) paraîtront également dans les revues spécialisées destinées aux commerces d'épicerie.

Visitez le site Web de [Faites provision de saine alimentation^{MC}](#), à www.healthyeatinginstore.ca, pour être informé des dernières nouvelles concernant ce projet, à l'échelle nationale.

ÉTAPE 3. N'hésitez pas à télécharger des ressources à partir du site Web de [Faites provision de saine alimentation^{MC}](#) à www.healthyeatinginstore.ca. Elles pourront vous servir pour vos circulaires.

Qui joindre pour de plus amples informations?

Les diététistes du Canada, à centralinfo@dietitians.ca.

L'Association canadienne du diabète, à info@diabetes.ca.