



## Dossier de presse

**Présentation du label D-Li vert**  
Conférence de presse du 27 janvier 2009



## Sommaire

- Programme
- Liste des intervenants
- Communiqué de presse
- Support de présentation
- Documents de présentation du label
- Références scientifiques
- Logos et images
- Références et liens internet



## Programme

- 10h00 – Accueil et mot de bienvenue
- 10h05 – Présentations
- 10h30 – Remise du diplôme au premier restaurateur labellisé
- 10h35 – Séance de questions
- 11h00 – Fin



## Liste des intervenants

- **M. le Conseiller d'Etat Thomas Burgener**, Président de Fourchette verte suisse
- **Mme Alexia Fournier Fall**, Responsable de projet
- **Mme Pascale Mühlemann**, Directrice de la Société Suisse de Nutrition
- **M. Francesco Desogus**, Restaurant Chick'n'more à Martigny, le premier restaurateur ayant obtenu le label D-li vert



## Communiqué de presse : Le fast food sain existe enfin !

Fourchette Verte et la Société Suisse de Nutrition lancent le label D-li vert, décerné aux fast-foods et toute autre structure offrant des menus à l'emporter équilibrés. Les cantons de Vaud, Valais et Fribourg sont concernés en priorité puis le projet sera étendu au reste des cantons latins et enfin à l'ensemble du pays. La campagne de pub basée sur un connected marketing innovant et un mix communication assez large (online viral/ word of mouth/ buzz/ etc) s'adresse à un cœur de cible jeune (16-24 ans).

### Des chiffres inquiétants

- 37% des adultes et environ 20% des enfants suisses ont une surcharge pondérale
- 20% des jeunes de 15 à 24 ans consomment des repas rapides plus de deux fois par semaine
- Les repas rapides sont rarement équilibrés et, consommés souvent, ils contribuent au développement d'une surcharge pondérale

Ces chiffres clés ressortent du dernier rapport sur nos habitudes alimentaires publié par l'Office fédéral de la santé publique. Ces tendances sont à la hausse.

### En cause

Les changements de conditions de vie dans notre société incitent à la fréquentation des établissements fast-foods et à la consommation des repas «sur le pouce». Le chemin vers l'école et le travail est en effet plus long, la pause de midi souvent réduite et les structures familiales modifiées.

### D-li vert, un label pour fast-foods sains

Entre le burger dégoulinant de gras et la feuille de salade façon caoutchouc, il y a un (autre) monde : D-li vert, le label des menus frais, colorés, équilibrés, délicieux et pas chers. Décerné aux restaurants, fast-foods et take away qui proposent des plats rapides correspondant à des critères spécifiques, ce label répond à l'attente d'un public, des filles mais aussi des garçons, attentifs à leur image et à leur alimentation.

Ce projet est soutenu par la Conférence Latine de Affaires Sanitaires et Sociales, Promotion Santé Suisse et la Fondation SV.

### L'univers D-li vert : fun, style & glam

Daily, deli, délit ou délicieux qui sait... vert pour rappeler la fourchette de la même couleur qui porte le projet en collaboration avec la Société Suisse de Nutrition. La communication parle d'abord aux jeunes. L'idée n'est pas d'imposer un message publicitaire ni une injonction (on n'est pas dans du marketing interruptif) mais de proposer un contenu à valeur ajoutée (permission marketing) : tout un univers a été spécialement créé pour permettre aux jeunes de partager, d'échanger, de se retrouver. Ici pas d'interdit plutôt un état d'esprit, une attitude fun, jeune et stylée, glam et sexy.

### Contact presse

Alexia Fournier Fall 079 244 07 29 / [alexiafournier@d-livert.ch](mailto:alexiafournier@d-livert.ch) [www.d-livert.ch](http://www.d-livert.ch)

menu

D-li  
vert 

miam



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione



# Lancement du label D-li vert

Conférence de presse du 27 janvier 2009



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione



# Le contexte D-li vert

Thomas Burgener,  
Président de Fourchette verte suisse



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione

# Des faits parlants



- En 20 ans, en Europe, la prévalence du surpoids / obésité a triplé
- 37% des adultes et environ 20% des enfants suisses sont en surcharge pondérale
- 20% environ des jeunes de 15 à 24 ans consomment des repas rapides plus de 2 fois par semaine
- Les repas rapides sont souvent peu équilibrés => facteur de développement du surpoids
- Les fast-foods et la malbouffe sont pointés du doigt par les médias

# Conséquences à terme



- Mauvaise image sur l'ensemble de la restauration rapide
- Impact négatif sur le chiffre d'affaire des restaurateurs

⇒ **Le label D-li vert, un label d'avenir**

# Une vision



- Offrir aux adolescents et aux jeunes la possibilité de choisir un menu équilibré, délicieux, à un prix raisonnable
- Décerner un label santé aux restaurateurs / grands distributeurs proposant des plats à l'emporter correspondant aux critères D-li vert
- Répondre à l'attente d'un public de jeunes attentifs à leur image et à leur alimentation
- Permettre aux clients d'identifier des menus à l'emporter bons pour la santé grâce à un label reconnaissable
- Permettre aux jeunes de consolider des habitudes alimentaires saines acquises lors du passage à l'école obligatoire

# Différents partenaires reconnus



- Projet développé par Fourchette Verte Suisse en collaboration avec la Société Suisse de Nutrition
- Soutien financier octroyé par la Conférence Latine des Affaires Sanitaires et Sociales, la Fondation SV et Promotion Santé Suisse
  - ⇒ **Une certification des acteurs de la promotion de la santé**
  - ⇒ **Un nouveau label de Fourchette verte suisse**



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione



# Le label D-li vert

Alexia Fournier Fall,  
Responsable de projet



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione

# Un nom... des significations



- Daily, Food delivery ou délicieux...
- Vert pour le lien avec la fourchette de la même couleur qui porte le projet...

# Une démarche par étapes



- 2004 – 2006: 1ère phase en Suisse allemande (Société Suisse de Nutrition + Office fédéral de la santé publique), développement de la base scientifique
- 2007 – 2009: 2ème phase en Suisse latine (Fourchette Verte Suisse), dans les cantons de FR – VD – VS (démarchage en cours)
- Dès 2009: extension aux autres cantons latins intéressés
- Par la suite: extension aux cantons alémaniques intéressés

# Les établissements concernés



- Restaurants publics proposant des plats à l'emporter
- Restaurants de collectivité ou restaurants scolaires offrant une restauration rapide / sandwicherie
- Les fast-foods, take away, kebabs
- Les boulangeries / tea-rooms
- Les grands distributeurs ayant un rayon / secteur take away

# Avantages du label D-li vert



- De la visibilité
  - ⇒ Relations presse (émission TV / radio, presse rédactionnelle)
  - ⇒ Mesures de communication (affichage, print, événements viral / buzz...)
  - ⇒ référencement sur [www.d-livert.ch](http://www.d-livert.ch)
- Plus de clients
  - ⇒ Diversification de l'offre, réponse à une demande
  - ⇒ Clientèle supplémentaire (personnes soucieuses de leur alimentation)
- Plus de notoriété
  - ⇒ Label synonyme de qualité sur le long terme (procédure de labellisation + contrôle)
  - ⇒ Label estampillé par des institutions reconnues en matière de promotion de la santé (cantons, SSN, PSS...)

# Démarche pour la labellisation



- Dossier de demande de label (informations sur l'établissement et descriptif des menus proposés)
- Evaluation par une diététicienne D-li vert des menus proposés par le restaurateur (au besoin, soutien aux restaurateurs dans l'élaboration de l'offre)
- Validation du dossier par D-Li vert
- Octroi du label
- Contrôle par des mandataires D-li vert, notamment pour permettre le renouvellement annuel du label



# Les critères D-li vert

Pascale Mühlemann,  
Directrice de la Société Suisse de Nutrition



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione

# Une restauration rapide équilibrée ?



- Tout aliment peut être constitutif d'une alimentation équilibrée s'il est consommé de manière appropriée
  - L'offre de restauration rapide est extrêmement large et de qualité nutritionnelle diverse
  - La restauration rapide comprend souvent des aliments à haute teneur énergétique, des boissons sucrées, des portions de plus en plus grandes
  - La fréquence de consommation joue un rôle important
  - Les changements de conditions de vie et la mobilité grandissante au sein de notre société incitent à la consommation de repas sur le pouce
- ⇒ **Il est impératif d'améliorer l'offre de restauration rapide délicieuse, équilibrée et vendue à un prix avantageux**

# Les critères de labellisation



- Label lié à un menu et non à toute l'offre
  - Repas complet (menu + boisson)
  - Prix attractif (prix moyen de la gamme)
  - Coût du label: 100 CHF + 1 CHF par place assise (annuel)
  - Respect de critères nutritionnels élaborés par des diététiciennes Fourchette Verte et la Société Suisse de Nutrition
  - Quelques recommandations non obligatoires
- ⇒ **Des critères adaptés à la restauration rapide et aux besoins des consommateurs (16-24 ans essentiellement)**

# Les critères nutritionnels



- Boissons: eaux, eaux aromatisées (max 3% de sucre), jus de fruits / légumes, smoothies
- Fruits / légumes: 120 g minimum
- Viande / poisson (max 120g), fromage (max 60g), légumineuses (150 g, cuites), œufs (2)
- Farineux (pain, riz, pommes de terre, pâtes...): à discrétion
- Graisses / huiles selon recommandations SSN et FV
- 1 met gras admis (ex. frites, mayonnaise, charcuterie avec apport en lipides < 15g portion)



# Le premier restaurateur labellisé

Francesco Desogus,  
Restaurant Chick'n'more, Martigny



**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

**SV** foundatiOn



**SGE** Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**SSN** Société Suisse de Nutrition  
**SSN** Società Svizzera di Nutrizione

# Contact



Alexia Fournier Fall  
Responsable du projet  
Ligues de la santé  
Av. de Provence 12  
1007 Lausanne  
021/ 623.37.90  
079/ 244.07.29  
**[alexiafournier@d-livert.ch](mailto:alexiafournier@d-livert.ch)**



## Présentation du label

### **Le label D-li vert, un label d'avenir**

#### ***Une vision***

L'objectif de ce label est d'offrir aux adolescents et aux jeunes la possibilité de choisir un menu équilibré, bon et à un prix raisonnable. Décerné aux restaurants, fast-food et take away qui proposent des plats rapides correspondant à des critères spécifiques, ce label répond à l'attente d'un public jeune, attentif à son image et à son alimentation. Il leur permettra de mieux identifier les menus qu'ils recherchent. Sachant que les jeunes consolident les habitudes en matière d'alimentation équilibrée acquises lors de leur passage au niveau des écoles obligatoires et post-obligatoires, il est important de les aiguiller le plus possible vers des menus sains.

#### ***Un label pour fast-foods sains***

Les établissements qui peuvent faire une demande de labellisation sont :

- les restaurants publics proposant des plats rapides
- les restaurants de collectivité ou restaurants scolaires offrant une restauration rapide / sandwicherie
- les fast-foods, take-a-way, kebabs
- les boulangeries, tea-rooms

#### ***La genèse et les partenaires du projet***

Développé dans une première phase en Suisse allemande par la Société Suisse de Nutrition et l'Office fédéral de la santé publique, ce projet est maintenant porté par Fourchette verte suisse en collaboration avec la Société Suisse de Nutrition. Il est soutenu par la Conférence Latine des Affaires Sanitaires et Sociales, la Fondation SV et Promotion Santé Suisse.

1<sup>ère</sup> phase jusqu'en 2009 : cantons concernés prioritairement : VD – FR – VS. Extension aux autres cantons dès 2009.

## **Les critères de labellisation**

Pour obtenir le label D-li vert, les menus doivent répondre à différents critères :

- Le label est lié à un ou plusieurs menus mais pas à toute l'offre.
- Le menu comprend une boisson.
- Le prix du menu doit être attractif et inférieur à l'achat d'un plat et d'une boisson pris séparément (le prix du menu labellisé se situe dans les prix moyens de la gamme).
- Le label est payant : Fr. 100.- et Fr.1.- par place assise, payables annuellement.
- L'offre doit respecter les critères nutritionnels de D-li vert

### ***Les critères nutritionnels***

- Boissons : eaux (avec/ sans gaz), eaux aromatisées (jusqu'à 3% de sucre), jus de fruits/légumes, smoothies. Boissons light non admises.
- Fruits/légumes : 120g minimum
- Farineux (pain, riz, pâtes, pommes de terre, céréales) : à discrétion
- Viande/poisson/fromage/légumineuses/œufs : au maximum 120 g pour la viande et le poisson, 60 g pour le fromage, 2 œufs ou 150 g de légumineuses cuites (lentilles, pois chiches, etc)\*.
- Graisses/huiles : utilisation de graisses / huiles avec un profil équilibré en acides gras 5 g minimum\*.
- Mets gras : un mets gras est admis pour un apport en lipides inférieur à 15 g/ portion (exemple : frites, mayonnaise, charcuterie etc.).

\*Selon les recommandations de Fourchette Verte et de la Société Suisse de Nutrition

### ***Les recommandations***

- Les produits sont de saison et de proximité.
- Les farineux sont de préférence complets.
- Les modes de préparation préservent les vitamines et les sels minéraux.
- L'apport de sel dans la cuisine est modéré.
- La présentation du menu est attractive.
- Les emballages sont recyclables.
- Le tri des déchets est réalisé.

## **Les avantages du label D-li vert pour les restaurateurs**

### ***Plus de visibilité***

Ils bénéficient de :

- une page personnalisée sur le site Internet D-li vert. Plus qu'un simple lien, leur établissement est référencé par genre, par lieu et par différents critères de recherche. Un plan sur Google map permet aux clients de se repérer directement ;

- des mesures de communication. Chaque année, le budget marketing D-li vert planifie des actions publicitaires à plusieurs niveaux (affichage/print/ événements/ viral/buzz etc) qui soutiennent activement le label et les restaurateurs qui y adhèrent ;
- des relations presse. Le plan média D-li vert prévoit des émissions de télé/ radio, du rédactionnel presse renforçant là encore la présence auprès du public.

### **Plus de clients**

En effet, proposer des menus D-li vert, leur permet de diversifier leur offre et de répondre à une demande en forte croissance. Soutenue par le plan de communication, leur nouvelle carte attirera une clientèle supplémentaire – les personnes soucieuses de leur alimentation – générant ainsi du chiffre d'affaires.

### **Plus de notoriété**

Soutenu par des institutions reconnues en matière de prévention et de promotion de la santé, notamment dans le domaine de l'alimentation, D-li vert est synonyme de qualité. La procédure de labellisation et le suivi en sont garants sur le long terme. Pour leurs clients, c'est l'assurance de se voir proposer des menus équilibrés de qualité. Pour les restaurateurs, c'est l'assurance de les voir revenir. Sur ces bases, le processus de fidélisation s'opère plus facilement.

## **Une campagne de communication d'envergure**

Après une mise à concours entre plusieurs agences, l'atelier du BLVDR de Genève a remporté le mandat et a été chargé par Fourchette verte suisse d'élaborer une stratégie de communication et une campagne d'actions publicitaires.

La stratégie de communication a dû intégrer deux éléments importants et relativement contraignants :

### 1. Le contexte

- L'environnement familial, la société et les modes de vie interviennent dans les comportements alimentaires.
- Les perceptions et les représentations diffèrent entre filles et garçons. Norme pour les filles : la minceur. Norme pour les garçons : le muscle. Les uns et les autres considèrent par contre l'obésité comme un problème esthétique et social.
- La surmédiatisation du problème de surcharge pondérale

### 2. Les critères de labellisation

Le cœur de cible (16-24 ans) est spécifique non seulement parce qu'il a un rapport différencié à l'alimentation, mais aussi parce qu'il fait partie des *digital natives* qui maîtrisent de mieux en mieux les techniques de création numérique. Il est donc illusoire de l'atteindre avec les outils de publicité classique. C'est pourquoi la campagne D-li vert cherche à établir une connivence relationnelle avec son public (agree-tising).

### ***L'agree-tising version D-li vert***

Dans cette perspective, la campagne vise à :

- s'adresser à chacun des individus de la cible
- le distraire
- le faire interagir
- tenir compte de ses choix

La communication doit être aussi intéressante, impactante ou divertissante qu'un jeu vidéo ou qu'une série TV.

L'idée n'est pas d'imposer un message publicitaire compte tenu de la spécificité de la cible (marketing interruptif) mais de proposer un contenu à valeur ajoutée (permission marketing) : un label jeune et stylé, qui propose un langage différent. On est dans du branded content et on vise à obtenir l'adhésion des jeunes en les englobant dans le concept stratégique.

La stratégie de communication est principalement hors-média avec un axe relationnel fort/ word of mouth (Internet/ buzz/ viral/ contact direct).



## Références scientifiques

## Résumé

Dans le cadre du présent rapport, le terme *fast food* désigne des repas standardisés, offerts à choix limité, prêts à consommer et rapidement préparés. Cette définition exclut sciemment tout jugement qualitatif sur la restauration rapide dans la mesure où cette dernière ne saurait être saine ou malsaine par nature. La *Société Suisse de Nutrition* parle donc plutôt d'*habitudes alimentaires* saines ou malsaines, soulignant ainsi que tout aliment peut, conformément aux principes de la pyramide alimentaire, représenter un élément parmi d'autres d'une alimentation équilibrée pour autant qu'il soit consommé en quantité appropriée. C'est la raison pour laquelle le rapport utilise les termes synonymes de « repas rapides » ou « offre de restauration rapide ».

Le but du rapport consiste à présenter l'état actuel des connaissances disponibles sur les conséquences pour la santé des jeunes d'une consommation régulière de repas rapides. Fort de ces connaissances, nous proposons dans un deuxième temps des mesures destinées à contribuer à long terme à améliorer le comportement alimentaire de ce groupe de population.

Les repas rapides ont mauvaise réputation. Or, d'un point de vue scientifique, qualifier arbitrairement ces repas de malsains n'est pas approprié dans la mesure où l'offre dans ce domaine est très large et où la qualité des différents produits est très variable du point de vue nutritionnel. Un *hamburger* classique contient environ 1.1 MJ ou 265 kcal par portion et, considéré isolément, offre une teneur en protéines légèrement trop élevée, une répartition énergétique assez équilibrée. 21% de l'énergie proviennent des protéines, 35% des matières grasses et 45% des glucides. Cependant, ce qui est important, c'est de savoir avec quel accompagnement ces repas rapides sont consommés (frites contre salade; coca contre eau minérale; glace contre fruit, etc.). Dans certaines offres de restauration rapide, on constate en outre que le profil nutritionnel d'un même met peut varier considérablement selon la recette et le mode de préparation. Dans notre rapport, nous illustrons ce propos avec l'exemple de la *Pizza Margherita* : dans un cas (qui correspond sans doute à la moyenne des *Pizza Margherita*), le produit contient 1.0 MJ ou 230 kcal et 6 g de matière grasse par portion, dans l'autre 3.6 MJ ou 850 kcal et 39 g de matière grasse ! Faute de données suffisantes, le présent rapport ne traite que de façon marginale de la teneur en micronutriments des repas rapides; on peut toutefois partir du principe que ces valeurs se situent plutôt dans la frange inférieure des recommandations, car l'offre classique de la restauration rapide ne comporte souvent ni céréales complètes, ni légumes, ni fruits.

Plusieurs études, réalisées notamment aux Etats-Unis, ont montré que le fait de se restaurer régulièrement à l'extérieur, ou de se nourrir régulièrement de repas rapides, est lié à des facteurs de risque tels que l'obésité. D'une part, la consommation régulière d'aliments à forte densité énergétique – dont les repas rapides font partie – entraîne une augmentation de l'absorption quotidienne d'énergie et de matière grasse; d'autre part, la consommation fréquente de repas rapides est un phénomène lié à un comportement globalement néfaste pour la santé. En relation avec les problèmes d'obésité, on évoque également la taille des portions dans le commerce de denrées alimentaires et dans la restauration : il est prouvé en effet que celles-ci ont augmenté au cours des dernières décennies. En outre, il ne faut pas négliger les boissons sucrées fréquemment consommées avec les repas rapides. Une étude représentative a montré qu'en Suisse, 60 à 76% des adolescents consommaient au moins deux fois par semaine ce genre de boissons.

Un lien de cause à effet entre ces différents éléments n'a toutefois pas été démontré. L'épidémie de surcharge pondérale ne saurait être imputée davantage à la seule consommation de repas rapides ou de boissons sucrées qu'à la consommation d'autres groupes d'aliments ou de boissons considérés isolément. La seule évidence convaincante d'un point de vue scientifique en matière de surcharge pondérale et d'obésité est liée à la sédentarité et à l'absorption excessive d'aliments à forte densité énergétique. Au lieu de chercher des coupables, il convient aujourd'hui de trouver des solutions.

En Europe et en Suisse, on encourage surtout les mesures propres à enrayer l'évolution que l'on observe actuellement aux Etats-Unis où les repas rapides font désormais presque partie du quotidien. En Suisse, la fréquentation des établissements de restauration rapide se situe encore à un niveau inférieur, mais près d'un cinquième des 15 à 24 ans consomment plus de deux fois par semaine un repas rapide.

Les transformations sociales observées au cours des décennies écoulées montrent qu'il est nécessaire d'agir. Bien que nous ayons de nos jours le choix entre une variété infinie de mets, nos décisions quotidiennes dans ce domaine sont largement dictées par notre cadre social et les disponibilités correspondantes. Du fait de la mobilité croissante de notre société, nos choix en matière de repas dépendent de plus en plus d'une situation donnée et sont toujours plus spontanés quant au lieu, à l'heure et au genre de nourriture. Compte tenu de cette évolution sociale, il est indispensable d'améliorer la disponibilité d'offres de restauration rapide à la fois équilibrées du point de vue nutritionnel et vendues à un prix avantageux, d'un goût agréable et faisant l'objet d'une promotion auprès des groupes-cibles concernés. La mise à disposition d'offres complémentaires dans les établissements de restauration rapide – dans lesquels il faut inclure le commerce alimentaire de détail et les commerces spécialisés (p.ex. les boulangeries) – représenterait déjà un grand pas en avant.

C'est précisément dans ce domaine que la *Société Suisse de Nutrition* entend agir. A partir de cette année, des projets pilotes seront lancés afin de mettre en pratique les éléments développés dans le rapport. Il s'agit notamment de la mise au point de recettes permettant d'élaborer des repas rapides judicieusement composés du point de vue nutritionnel. Dans la mesure du possible, cette démarche se fera en coopération avec les établissements de restauration rapide pour permettre une diffusion rapide des nouvelles recettes dans les lieux de vente.

Sont également prévus des efforts d'information s'adressant directement aux adolescents et aux jeunes adultes et destinés à sensibiliser ceux-ci à l'importance fondamentale d'un mode de vie sain et notamment d'une alimentation équilibrée. Pour obtenir le succès escompté, ces efforts doivent comporter un aspect social et émotionnel et être adaptés à la conception de la vie et aux besoins du groupe-cible considéré. Les sujets liés au « *fast food* » se prêtent particulièrement bien à la transmission de ces messages dans la mesure où la sensibilisation dans ce domaine progresse depuis plusieurs années – notamment en raison du débat suscité et alimenté par la plainte déposée aux Etats-Unis contre *McDonald's* par des enfants obèses, lesquels ont finalement été déboutés. Le documentaire de Morgan Spurlock, « *Super Size Me* » – d'ailleurs controversé – a également contribué à sensibiliser l'opinion, et notamment les entrepreneurs de restauration rapide aux problèmes actuellement soulevés par l'obésité. Le moment est donc particulièrement bien choisi pour aller de l'avant dans ce domaine.

Département de Travail social et Politiques sociales, Université de Fribourg

## **« Les perceptions sociales de l'alimentation et du corps chez les jeunes »**

### *Résultats et enjeux*

Cette recherche a été menée dans le cadre de nos études à l'Université de Fribourg en travail social. Elle a été mandatée par le bureau santé de la ville de La Chaux-de-Fonds. Notre recherche a abouti à plusieurs résultats que nous avons présentés par thèmes. Le premier est la notion de « bien manger ». Dans cette partie, il est essentiellement question des perceptions de l'alimentation qu'ont les jeunes. Nous avons ainsi pu voir ce qu'ils entendent par les notions d'alimentation saine, de manger équilibré ou encore ce que signifie pour eux un vrai repas. Un deuxième thème traite de la question du rapport au corps. Comment les jeunes perçoivent-ils leur corps et celui des autres ? Comment se sentent-ils par rapport à leur apparence et par rapport à leur poids ? Un dernier thème approfondit les représentations que les jeunes ont de la personne obèse. Nous avons par la suite dégager les liens que les jeunes font entre l'alimentation et le corps afin de comprendre comment ces deux éléments se mélangent dans leurs perceptions et influencent ainsi leurs comportements.

Nous allons donc présenter une synthèse de nos résultats et les différents enjeux qui en découlent.

### **La difficulté des jeunes à définir les concepts**

Tout d'abord, nous avons constaté que les jeunes avaient des difficultés à définir les concepts. En effet, différents concepts ont été utilisés tout au long de nos entretiens, la plupart étant difficile à définir avec précision. Ainsi l'alimentation saine, le vrai repas, le corps idéal, l'apparence ou encore le surpoids sont des notions dont une définition claire et détaillée n'est pas évidente à mettre en lumière. Chacun a ses représentations et sa propre définition de ce qu'est, par exemple, manger équilibré. Même si les définitions que les jeunes donnent se rapprochent plus ou moins les unes des autres, il reste tout de même des nuances individuelles non négligeables. Il apparaît alors important lorsque l'on travaille avec de telles notions de saisir les réelles significations que l'individu met derrière ces concepts. Il est alors possible de se rendre compte parfois que certaines connaissances n'ont pas de fondement alors qu'elles peuvent influencer fortement le comportement de la personne. Dès lors, lorsque l'on traite des sujets touchant les perceptions personnelles, il faudrait être le plus clair possible car en disant à quelqu'un qu'il doit manger plus sainement, on ne lui dit en fait pas grand chose. Chaque concept utilisé avec le jeune devrait alors être "déconstruit" afin d'éviter des incompréhensions susceptibles d'avoir une influence sur la prise en charge de la personne.

Le fait que les définitions ne soient pas claires et précises amène à s'interroger sur la prévention de l'obésité. En effet, l'information que les spécialistes de la santé peuvent donner est l'objet d'une réappropriation par les gens qui la reçoivent. Ainsi, les individus interprètent le savoir qui leur est transmis et le vulgarise. Nous avons pu le constater au travers de l'exemple de l'IMC. Le surpoids et l'obésité sont évalués d'après cet indice. Mais est-ce qu'une personne ayant un IMC de 27 est réellement en surpoids? Il n'y a pas de définition précise du surpoids et de l'obésité. Pourtant l'IMC est présenté, particulièrement par les médias, comme la référence pour savoir si le poids d'une personne est normal ou non. Quelle est l'objectivité d'une telle notion? Il faudrait alors se demander si la vulgarisation d'une notion telle que l'IMC ne comporte pas un risque. L'IMC peut être vu comme une information, un instrument de calcul approximatif ayant pour but d'aider les gens à situer leur poids. Cependant, les gens peuvent par la suite interpréter ce résultat comme ils l'entendent. Même s'il est précisé que les résultats de ces formules sont à prendre à titre indicatif, les gens se les approprient comme ils le veulent. Il faut alors être conscient de la malléabilité de ce type de savoir et maintenir une réflexion continue face à ces concepts.

### **L'importance des normes alimentaires**

Les jeunes nous ont donc dévoilé des nombreuses définitions de l'alimentation saine. Ces définitions proviennent de normes répandues dans notre société. Par exemple, des jeunes nous ont dit que pour manger sainement, il faut manger varié, d'autres qu'il faut faire trois repas par jour en insistant sur le fait que le repas du soir doit être plus léger, etc. Ainsi, les normes qui régissent notre société sont bien intégrées par les jeunes. Pourtant, entre le discours et la pratique, un décalage a pu être constaté. Ainsi, les normes qui guident les comportements sont parfois "transgressées". Plus la norme est ancrée et acceptée, plus la transgression sera mal vue. Dès lors, des justifications seront nécessaires. Nous reprenons ici l'exemple du grignotage. En effet, la norme qui paraît la plus forte pour les jeunes est "ne pas manger entre les repas". Pourtant 85,2% des jeunes ayant répondu au questionnaire affirment manger entre les repas.

Il faut se rendre compte des stratégies que les individus élaborent face à l'alimentation afin de se déculpabiliser lorsque les normes alimentaires sont transgressées. Il est nécessaire de se demander comment faire pour rendre à l'acte de manger son rôle premier de besoin vital. Déconstruire ces stratégies serait alors un premier pas nécessaire pour y arriver.

### **Les différences entre filles et garçons**

Au travers de ce travail, il apparaît à plusieurs reprises que des différences significatives entre les filles et les garçons existent. Si au niveau de l'alimentation les perceptions sont plus ou moins homogènes, au niveau du corps les différences semblent plus marquées. En effet, nous avons pu constater que les filles paraissent plus sensibles à tout ce qui concerne le corps. Nous avons alors pu conclure que, dans la plupart des cas, cette différence de

préoccupation pour le corps et l'apparence est principalement due au fait que les filles sont plus touchées par la mode et l'idéal corporel actuel. Le corps de la femme doit aujourd'hui répondre à de nombreux critères de beauté. Puisque le "matraquage" autour du corps féminin idéal est très important dans notre société, les jeunes filles semblent donc connaître une pression bien plus grande que les garçons concernant l'esthétique. Dans la prise en charge du surpoids et de l'obésité, il semble donc essentiel de tenir compte de cette constatation et ne pas traiter les garçons et les filles en surpoids de la même façon. En effet, à travers nos résultats, il apparaît clairement que leur perception de l'obésité n'est pas identique. Pour une fille, être maigre est bien plus important que pour un garçon. Quant à l'idéal masculin ce n'est pas d'être maigre, mais musclé. Pour une fille, la prise de poids a bien plus d'impact sur son bien-être. Elle va se sentir beaucoup plus vite jugée et regardée. Il s'agit alors d'avoir en tête que les deux sexes ne vivent pas la situation de surpoids de la même façon, les filles étant bien plus sensibles à ce sujet. Les différents résultats que nous avons obtenus laissent donc penser qu'une différenciation dans la prévention serait nécessaire. Comment alors axer la prévention en fonction des différents centres de préoccupation des filles et des garçons?

### **Surmédiatisation du problème obésité**

Actuellement, l'obésité est un thème à la mode qui fait l'objet de nombreux articles et émissions télévisées. A cela s'ajoute le discours des instances médicales qui, chiffres à la clé, nous rappelle que la situation est alarmante. Cette surmédiatisation de l'obésité comporte néanmoins plusieurs risques. Tout d'abord, elle renforce la peur que les individus ont de grossir et remet au goût du jour la quête incessante de la minceur. A travers l'enquête, nous avons pu constater que certaines jeunes filles maigres se trouvent encore trop grosses et aimeraient perdre du poids. Il semble donc également essentiel de se soucier de la volonté démesurée de perdre du poids, qui est aussi dangereuse pour la santé. Par ailleurs, cette surmédiatisation de l'obésité peut également lasser les individus. Cela pourrait alors avoir comme conséquence un désintérêt pour ce problème qui est cependant bel et bien réel. Comment alors parler de l'obésité ? Quelles sont les limites à poser afin que les individus ne soient pas blasés et comprennent réellement les implications et les conséquences des kilos en trop sans les culpabiliser, leur faire peur ou les responsabiliser à outrance ? Il s'agit donc de trouver un juste milieu entre le matraquage et le manque d'informations. Comment faire alors de la prévention sans aggraver cette phobie de l'obésité ?

### **"Psychose" et focalisation sur l'alimentation et le corps**

L'intérêt de notre société actuelle pour les questions liées à l'alimentation et au corps n'est pas sans conséquence sur les comportements et les représentations des jeunes. Notre recherche a montré que les jeunes sont très préoccupés par ces questions et que cela peut devenir un problème individuel et parfois obsédant. Comme nous l'avons vu chez les filles plus particulièrement, cela peut tourner au délire collectif à travers par exemple le calcul des

calories absorbées durant un repas ou encore les stratégies pour perdre du poids, etc. Les jeunes semblent constamment préoccupés par ce qu'ils mangent et l'effet que va produire l'aliment sur leur corps. Entre l'alimentation, l'importance de l'apparence et la peur de grossir, la thématique du poids devient omniprésente. Tout au long de la journée, chaque activité paraît être réfléchi en terme de prise ou de perte de poids. Cela a une influence indéniable sur les comportements. Les jeunes, pensant à leur poids et à leur apparence, vont alors adapter leurs pratiques quotidiennes en fonction des perceptions qu'ils ont de leur corps.

### **L'aspect esthétique et social du problème prime sur l'aspect sanitaire**

Il ressort de notre recherche que les jeunes perçoivent l'obésité avant tout comme un problème esthétique. En effet, pour eux le plus dur pour une personne obèse est le regard des autres. Pour eux, le surpoids est principalement un problème car il ne correspond pas aux représentations actuelles du corps idéal. Les jeunes semblent donc analyser essentiellement l'obésité par rapport aux critères qui naissent de la quête de la minceur. Dans les entretiens que nous avons effectués, les jeunes ne parlent jamais de santé. Ainsi, ils ne disent pas qu'une personne obèse peut connaître des difficultés de santé, mais plutôt qu'elle n'est pas belle ou désirable. Dans la prise en charge des problèmes liés à l'excès de poids, il paraît alors primordial de bien mettre en évidence que l'obésité est d'abord une question de santé publique et non pas d'esthétique. Un écart important semble donc exister entre la perception des jeunes qui considèrent l'obésité avant tout comme un problème esthétique et la perception des instances médicales qui la considèrent comme une menace sanitaire. Aborder le problème de l'obésité sous l'angle sanitaire ne suffit donc pas. Il faut tenir compte de la dimension sociale afin d'améliorer le message de la prévention. Par ailleurs, les jeunes ont de la peine à se projeter dans le futur, ce qui rend l'argument sanitaire encore plus flou pour eux. Ils ne sont pas conscients des risques liés à l'obésité et se sentent protégés par l'ensemble des stratégies de contrôle de leur poids qu'ils ont élaborées. Il convient alors de se demander comment faire de la prévention si les jeunes ne se sentent pas concernés par ce risque sanitaire. De plus, que penser de ces stratégies qu'ils déploient et de leurs effets sur la santé ?

En savoir plus ? [Téléchargez notre recherche](#)



miam

menu

ici

trop

slurp

schon

hmmm

y'a gut

freitag

prima

vita

qj veux

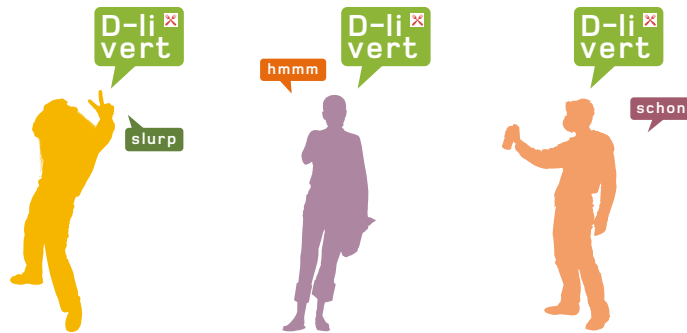


miam

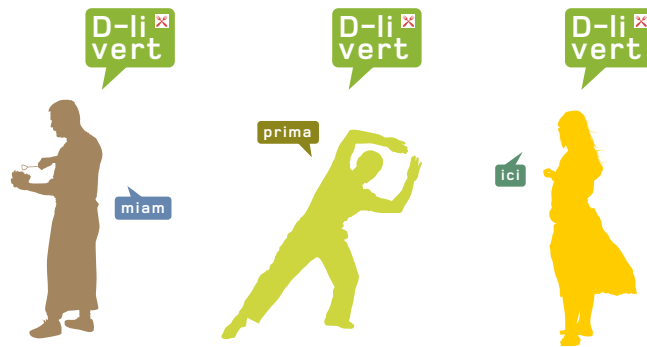
menu

D-ouvert

y'agut



RAPPORT ANNUEL 2008





trop

D-li  
vert

menu



menu

D-livert 

miam



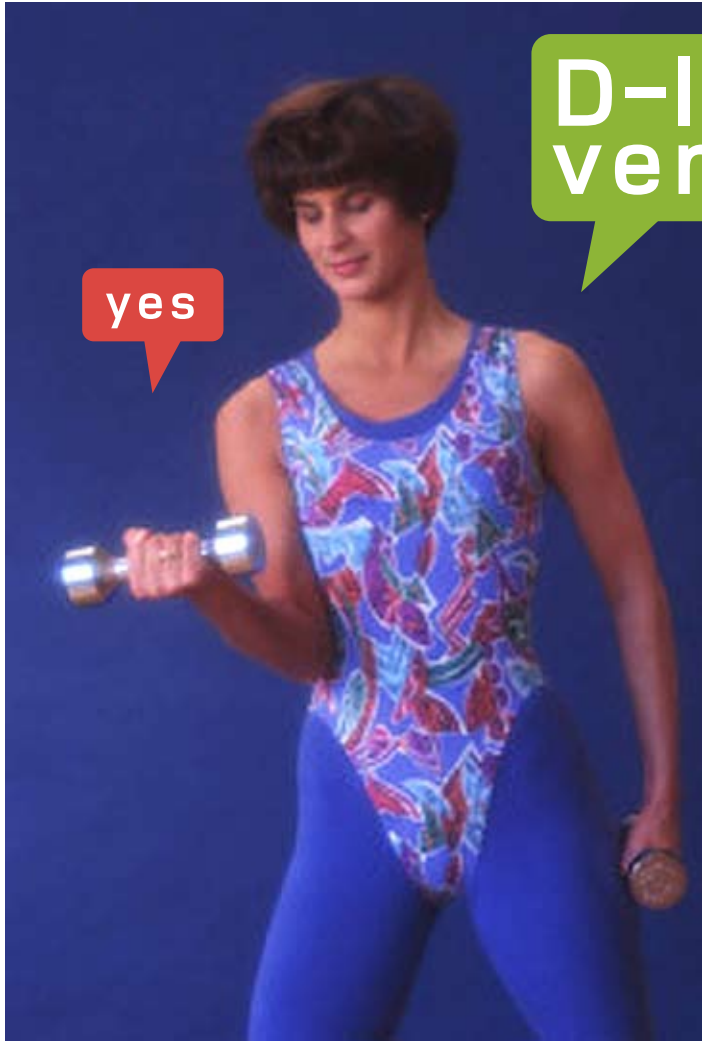
D-li<sup>✘</sup>  
vert

menu?



D-li<sup>✘</sup>  
vert

miam



yes

D-li   
vert



tralalala

D-li   
vert



label  
presse  
liens  
contact

espace resto/fast-  
food

### Dis un chiffre

- 37% des adultes et environ 20% des enfants suisses ont une surcharge pondérale
- 20% environ des jeunes de 15 à 24 ans consomment des repas rapides plus de deux fois par semaine
- Les repas rapides sont rarement équilibrés. Consommés souvent, ils contribuent au développement d'une surcharge pondérale

### newsletter

Que des bonnes nouvelles!  
Entrez l'e-mail:

### Un fast-food sain ?

Le midi, tu as peu de temps entre deux cours ou bien tu aimes aller au fast-food mais tu veux faire attention à toi et ne pas manger trop fat ? Le label D-li vert t'aide à repérer les menus équilibrés dans les fast-food, take away, sandwicheries et autres restaurants qui proposent des plats rapides. Avec D-li vert, manger sainement au fast-food est désormais possible.

### L'attitude D-li vert

Plus qu'un simple label, D-li vert c'est surtout une attitude différente. C'est ton choix, ton style, ta voix. Partage tes idées et rejoins la communauté D-li vert !

D-li vert  
Ligues de la Santé  
Av. de Provence 12  
1007 Lausanne  
tél. +41 21 623 37 90  
fax +41 21 623 37 38

**CLASS**  
Conférence Latine  
des Affaires Sanitaires et Sociales

 Gesundheitsförderung Schweiz  
Promozione Salute Svizzera



**SV foundation**

 SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
SSN Società Suisse de Nutrizione  
SSN Società Svizzera di Nutrizione



## Références et liens

Rapport « Habitudes alimentaires en Suisse »

[http://www.fourchetteverte.ch/d2wfiles/document/1390/4016/0/StatSanteNr2\\_05\\_f.pdf](http://www.fourchetteverte.ch/d2wfiles/document/1390/4016/0/StatSanteNr2_05_f.pdf)

Rapport State-of-the-Art « Fast food und Gesundheit » (en allemand)

[http://www.sge-ssn.ch/fileadmin/pdf/100-ernaehrungsthemen/60-ernaehrungsformen\\_lebensstil/State-of-the-Art-Bericht\\_Fast\\_Food.pdf](http://www.sge-ssn.ch/fileadmin/pdf/100-ernaehrungsthemen/60-ernaehrungsformen_lebensstil/State-of-the-Art-Bericht_Fast_Food.pdf)

Rapport State-of-the-Art « Fast food und Gesundheit » (résumé en français)

[http://www.sge-ssn.ch/fileadmin/pdf/100-ernaehrungsthemen/60-ernaehrungsformen\\_lebensstil/Resume\\_State-of-the-Art\\_fast\\_food.pdf](http://www.sge-ssn.ch/fileadmin/pdf/100-ernaehrungsthemen/60-ernaehrungsformen_lebensstil/Resume_State-of-the-Art_fast_food.pdf)

Rapport « Les perceptions sociales de l'alimentation et du corps chez les jeunes »

<http://www.fourchetteverte.ch/d2wfiles/document/1117/4016/0/Recherche-intervention.pdf>  
[http://www.ecoles-en-sante.ch/data/data\\_95.pdf](http://www.ecoles-en-sante.ch/data/data_95.pdf)

Rapport « La santé des jeunes écoliers et adolescents dans le canton du Valais en 2002 »

[http://www.vs.ch/Press/DS\\_63/IMAG-2003-12-01-4151/fr/Sante\\_des\\_jeunes\\_FR.pdf](http://www.vs.ch/Press/DS_63/IMAG-2003-12-01-4151/fr/Sante_des_jeunes_FR.pdf)

Rapport « Etat de santé de la population vaudoise 2001, cahier 2 Alimentation – activité physique »

[http://www.sanimedia.ch/pdf/sante2001/cahier2\\_fin.pdf](http://www.sanimedia.ch/pdf/sante2001/cahier2_fin.pdf)

Informations sur la restauration rapide proposées par la Société Suisse de Nutrition

<http://www.sge-ssn.ch/fr/info-alimentaires/alimentation-et-mode-de-vie-sport/fast-food.html>

Informations sur le label Fourchette Verte

<http://www.fourchetteverte.ch/>

Promotion santé suisse

<http://www.promotionsante.ch>

Fondation SV

[http://www.sv-group.com/Conseil\\_de\\_fond.984+M5c5a898d2f9.0.html](http://www.sv-group.com/Conseil_de_fond.984+M5c5a898d2f9.0.html)

Chick'n'more, Martigny

<http://www.chicknmore.com/>