



POUR QUE LES JEUNES

*boivent davantage d'eau,
de lait et de substituts de laits,
et réduisent leur consommation
de boissons sucrées et énergisantes*

Voici ce que Québec en Forme entend par liquides

SUBSTITUTS DU LAIT¹

Toute boisson contenant une bonne source de calcium, des vitamines A, D et B12, de la riboflavine, du zinc, du magnésium, du potassium, des protéines et des lipides pouvant remplacer le lait tel que :

- yogourts à boire, lait en conserve (évacué), lait en poudre;
- boissons de soya enrichies.

D'autres boissons végétales, comme le lait d'amande et lait de riz, peuvent être des produits intéressants, mais elles ne sont pas considérées comme des substituts du lait puisqu'elles ne contiennent pas nécessairement les éléments nutritifs cités ci-dessus.

BOISSONS SUCRÉES

Toute boisson dans laquelle du sucre a été ajouté telle que :

- boissons gazeuses régulières (non diététiques);
- boissons à saveur de fruits et « jus » additionnés de sucre (punch, cocktail, « slush », thé glacé, etc.);
- boissons sportives (Gatorade, Powerade, etc.) ;
- boissons énergisantes (Red Bull, Monster, etc.).

BOISSONS ÉNERGISANTES

Tout produit se présentant sous la forme d'une boisson ou d'un concentré liquide et qui, selon la publicité, contiendrait un mélange d'ingrédients ayant la propriété de rehausser les niveaux d'énergie et de vivacité. En plus d'être souvent **riches en sucre**, la plupart des boissons énergisantes sont **pauvres en nutriments** et peuvent contenir une importante quantité de **caféine**, qui peut être dangereuse pour les jeunes quand elle est consommée à forte dose.

Cette fiche vise à éclairer tous les acteurs concernés et à les inciter à modifier ce qui est à leur portée, afin que les jeunes consomment plus d'eau, plus de lait et de ses substituts et moins de boissons sucrées et énergisantes.

¹ GAC, section 3 - <http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/pubs/res-educat/res-educat-fra.php#a7>.

Bonbons liquides

Les boissons sucrées, que ce soit les boissons gazeuses, fruitées, énergisantes ou autres eaux vitaminées, sont tout simplement des bonbons liquides. Leur apport en nutriments est pratiquement nul par rapport à leur apport en calories, et elles sont principalement composées d'eau et de sucre ajouté².

Actuellement, on trouve sur le marché une panoplie de boissons sucrées facilement accessibles, de format généralement trop grand et, par le fait même, contenant trop de sucre et dans certains cas une bonne dose de caféine. Ces boissons renferment surtout trop de calories par rapport aux besoins nutritionnels des jeunes. Par exemple, une bouteille de 490 ml peut contenir jusqu'à 12 cuillérées à thé de sucre.

Au Québec, les jeunes consomment principalement des boissons sucrées au détriment d'autres boissons comme l'eau ou le lait qui procure plusieurs nutriments essentiels tels que des protéines, des vitamines A et D et du calcium.

On observe aussi un autre problème : ces boissons sucrées n'assouissent que très peu la faim et la soif. Vu leur faible apport en nutriments (composés essentiels à la santé d'un organisme), les enfants doivent se tourner vers d'autres aliments, voire d'autres boissons, pour parvenir à combler leur faim ou à éteindre leur soif.

Ainsi, plus la fréquence de consommation des boissons sucrées est élevée, plus on augmente les apports caloriques de la journée. Ces calories vides pourraient approximativement représenter jusqu'à 150 calories supplémentaires par jour ou 7 kg par année!

Ces surplus de calories représentent un enjeu de santé, car l'excès de poids est reconnu comme un facteur de risque important de souffrir de diabète et de problèmes cardiovasculaires et respiratoires ainsi que de troubles psychologiques, des problèmes qui apparaissent d'ailleurs de plus en plus tôt.

C'est pourquoi tous doivent agir. Décideurs, responsables de l'offre alimentaire et intervenants doivent faire en sorte que, dans tous les milieux de vie des jeunes, « le choix santé soit le choix le plus facile à faire ».

² Dossier spécial sur les boissons sucrées, ASPQ, Septembre 2010 | Volume 32 | Numéro 3.

Pourquoi agir?

Parce que les jeunes **NE S'HYDRATENT PAS DE FAÇON OPTIMALE ET QUE CELA NUIT À LEUR SANTÉ.**

Des changements importants dans notre environnement ont remplacé l'eau, élément vital pour l'hydratation, par les boissons sucrées. En conséquence, les jeunes semblent avoir perdu le goût de l'eau. Pourtant, on sait maintenant qu'une trop grande consommation de boissons sucrées peut avoir des effets néfastes sur leur santé.

L'eau est essentielle à la vie. C'est grâce à elle que le corps peut puiser l'énergie dans les aliments et assurer le bon fonctionnement de différentes fonctions vitales (activité neurologique, maintien de la température du corps, élimination des déchets, etc.).

Par ailleurs...

- De grandes enquêtes canadiennes révèlent que **la consommation quotidienne d'eau serait insuffisante chez les enfants et les adolescents ayant entre 3 et 19 ans**³. Le Guide alimentaire canadien suggère de boire de l'eau régulièrement. Le corps doit en effet remplacer l'eau qu'il perd naturellement tout au long de la journée.

Ainsi, boire un à deux litres d'eau par jour pourrait aider à prévenir le gain de poids en limitant l'addition de calories superflues entre les repas. Il est à noter que les **légumes et les fruits frais** peuvent également contribuer à l'apport en eau, puisque l'eau représente en moyenne 90 % de leur poids.

En somme, boire de l'eau plusieurs fois par jour n'apporte aucune calorie et permet une hydratation optimale.

Parce que les jeunes **CONSOMMENT DE TRÈS GRANDES QUANTITÉS DE SUCRE ASSOCIÉES AUX BOISSONS SUCRÉES ET ÉNERGISANTES, CE QUI AUGMENTE LE RISQUE DE SURPOIDS ET D'OBÉSITÉ.**

Il est donc nécessaire de renverser la tendance croissante de la consommation de ces boissons.

Par ailleurs...

- Plus les jeunes avancent en âge, plus ils ont tendance à consommer des boissons sucrées, au détriment de l'eau, du lait ou des jus de fruits purs à 100 %. L'enquête En Forme révèle que 57,5 % des jeunes de 10 à 17 ans consomment une boisson sucrée ou plus par jour, excluant les boissons gazeuses régulières ou « diètes ».
- Cette habitude serait davantage associée aux garçons. En effet, 42 % des garçons en consomment deux fois ou plus par jour, comparativement à 28,8 % des filles⁴.
- La forte consommation de boissons sucrées et énergisantes (incluant les boissons gazeuses ordinaires et les thés glacés) représente la source principale d'apport en sucre chez les 9-18 ans.
- Les jeunes sont aussi exposés à des risques d'intoxication ou à des effets indésirables liés à la consommation de boissons contenant de la caféine tels que la dépendance à la caféine et les troubles nerveux et du sommeil.

Ces données sont préoccupantes, d'autant plus qu'une étude a démontré que chaque boisson sucrée consommée quotidiennement accroît de 60 % le risque d'obésité⁵. Ainsi, le fait de diminuer leur consommation pourrait contribuer à réduire l'apport calorique quotidien (même sans modification des autres habitudes alimentaires) et, par conséquent, prévenir un gain de poids excessif⁶.

³ Santé Canada, Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes, cycle 2.2, Nutrition (2004), Apports nutritionnels provenant des aliments : tableaux sommaires provinciaux, régionaux et nationaux, Volume 2, Ottawa, Santé Canada, 2008 (à paraître), disponible à l'adresse : www.hc-sc.gc.ca/fn-an/pubs/cchs-nutri-esc/index-fra.php.

⁴ Québec en Forme, Enquête En Forme : État de situation de la saine alimentation et du mode de vie physiquement actif des jeunes du Québec, 2012.

⁵ Ludwig DS, Peterson KE, Gortmaker SL. Relation between consumption of sugar-sweetened drinks and childhood obesity: a prospective, observational analysis. *Lancet* 2001;357:505-8.

⁶ Mattes RD and Popkin BM. Nonnutritive sweetener consumption in humans: effects on appetite and food intake and their putative mechanisms. *Am J Clin Nutr* 2009 ; 89: 1-14.

Parce que les jeunes
**NE BOIVENT PAS ASSEZ DE LAIT
ET ONT DES APPORTS INSUFFISANTS
EN CERTAINS NUTRIMENTS CONSIDÉRÉS
COMME ESSENTIELS À LEUR SANTÉ.**

Les produits laitiers sont essentiels au développement et au maintien de la **santé des os et des dents**. Le lait s'avère être aussi une **boisson désaltérante**, car il est composé d'environ 85 % d'eau.

Par ailleurs...

- Selon l'Enquête En Forme de 2010, un jeune sur cinq n'avait pas consommé de lait la journée précédant l'enquête.
- Chez les 10 à 12 ans, lorsqu'on compare la consommation de lait, de jus de fruits et de boissons sucrées au cours d'une journée, on remarque que les garçons privilégient les boissons sucrées et les filles, les jus de fruits.
- Dans d'autres grandes enquêtes, on observe, chez les filles, une baisse constante de la consommation de lait plus elles avancent en âge.

Ces phénomènes ont des répercussions sur la qualité de l'alimentation des jeunes puisqu'**une proportion importante des adolescents ont un apport insuffisant en vitamine A, en magnésium et en zinc, et de faibles apports en potassium et en calcium**⁷.



⁷ Santé Canada, Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes, cycle 2.2, Nutrition (2004), Apports nutritionnels provenant des aliments : tableaux sommaires provinciaux, régionaux et nationaux, Volume 2, Ottawa, Santé Canada, 2008 (à paraître), disponible à l'adresse : www.hc-sc.gc.ca/fn-an/pubs/cchs-nutri-esc/index-fra.php.

Plusieurs facteurs influencent la consommation de boissons sucrées et énergisantes

Plusieurs facteurs de l'environnement induisent la consommation excessive, notamment la **facilité d'accès** à ces boissons et un **marketing intensif**.

LES BOISSONS SUCRÉES ET ÉNERGISANTES SONT VENDUES À PEU PRÈS PARTOUT :

- dépanneurs
- stations-services
- restaurants
- machines distributrices
- cinémas
- gares
- parcs
- pharmacies
- arénas
- centres et événements sportifs
- écoles
- universités
- hôpitaux
- etc.

LES BOISSONS SUCRÉES ET ÉNERGISANTES OCCUPENT DE PLUS EN PLUS « L'ESPACE-TABLETTE » AINSI QUE LES EMPLACEMENTS LES PLUS RECHERCHÉS :

- rangées de boissons sucrées
- extrémité des allées
- tablettes à la hauteur des yeux
- placements croisés avec des aliments prêts-à-consommer
- réfrigérateurs et présentoirs près des caisses
- en début de ligne dans les cafétérias
- etc.

Le saviez-vous qu'au Québec?

Seulement 43 %

des établissements scolaires privilégient une variété de jus de fruits purs à 100 % (non sucrés), de jus de légumes, en plus du lait et de l'eau dans leurs services alimentaires et ont retiré les boissons sucrées de leurs machines distributrices.

Le lait nature ne serait offert que dans 28 % des machines distributrices (tous types de machines confondus).

Une proportion de 41 % des écoles secondaires offrirait toujours des boissons sucrées dans leur service alimentaire principal (cafétéria, service de traiteur et casse-croûte).

LE PRIX INFLUENCE LA DÉCISION D'ACHAT

De nombreux facteurs interviennent dans le processus décisionnel du consommateur, mais le prix reste une variable qui influence indéniablement les choix alimentaires. C'est notamment le cas des jeunes pour qui le prix est un facteur primordial, après le goût. Ainsi, le bas prix de certaines boissons sucrées ne fait qu'accroître leur pouvoir d'attraction auprès de cette clientèle cible qui, malgré son pouvoir d'achat grandissant, est composée de consommateurs à petits budgets.

LE MARKETING EST INTENSIF, VOIRE AGRESSIF

Le marketing intensif d'aliments à haute teneur énergétique (calories) et à faible valeur nutritive, tels que les boissons sucrées et énergisantes, est reconnu par l'OMS comme un facteur de l'épidémie d'obésité⁹.

Les compagnies investissent chaque année des sommes exorbitantes pour la publicité de ces produits (11 milliards de dollars rien qu'aux États-Unis en 1997). Elles tentent de rejoindre les jeunes par tous les moyens; on parle de publicité tous azimuts : télévision, Facebook, YouTube, sites Internet, jeux vidéos, commandites, emballages séduisants.

Le saviez-vous?

Les jeunes sont responsables de 30 à 40 % des produits qui entrent dans les paniers d'épicerie lorsqu'ils accompagnent leurs parents dans les marchés d'alimentation. En 2006, aux États-Unis, les compagnies d'alimentation ont dépensé 195 millions de dollars pour cibler les enfants et les adolescents dans les points de vente.

Ainsi, en raison d'une plus grande vulnérabilité à un marketing astucieusement orchestré et d'un pouvoir d'achat grandissant (nombreux sont les jeunes qui reçoivent de l'argent de poche), les enfants et les adolescents représentent une cible de choix pour cette industrie! On estime que les enfants canadiens de 2 à 12 ans auraient reçu en 2002 près de 1,5 milliard de dollars en argent de poche et... l'auraient dépensé.

Le saviez-vous?

Une étude récente montre qu'une augmentation de 20 % des taxes sur les boissons sucrées permettrait une importante réduction de leur consommation et pourrait ainsi freiner la progression de l'obésité dans la société.⁸

⁸ Mytton, O. and M. Rayner, Taxing unhealthy food and drinks to improve health, British Medical Journal, 2012.

⁹ Organisation mondiale de la Santé (2003). Diet, Nutrition and Prevention of Chronic Diseases, WHO Technical report series 916, section 5.2.4 Strength of evidence, Table 7, 63.

Comment peut-on changer la situation?

Ces constats signalent un urgent besoin d'agir afin de renverser la tendance actuelle. Il importe que les organisations et les acteurs concernés apportent leur contribution en agissant de façon globale et complémentaire, et ce, à la fois sur les facteurs individuels et environnementaux qui façonnent les comportements des jeunes. Pour y parvenir, voici un ensemble d'interventions ou d'activités destinées à vous servir d'inspirations pour passer à l'action!



On espère voir des milieux de vie avec :

DAVANTAGE DE POLITIQUES ET DE MESURES

favorisant l'accès à des fontaines d'eau, au lait et à ses substituts et limitant la vente de boissons sucrées et énergisantes.

EXEMPLES D' ACTIONS

CPE ET LES MILIEUX DE GARDE

Acteurs impliqués

Direction et instances décisionnelles.

- Se doter de mesures et d'une politique alimentaire favorisant l'offre de boissons variées et de bonne valeur nutritive : eau, lait et ses substituts, jus de fruits purs à 100 % (non sucrés).

MILIEUX COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIFS

Acteurs impliqués

Direction et instances décisionnelles.

- Adopter des mesures et une politique alimentaire favorisant :
 - l'élimination des boissons sucrées et énergisantes de l'offre alimentaire.
- Encadrer l'offre alimentaire de façon à promouvoir la consommation de boissons variées de bonne valeur nutritive pendant les activités.
- Interdire la publicité sur les boissons sucrées et énergisantes.

ÉCOLES ET SERVICES DE GARDE

Acteurs impliqués

Direction et instances décisionnelles.

- Appliquer la politique alimentaire « Pour un virage santé à l'école » favorisant :
 - l'élimination des boissons sucrées de l'offre alimentaire.
- Encadrer l'offre alimentaire de façon à promouvoir la consommation de boissons variées et de bonne valeur nutritive au cours des activités spéciales, des campagnes de financement, des voyages et des sorties éducatives.

MUNICIPALITÉS

Acteurs impliqués

Maires et les services d'urbanisme de la municipalité ou de l'arrondissement, gestionnaires d'organismes municipaux, etc.

- Se doter de mesures et d'une politique alimentaire dans les installations municipales (arénas, centres sportifs, centres de loisirs...) et lors d'événements (fêtes de quartier), favorisant :
 - l'offre de boissons variées et de bonne valeur nutritive et ainsi que l'élimination des boissons sucrées et énergisantes de l'offre alimentaire.
- Intégrer dans les schémas d'aménagement des fontaines d'eau attrayantes dans des endroits stratégiques et visibles.
- Utiliser les règlements de zonage pour restreindre l'affichage de panneaux publicitaires sur les boissons sucrées et énergisantes.
- Se doter d'une politique de commandite des événements limitant la publicité sur les boissons sucrées et énergisantes sur le territoire de la municipalité.

GOVERNEMENT PROVINCIAL

Acteurs impliqués

DSP, MSSS, MELS, universités et promoteurs de projets.

- Intégrer dans la Loi sur la protection du consommateur une réglementation plus stricte et plus rigoureuse sur la publicité destinée aux enfants : interdire la promotion des boissons sucrées et énergisantes à la télévision aux heures de grande écoute, dans les jeux vidéo ou sur Internet.
- Interdire la vente des boissons énergisantes aux moins de 18 ans.
- Augmenter la taxe sur les boissons sucrées.

Sigles utilisés dans cette fiche

AQMS — Association québécoise des médecins du sport
ASPQ — Association pour la santé publique du Québec
CQPP — Coalition québécoise sur la problématique du poids

DSP — Direction de la santé publique
MSSS — Ministère de la Santé et des Services sociaux
MELS — Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

DES INTERVENANTS AYANT SUIVI DES PROGRAMMES DE FORMATION RECONNUS

EXEMPLES D' ACTIONS

CPE ET MILIEUX DE GARDE, ÉCOLES ET SERVICES DE GARDE, MILIEUX COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIFS ET MUNICIPALITÉS

Acteurs impliqués

Tous les intervenants, par exemple : enseignants, éducateurs, cuisiniers, responsables des services alimentaires, personnel enseignant, animateurs, bénévoles, entraîneurs sportifs et mairaines d'allaitement.

Pour que les intervenants livrent les bons messages, animent des activités éducatives et plaisantes et qu'ils soient des modèles en alimentation, il faut leur donner de la formation sur :

- les principes d'une saine alimentation incluant l'importance de consommer de l'eau plusieurs fois par jour;
- les effets néfastes des boissons sucrées et énergisantes;
- leur rôle de modèle (attitude, encadrement et discipline autour de l'alimentation);
- des programmes et des outils pertinents;
- les façons de valoriser et de renforcer les compétences parentales en faisant participer les parents à l'animation et à l'organisation d'activités éducatives en alimentation destinées aux jeunes.

Pour assurer une offre alimentaire saine, il faut donner au personnel du service alimentaire et aux responsables de l'offre alimentaire de la formation sur :

- la Vision de la saine alimentation du MSSS;
- l'amélioration de l'offre alimentaire (variété, équilibre, aspect durable et gustatif) grâce à des conseils et astuces;
- l'importance de rendre l'eau accessible aux enfants (pichets d'eau sur chaque table aux repas, fontaines d'eau, etc.);
- les effets néfastes des boissons sucrées et énergisantes;
- leur rôle de modèle (attitude, encadrement et discipline autour de l'alimentation).

SCÈNE RÉGIONALE ET PROVINCIALE

Acteurs impliqués

DSP, MSSS, MELS, Universités et promoteurs de projets.

- Élaborer des programmes de formation et des outils de sensibilisation et d'intervention en saine alimentation qui permettent de développer :
 - les compétences et les connaissances des jeunes et de leurs parents;
 - leur esprit critique sur les boissons sucrées et énergisantes;
- des banques ou systèmes d'information et des formations de base en alimentation pour les intervenants.

Sigles utilisés dans cette fiche

AQMS — Association québécoise des médecins du sport
ASPQ — Association pour la santé publique du Québec
CQPP — Coalition québécoise sur la problématique du poids

DSP — Direction de la santé publique
MSSS — Ministère de la Santé et des Services sociaux
MELS — Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

UNE OFFRE ALIMENTAIRE BONIFIÉE

pour des choix santé physiquement et financièrement accessibles pour tous.

EXEMPLES D' ACTIONS

CPE ET MILIEUX DE GARDE, ÉCOLES ET SERVICES DE GARDE, ET MILIEUX COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIFS

Acteurs impliqués

Direction, éducateurs, personnel enseignant, propriétaires et gestionnaires des cafétérias, intervenants et responsables de l'offre alimentaire.

- Offrir une alimentation respectant la Vision d'une saine alimentation, qui met en valeur l'eau (fontaines d'eau attrayantes), le lait et ses substituts lors des repas, des collations, des campagnes de financement, d'événements spéciaux, de voyages, de sorties éducatives, etc.;
- Revoir les ententes avec les fournisseurs franchisés afin d'améliorer l'offre alimentaire;
- Éliminer de l'offre alimentaire les boissons énergisantes et encadrer l'offre de boissons sucrées de façon à respecter les principes de la Vision de la saine alimentation;
- Inciter tous les milieux à offrir de l'eau, du lait et ses substituts à plus faible coût que les boissons sucrées.

MUNICIPALITÉS

Acteurs impliqués

Propriétaires de dépanneurs et d'épiceries, propriétaires de centres de loisirs et sportifs, propriétaires et gestionnaires de cafétérias ou comptoirs alimentaires, responsables des repas et traiteurs, service d'urbanisme de la municipalité ou de l'arrondissement, gestionnaires d'organismes municipaux, service des parcs et espaces verts, DSP, etc.

En plus de ce qui est énuméré ci-haut :

- Mettre à la disposition de la population des fontaines d'eau attrayantes, salubres et fonctionnelles;
- Favoriser l'accès à de l'eau en fontaine, à du lait et à ses substituts dans les installations municipales (arénas, centres sportifs, centres de loisirs...);
- Offrir lors d'événements organisés par la municipalité dans les aré纳斯, les centres sportifs, les parcs ou les édifices municipaux de l'eau, du lait et ses substituts;
- Inciter les organismes à offrir de l'eau, du lait et ses substituts à plus faible coût que les boissons sucrées et énergisantes.

SCÈNES RÉGIONALE ET PROVINCIALE

Acteurs impliqués

DSP, MSSS, MELS, universités et promoteurs de projets.

- Élaborer des programmes de formation et des outils de sensibilisation et d'intervention en saine alimentation qui valorisent l'accessibilité à des fontaines d'eau et aux boissons de bonne valeur nutritive.

Sigles utilisés dans cette fiche

AQMS — Association québécoise des médecins du sport
ASPQ — Association pour la santé publique du Québec
CQPP — Coalition québécoise sur la problématique du poids

DSP — Direction de la santé publique
MSSS — Ministère de la Santé et des Services sociaux
MELS — Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

DAVANTAGE D'ACTIVITÉS ÉDUCATIVES pour favoriser les choix santé.

EXEMPLES D' ACTIONS

CPE ET MILIEUX DE GARDE

Acteurs impliqués

Direction, éducateurs et responsables des milieux de garde.

- Offrir sur une base régulière, des activités éducatives et ludiques en saine alimentation comme celles qui permettent l'application des principes d'une saine alimentation (incluant l'importance de bien s'hydrater et de faire des choix judicieux), la confection de boissons de bonne valeur nutritive et la participation des parents;
- Bonifier les outils et modalités de partage de connaissances avec les parents;
- Réviser le programme éducatif en incluant un volet sur l'éducation à la saine alimentation qui valorise l'ensemble des activités du quotidien – au-delà de la routine du repas – pour stimuler les apprentissages.

ÉCOLES ET SERVICES DE GARDE

Acteurs impliqués

Direction, commission scolaire, personnel enseignant, brigade santé (par les jeunes), etc.

- Inclure au programme scolaire des ateliers éducatifs et pratiques sur la saine alimentation et la cuisine qui :
 - abordent de façon générale la saine alimentation;
 - valorisent, par exemple, la consommation d'eau;
 - développent l'esprit critique sur les boissons sucrées et énergisantes*.

* La notion de boissons énergisantes devrait être abordée seulement à partir du secondaire selon les recommandations en vigueur.

MILIEUX COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIFS

Acteurs impliqués

Direction et intervenants.

- Offrir des activités éducatives sur la saine alimentation qui :
 - mettent en valeur l'eau, le lait et ses substituts;
 - développent l'esprit critique sur les boissons sucrées et énergisantes;
 - sont complémentaires à celles offertes dans les autres milieux de vie des jeunes, ou qui peuvent avoir été élaborées en collaboration avec ces derniers.

MUNICIPALITÉS

Acteurs impliqués

Direction du sport et du loisir.

- Offrir davantage d'activités éducatives pour améliorer les habiletés et compétences alimentaires des jeunes.

Sigles utilisés dans cette fiche

AQMS — Association québécoise des médecins du sport
ASPQ — Association pour la santé publique du Québec
CQPP — Coalition québécoise sur la problématique du poids

DSP — Direction de la santé publique
MSSS — Ministère de la Santé et des Services sociaux
MELS — Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ET DE « CONTREMARKETING » pour que ce soit normal de boire de l'eau et pour réduire la consommation de boissons sucrées et énergisantes.

EXEMPLES D' ACTIONS

CPE ET MILIEUX DE GARDE	ÉCOLES ET SERVICES DE GARDE	MILIEUX COMMUNAUTAIRES ET ASSOCIATIFS
<p><i>Acteurs impliqués</i> Direction et éducateurs.</p>	<p><i>Acteurs impliqués</i> Direction, personnel enseignant et responsables du service alimentaire.</p>	<p><i>Acteurs impliqués</i> Direction, intervenants, vedette sportive et concessionnaires.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les parents à l'alimentation de leurs enfants par des capsules d'information, des dépliants, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser les parents à l'alimentation de leurs enfants par des capsules d'information, des dépliants, etc.; • Participer à des campagnes de sensibilisation et de « contremarketing ». 	<ul style="list-style-type: none"> • Inciter les organisateurs d'événements sportifs, récréatifs ou autres à interdire la publicité et la vente des boissons énergisantes.
MUNICIPALITÉS		
<p><i>Acteurs impliqués</i> Service de communication de la municipalité, associations de commerçants ou de restaurateurs, vedette sportive, etc.</p>		
<p>Communiquer et sensibiliser</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir des activités de promotion et de sensibilisation sur les solutions de rechange aux boissons sucrées et énergisantes (kiosques d'information, défis, ateliers, démonstrations, portes ouvertes, etc.); • Faire connaître les endroits où il y a des fontaines d'eau; • Sensibiliser la population à la réutilisation des bouteilles en les remplissant aux fontaines d'eau. 	<p>Mener des actions pour influencer les organisations, les réseaux et les décideurs de tous les secteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir des plaidoyers en faveur de la réduction de l'accès aux boissons sucrées et énergisantes, de l'augmentation des taxes sur ces boissons et de l'interdiction de les vendre aux moins de 18 ans; • Soutenir ou créer des alliances et des réseaux de citoyens, et devenir membre de la CQPP et de l'AS PQ; • Porter les petites et les grandes réussites à l'attention des décideurs des différents milieux de vie des jeunes. 	

Sigles utilisés dans cette fiche

AQMS — Association québécoise des médecins du sport
 ASPQ — Association pour la santé publique du Québec
 CQPP — Coalition québécoise sur la problématique du poids

DSP — Direction de la santé publique
 MSSS — Ministère de la Santé et des Services sociaux
 MELs — Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

Quelles sont les ressources?

Afin de vous aider et d'éviter de réinventer la roue, voici des exemples de programmes éducatifs, de campagnes, d'outils de promotion et de sensibilisation que vous pouvez utiliser ou dont vous pouvez vous inspirer pour agir. Vous trouverez également des sites Internet pertinents auxquels vous référer.

PROGRAMMES ÉDUCATIFS ET CAMPAGNES

PROGRAMMES ÉDUCATIFS ET SENSIBILISATION Interventions visant les jeunes et leurs parents

Fondateur

Consortium jeunesse de la terre à la table.

www.jeunespousses.ca

Un trésor dans mon jardin (Jeune Pousse). Programme pour les milieux de garde et le primaire qui amène les enfants à découvrir le plaisir de bien manger en leur faisant connaître l'origine des aliments.

www.cinqepices.org

Petits cuistots-parents en réseaux (Ateliers Cinq-Épices). Programme d'art culinaire, d'alimentation et de nutrition pour la petite enfance et les jeunes du primaire.

www.tableedeschefs.org

Ateliers du frère Toc (Tablée des chefs). Programme culinaire pour les jeunes de 12 à 17 ans en milieux scolaire et communautaire.

Fondateur

Fondation des maladies du cœur et Réseau du sport étudiant du Québec (RSEQ).

www.fmcoeur.qc.ca

www.moncarburant.ca

« Sois futé, bois santé »

Programme en milieu scolaire sur la consommation de boissons sucrées.

Gobes-tu ça?

Campagne de « contremarketing » : concours, jeux-questionnaires, ateliers pratiques, dépliants, etc.

www.peluredebanane.com

Peluredebanane.com

Projet de sensibilisation et d'éducation à la saine alimentation, à la malbouffe et aux boissons énergisantes.

Fondateur

Éducation nutrition, Producteurs laitiers du Canada.

www.educationnutrition.org

Programme d'éducation des PLC. Différents programmes éducatifs pour la petite enfance et les jeunes du primaire (incluant services de garde et cours d'éducation à la santé).

RÉGLEMENTATION

GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

Santé Canada

<http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/index-fra.php>

Changement de statut réglementaire des boissons énergisantes qui permet une meilleure information.

MUNICIPALITÉS, COMMERCES ET ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES ET MUNICIPAUX

Interdiction de vendre des boissons énergisantes dans les établissements municipaux:

- Ville d'Amqui
- Ville de Causapscal
- Ville du Havre-Saint-Pierre
- Ville de Matapédia
- Ville de Repentigny
- Ville de Rimouski

Décision de cesser la vente de boissons énergisantes:

- Dépanneur de Trois-Rivières

Plusieurs écoles secondaires et arénas du Québec.

- Vente interdite aux jeunes dans les établissements scolaires;
- Retrait des boissons énergisantes des menus des arénas;



RESSOURCES ET OUTILS DE PROMOTION ET DE SENSIBILISATION

POSITIONS, MÉMOIRES ET AUTRES

Association pour la santé publique du Québec (ASPO)

- Journée de réflexion et de maillage
www.aspq.org/fr/evenements-et-conferences/22/journee-de-reflexion-et-de-maillage

- Bulletin de santé publique – Dossier spécial sur les boissons énergisantes (automne 2010)

Association québécoise des médecins du sport (AQMS)

- Communiqués et lettres ouvertes
- Énoncé de position « Les boissons énergisantes et le sport »

Coalition québécoise sur la problématique du poids (CQPP)

- Mémoire destiné au ministre de la Santé « Créer de la richesse pour investir dans l'avenir »
- Prises de position publiques en faveur de la taxation des boissons sucrées
- Communiqués et conférences de presse sur les boissons sucrées incluant les boissons énergisantes

Comité Action Matapédia En forme (CAMF)

- Mise en place d'environnements favorables par des actions en saines habitudes de vie auprès des enfants et de leurs familles; à l'origine de la réglementation de la ville d'Amqui.

Réseau du Sport étudiant du Québec (RSEQ)

- Communiqués et conférences de presse sur les boissons sucrées incluant les boissons énergisantes

SITES INTERNET PERTINENTS

Saines habitudes de vie, MSSS

www.saineshabitudesdevie.gouv.qc.ca

Extenso

www.extenso.org

Offres et pratiques alimentaires en service de garde

www.nospetitsmangeurs.org

Passeport santé

www.passeportsante.net

Santé Canada

www.hc-sc.gc.ca/fn-an/index-fra.php

Fondation des maladies du cœur

www.fmcoeur.on.ca

DOCUMENTATIONS

Guide alimentaire canadien

www.hc-sc.gc.ca/fn-an/food-guide-aliment/index-fra.php

Vision de la saine alimentation, MSSS

www.saineshabitudesdevie.gouv.qc.ca/visionsainealimentation

La zone-école et l'alimentation : des pistes d'action pour le monde municipal

www.aspq.org/documents/file/guide-la-zone-ecole-et-l-alimentation.pdf

Santé Canada

www.hc-sc.gc.ca/fn-an/pubs/nutrition/index-fra.php

Producteurs laitiers du Canada

www.resourcecenter.dairygoodness.ca/Request-for-material.aspx?NavID=426&CultureCode=fr

Politique-cadre « Pour un virage santé à l'école »

www.mels.gouv.qc.ca

Politique alimentaire à l'intention des CPE

www.arcpel.com/site.asp

Les boissons énergisantes démystifiées, site Internet et capsules vidéo, Extenso

www.extenso.org

Effets néfastes des boissons énergisantes sur votre santé buccodentaire, dépliant, Ordre des hygiénistes dentaires du Québec (OHDQ)

www.ohdq.com/Sante/SectionJeunesse/ConseilsAdo/BoissonsErgissantes.aspx

Boissons énergisantes : risques liés à la consommation et perspectives de santé publique, Institut National de Santé Publique du Québec (INSPQ)

www.inspq.qc.ca

Pour en savoir plus sur cette thématique,
quebecenforme.org

Pour échanger avec nous sur le sujet  

Québec 

Prévention[™]

Fondation Lucie
et André Chagnon

