

Des aliments sains dans les installations récréatives

Le simple bon sens





But

Les avantages pour la santé de manger beaucoup de légumes, de fruits et de grains entiers et de réduire le gras, le sel et le sucre sont nombreux. Les gens se réunissent souvent dans les installations récréatives pour des manifestations sportives et des activités récréatives, et ils devraient avoir accès à des aliments sains pendant qu'ils y sont.

La présente trousse a pour but de sensibiliser et d'informer les gens et de leur fournir des ressources qui favoriseront la disponibilité de choix alimentaires sains dans les installations récréatives du Nouveau-Brunswick. Les installations récréatives comprennent les patinoires, les piscines, les centres pour jeunes, les centres communautaires, les pistes de curling, les salles de quilles, les planchodromes et de nombreuses autres installations.

Chacune de ces installations exerce une influence directe sur les choix alimentaires des Néo-Brunswickois. Selon les choix que vous offrez dans vos comptoirs de vente d'aliments, vous pouvez aider à faire en sorte que **le choix d'aliments sains soit le choix le plus facile** pour les athlètes du Nouveau-Brunswick et leur famille.

Remerciements

Cette ressource a été réalisée grâce à la collaboration du ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport de la province du Nouveau-Brunswick et de la Coalition pour une saine alimentation et l'activité physique au Nouveau-Brunswick.

Les personnes et organismes énumérés ci-dessous ont joué un rôle clé dans la création de la présente ressource.

Groupe de travail de la CSAAPNB sur les choix alimentaires sains dans les installations récréatives communautaires :

- Jamie Shanks, Recreation NB
- Kate Baird, Ville de Fredericton
- Sara Hickey, Conseil consultatif de la jeunesse du Nouveau-Brunswick
- Sylvie Melanson, Mango, Miramichi
- Manon Ouellette, Centre de formation des Entraîneurs du Nouveau-Brunswick.
- Shauna Miller, hygiéniste alimentaire publique, Fredericton

Laura Brennan, étudiante à la maîtrise en hygiène alimentaire publique, Université de Toronto

Nous aimerions également remercier Kris Doull du « Westman Healthy Lifestyle Coalition » du Manitoba de nous avoir donné la permission d'adapter des sections de leur document « Making the Move to Healthy Choices» (<http://healthylife.cimnet.ca> en anglais seulement)



Table des matières

Pourquoi les installations récréatives?..... 3

Nouveaux marchés issus des tendances

Répondre aux attentes des clients

Quels bénéfices en retirez-vous?

Revenu potentiel des aliments nutritifs..... 6

De meilleur choix alimentaire pour vote établissement récréatif

Recettes et idées de repas

Mesures pour offrir des aliments nutritifs 9

La force du partenariat

Commercialisation et promotion



Utilisation de la trousse

La présente trousse d'information comporte plusieurs sections qui peuvent vous aider de différentes façons.

Cette brochure représente la section principale de la trousse. Elle a été conçue pour votre apprentissage, mais elle contient aussi des renseignements utiles qui vous aideront à expliquer pourquoi il est important d'apporter des changements dans votre installation et comment il est possible de les apporter tout en exploitant un comptoir de vente d'aliments rentable. Vous pouvez aussi utiliser les renseignements pour planifier des activités spéciales, des barbecues communautaires, des festivals d'été, etc.

La trousse contient plusieurs feuilles d'information que vous pouvez photocopier et distribuer à vos partenaires, tant dans votre installation que dans l'ensemble de la collectivité. Voici des exemples :

- **Cueillettes de fonds originales** – Cette feuille d'information peut être utile à tout groupe ou à toute équipe qui veut recueillir des fonds sans faire la promotion d'aliments malsains.
- **Choix santé pour les cantines** – Vous pouvez utiliser cette feuille d'information pour obtenir des idées pour vos propres comptoirs de vente d'aliments ou pour aider les groupes bénévoles de votre installation. Vous pouvez aussi la distribuer aux groupes de la collectivité qui sont intéressés à lancer une initiative semblable dans leur propre établissement.



- **Alimentation optimale pour une performance optimale et Boissons, santé et sport** – Ces feuilles d'information seront accueillies avec satisfaction par les parents, les entraîneurs et les athlètes. Ces documents les inciteront à choisir des aliments sains à la maison et dans votre installation.

Enfin, la trousse contient une **affiche** que vous pouvez poser un peu partout dans votre installation. Les parents passent souvent de longues périodes dans les couloirs et les entrées à attendre que leurs enfants terminent leurs activités.

Ces ressources peuvent sensibiliser vos clients aux choix alimentaires sains et les encourager à acheter des aliments plus sains pendant qu'ils se trouvent dans votre installation.

Nous espérons que ces renseignements vous aideront à fournir des choix alimentaires sains à vos clients. Pour obtenir de plus amples renseignements, commencez par le site **www.csaap.ca**, ou consultez les ressources d'autres provinces mentionnées tout au long de la trousse.

Pourquoi les installations récréatives?

Les Néo-Brunswickois, tout comme les autres canadiens, sont de plus en plus conscients des aliments qu'ils consomment, et ils recherchent des aliments qui ont bon goût et qui sont bons pour la santé¹. Il est essentiel d'aider les Néo-Brunswickois à faire des choix alimentaires plus sains en augmentant la disponibilité d'aliments sains dans les endroits où ils vivent, apprennent, travaillent et se divertissent :

- **Où ils vivent...** Les familles commencent à apporter des changements à la maison. Six Canadiens sur dix (59 %) disent avoir changé leurs habitudes alimentaires au cours de la dernière année¹.
- **Où ils apprennent...** Depuis 2005, les écoles du Nouveau-Brunswick offrent des aliments plus sains, grâce à la politique 711 (Nutrition et amélioration de l'alimentation en milieu scolaire)².
- **Où ils travaillent...** Les lieux de travail, les hôpitaux et d'autres établissements publics et privés commencent aussi à examiner les aliments qu'ils servent et qu'ils vendent.
- **Où ils se divertissent...** Les installations récréatives sont souvent la pierre angulaire de nombreuses collectivités³. En dehors du milieu scolaire, ce sont ces installations qui comptent le nombre le plus élevé de jeunes. Elles représentent aussi d'importants lieux de rencontre pour les parents et les adultes plus âgés. Les installations récréatives jouent déjà un rôle essentiel pour ce qui est de garder les Néo-Brunswickois en santé en leur fournissant un espace sécuritaire et public pour l'activité physique. Lorsque ces installations offrent aussi des choix alimentaires sains, elles peuvent avoir une influence considérable sur la santé de la collectivité.



« Les gens recherchent les options les plus saines, et ils sont contents de voir que nous vendons des fruits à notre cantine. »

– Gérant de la cantine,
aréna Willie O'Ree, Fredericton

Nouveaux marchés issus des tendances courantes

Les gens aujourd'hui font plus attention à ce qu'ils mangent. Même si le goût joue un rôle dans les choix alimentaires des Canadiens (98 % pensent que le goût est assez important, et 76 % pensent qu'il est très important¹), ce n'est pas le seul facteur qui détermine leurs décisions. Le coût aussi est assez ou très important pour environ 45 % des Canadiens¹. La qualité nutritionnelle des aliments qu'ils achètent entre également en ligne de compte.

En 2008, les facteurs nutritionnels les plus importants pour les Canadiens étaient les suivants : faible teneur en acides gras trans (80 %), grains entiers (78 %), faible teneur en sucre (72 %), faible teneur en sel ou en sodium (71 %)¹.

Comme le montre la figure 1, de nombreux Canadiens s'efforcent d'améliorer leur santé, et leurs tendances ont des répercussions sur les installations récréatives. Deux sondages auprès des clients d'aré纳斯 en Ontario ont révélé que :

- 90 % des répondants aimeraient pouvoir acheter des aliments sains dans les installations récréatives⁴ ;
- 34 % des répondants n'achètent pas d'aliments lorsqu'ils se trouvent dans les installations récréatives⁵ ;
- 47 % des répondants apportent des aliments de la maison⁵, pour la plupart (86 %) des aliments qui seraient considérés comme plus sains⁵.

Selon un sondage réalisé en 2005 auprès de 34 installations récréatives du Nouveau-Brunswick⁶, la plupart des installations ont un comptoir de vente d'aliments quelconque : 82 % des installations récréatives ont des distributeurs automatiques, et 91 % ont des cantines. Les aliments les plus couramment vendus dans les installations récréatives du Nouveau-Brunswick selon ce sondage sont les suivants : **hot dogs, tablettes de chocolat, boissons sucrées, croustilles et bonbons.**

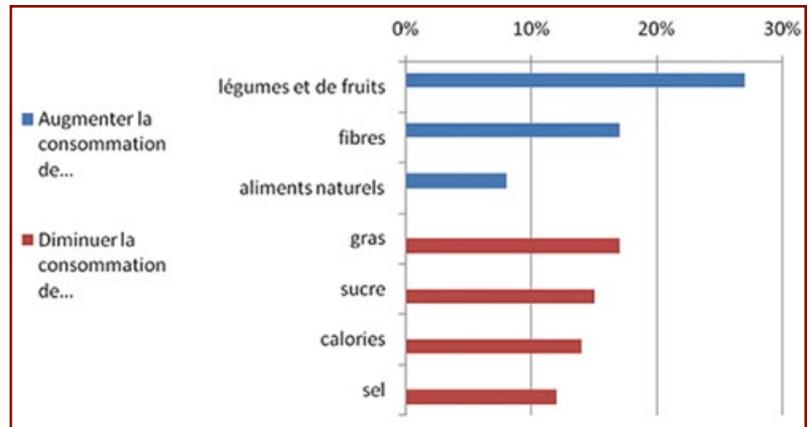
Lors de la conférence jeunesse Le Gros Splash, tenue au Nouveau-Brunswick en 2006, les participants ont fait l'objet d'un sondage visant à déterminer quel genre d'aliments ils aimeraient acheter dans les installations récréatives. Les aliments qu'ils seraient le plus portés à acheter sont les suivants :

boissons fouettées aux fruits, fruits et trempette au yogourt, lait, bagels, sandwiches, tortilla roulés style "wrap", bâtonnets de légumes avec une trempette.



D'autres recherches tendent à confirmer l'information obtenue auprès des jeunes du Nouveau-Brunswick. Un sondage semblable effectué en Ontario en 2007 a permis de constater que les cinq principaux aliments que les gens aimeraient acheter dans les aré纳斯 sont les suivants : **fruits frais, légumes, sandwiches, fromage et craquelins ainsi que des muffins faibles en gras**⁴.

Figure 1 : Changements visés par les Canadiens en matière de santé en 2008¹



Répondre aux attentes des clients

D'après ces données, la vente d'aliments sains permet d'exploiter un marché ferme et grandissant. Une grande variété de clients passe tous les jours par les portes de chaque installation récréative. Afin de répondre aux attentes des clients et de tenir compte de leurs préférences, il est bon de leur offrir une variété de choix, y compris des choix sains. Il est possible de maintenir la vente d'aliments traditionnels dans ces installations, tout en incitant les gens à acheter des aliments plus sains. Veuillez continuer de lire pour avoir des renseignements sur les façons de promouvoir une alimentation saine et de profiter de ce nouveau marché lucratif.

Quels bénéfices en retirez-vous?

En plus d'améliorer votre image et d'élargir votre clientèle, la vente d'aliments sains peut vous offrir les bénéfices suivants :

- exploitation d'un nouveau marché potentiel : les clients qui utilisent votre installation, mais qui n'achètent pas d'aliments;
- établissement de nouveaux partenariats avec les entraîneurs, les membres de la collectivité, les parents et les jeunes athlètes;
- reconnaissance en tant que chef de file de la promotion de la santé et du mieux-être;
- attention médiatique positive;
- sensibilisation de la collectivité à l'importance de manger sainement et contribution à la santé générale de la collectivité;
- contribution à l'amélioration du mieux-être du personnel de l'installation, ce qui peut déboucher sur un personnel et des bénévoles en meilleure santé et plus énergiques.

Les avantages pour la collectivité dans son ensemble sont énormes. Comme nous le savons, les taux de surcharge pondérale et d'obésité continuent d'augmenter. En 2007, 27 % des jeunes et 56 % des adultes au Nouveau-Brunswick avaient un surpoids ou étaient obèses⁷. Nous savons également que les habitudes alimentaires des Néo-Brunswickois doivent s'améliorer. Seulement six enfants sur dix⁸ et trois jeunes sur dix⁹, par exemple, mangent des légumes et des fruits cinq fois par jour. Pourtant, la recherche indique que les enfants et les adolescents qui mangent des fruits et des légumes cinq fois et plus par jour sont nettement moins susceptibles d'avoir un surpoids ou d'être obèses que ceux qui en consomment moins souvent¹⁰. En faisant en sorte que des aliments plus sains soient faciles à se procurer partout dans la collectivité, et ainsi **favoriser le choix santé**, nous pouvons contribuer à améliorer la santé de De plus, les gens en bonne santé sont plus portés à utiliser les installations récréatives.



sandwiches, tortilla

roulés style "wrap", bâtonnets de légumes avec une

trempe

Revenus potentiels du marché d'aliments sains



Hésitez-vous à offrir des aliments plus sains parce qu'ils coûtent trop cher, pourrissent trop vite ou exigent trop de travail? La bonne nouvelle est que les fournisseurs d'aliments commencent à se rendre compte du marché potentiel des aliments plus sains et à vendre des aliments plus sains qui, par rapport aux aliments moins sains, comportent des avantages concurrentiels en ce qui concerne l'entreposage et la préparation, l'équipement nécessaire et les coûts.

Selon une étude de cas effectuée au Nouveau-Brunswick, il est avantageux financièrement d'offrir des aliments sains dans les distributeurs automatiques et les cantines. Un projet de recherche entrepris au Nouveau-Brunswick en 2007 a établi une comparaison entre la marge de profit potentielle des aliments sains et celle d'aliments semblables à plus forte teneur en gras, en sel et en sucre et à plus faible teneur en nutriments.

Dans le contexte de la recherche, le coût d'achat réel des aliments dans les commerces de gros de produits alimentaires du Nouveau-Brunswick a été comparé au prix de détail type des aliments dans les distributeurs automatiques, les cantines et les restaurants de la province.

Dans l'étude de cas, la différence entre les prix de gros et de détail des aliments plus sains était très concurrentielle. Dans certains cas, elle était plus concurrentielle que pour les aliments moins sains. Voici des exemples :

- **Une pomme de terre au four garnie de salsa** se vend 2,00 \$ et coûte 0,19 \$ en gros; une portion semblable de **frites** se vend 2,00 \$ et coûte 0,30 \$ en gros.
- **Un bagel avec du beurre d'arachide** se vend 2,00 \$ et coûte 0,51 \$ en gros; les prix de vente et de gros d'un **hot dog** sont les mêmes.
- **Une barre céréalière** se vend 1,25 \$ et coûte 0,42 \$ en gros; une **tablette de chocolat** se vend 1,25 \$ et coûte 0,59 \$ en gros.

Les cas examinés dans le cadre du projet de recherche indiquent que de nombreux choix alimentaires sains offrent en fait une plus grande marge entre les prix de gros et de détail que des choix semblables qui sont moins sains. Les pages suivantes contiennent d'autres exemples.

Distributeurs automatiques de lait

Grâce à un distributeur automatique de lait, il est possible d'acheter du lait même si la cantine est fermée. Demandez à votre entreprise locale de distributeurs automatiques d'installer un distributeur automatique de lait dans votre installation récréative.

De meilleur choix alimentaire pour votre établissement récréatif

Loin d'être fades, les quatre groupes alimentaires offrent de nombreux choix alimentaires qui sont à la fois délicieux, nutritifs et très appréciés des clients. Voici des suggestions pour des choix alimentaires plus sains, montrant les prix de détail et de gros tirés de l'étude réalisée au Nouveau-Brunswick en 2007.

Légumes et fruits

	Prix de détail*	Prix de gros*	Différence*
Pomme	1,00 \$	0,30 \$	0,70 \$
Banane	1,00 \$	0,25 \$	0,75 \$
Pomme de terre au four	1,50 \$	0,03 \$	1,47 \$
Fruits en conserve	1,00 \$	0,65 \$	0,35 \$
Bâtonnets de légumes	2,50 \$	0,70 \$	1,80 \$

Produits céréaliers

	Prix de détail*	Prix de gros*	Différence*
Bagel (2,3 oz)	1,00 \$	0,30 \$	0,70 \$
Bagel (4 oz)	1,50 \$	0,36 \$	1,14 \$
Barre céréalière	1,25 \$	0,45 \$	0,80 \$
Bretzels	1,25 \$	0,45 \$	0,80 \$

Lait et substituts

	Prix de détail*	Prix de gros*	Différence*
Bâtonnets de fromage	1,00 \$	0,34 \$	0,66 \$
Lait 2 % (500 ml)	2,00 \$	0,96 \$	1,04 \$
Lait au chocolat (500 ml)	2,00 \$	1,06 \$	0,94 \$
Yogourt (100 g)	0,75 \$	0,41 \$	0,34 \$
Yogourt en tube	0,75 \$	0,32 \$	0,43 \$
Yogourt à boire	1,75 \$	0,79 \$	0,96 \$

Viande et substituts

	Prix de détail*	Prix de gros*	Différence*
Hoummos et pita	2,50 \$	1,28 \$	1,22 \$
Mélange de randonnée	1,00 \$	0,43 \$	0,57 \$

** Basé sur les prix observés en 2007 dans le cadre du projet de recherche du Nouveau-Brunswick*

Recettes et idées de repas

Voici quelques idées pour des aliments dont vous pourriez faire l'essai. Les prix de détail et de gros indiqués dans le tableau ci-dessous sont tirés de l'étude réalisée au Nouveau-Brunswick en 2007.

Des parfaits, c'est parfait!

Les parfaits aux fruits et au yogourt sont populaires, délicieux et faciles à préparer. Vous pouvez les préparer à l'avance et les garder au réfrigérateur, ou les préparer sur demande.

Recette : Mélanger dans un verre ou un bol en plastique $\frac{3}{4}$ tasse de yogourt à la vanille et $\frac{1}{2}$ tasse de fruits congelés.

Bagels

De nombreux commerces de gros vendent les bagels en boîte ou emballés séparément. Les bagels plus petits peuvent être vendus dans les distributeurs automatiques. Servez-les grillés, réchauffés ou frais, avec une variété de garnitures : ils plairont à tous!

Le chili

Le chili est un met très populaire avec les Néo-Brunswickois, et il représente une option facile pour toute cantine, petite ou grande. Mettez du chili en boîte, congelé ou fait sur place dans une mijoteuse et il sera prêt à servir durant toute la journée!

Autres idées...

- Fromage et craquelins
- Pomme de terre au four garnie de chili, de salsa ou de crème sure faible en gras
- Spaghetti et sauce à la viande
- Soupe aux légumes et petit pain de blé entier
- Quesadillas

	Prix de détail*	Prix de gros*	Différence*
Parfaits aux fruits	2,25 \$	1,44 \$	0,81 \$
Bagel avec crème sure faible en gras	1,75 \$	0,66 \$	1,09 \$
Chili	2,50 \$	0,68 \$	1,82 \$
Idées de repas (ci-dessus)	1,00 \$ – 3,00 \$	0,50 \$ – 1,70 \$	0,50 \$ – 2,30 \$

* Basé sur les prix observés en 2007 dans le cadre du projet de recherche du Nouveau-Brunswick

Il existe beaucoup d'autres idées pour des collations et des repas sains. Si vous ne faites que commencer, vous pouvez parler aux responsables d'autres installations récréatives pour vous informer de leurs démarches.

Vous pouvez aussi consulter les ressources suivantes :

- La feuille d'information « Choix santé pour les cantines » qui accompagne la présente trousse.
- La trousse du Manitoba, intitulée « Making the Move to Healthy Choices ». Les pages 7 à 17 de la trousse principale comportent de nombreuses suggestions d'aliments et idées de repas. Les bulletins d'information présentent des idées pour des recettes, de même que les réussites des installations récréatives de cette province. Ces ressources sont disponibles à l'adresse suivante : <http://healthylife.cimnet.ca> (en anglais seulement).

« Nos choix étaient dictés par nos heures d'ouverture. Nous vendions ce qui était rentable. Nous avons gardé les hamburgers faibles en gras et nous vendons des bouteilles d'eau. J'ai demandé au gars qui s'occupe des distributeurs automatiques d'installer un distributeur de lait et d'ajouter des arachides et des croustilles santé dans les distributeurs. »

– Anna Dean, aréna de Rogersville

Mesures pour offrir des choix nutritifs

[Adapté de la trousse « Making the Move to Healthy Choices », (Manitoba) 2008]
(<http://healthylife.cimnet.ca> - en anglais seulement)

Si vous adoptez une approche planifiée, les changements que vous apportez aux aliments vendus dans votre comptoir de vente d'aliments, votre casse-croûte, votre distributeur automatique ou votre cantine peuvent être plus fructueux. Faites preuve de flexibilité, et rappelez-vous que, parfois, tout dépend du choix du moment.

La force des partenariats

Étape 1 – Rassemblez votre équipe

Le fait de trouver et de faire intervenir les personnes clés peut accroître le succès de tout changement. Recherchez le soutien et la participation des membres de votre conseil d'administration afin de les aider à comprendre les avantages d'inclure des aliments plus sains dans votre installation (voir les pages 3 à 5). Vous devriez également susciter la participation des employés ou des bénévoles de votre service alimentaire pour les aider à se préparer aux changements qui pourraient être apportés à leur rôle et pour aborder de façon proactive les préoccupations qu'ils pourraient avoir.

D'autres personnes dans votre collectivité peuvent vous appuyer dans votre initiative. Elles pourraient vous fournir de l'information sur une saine alimentation, vous aider à élaborer des stratégies de commercialisation ou vous aider à faire circuler l'information au sujet de votre nouvelle initiative. Les partenaires éventuels dans votre collectivité peuvent inclure les comités sportifs et récréatifs de votre municipalité, le conseil municipal, les familles, les utilisateurs de votre installation, le personnel de l'installation, les entraîneurs, les athlètes, les clubs de bienfaisance, les professionnels de la santé, les médias et les entreprises locales. Les partenaires prennent un engagement à l'égard de ce type de projet lorsqu'ils voient clairement ce à quoi ils peuvent contribuer et comment leur participation peut leur être profitable. C'est une solution qui ne fait que des gagnants. L'établissement de liens communautaires contribuera à votre succès.

Étape 2 – Quelle est votre situation actuelle?

Avant de commencer à prendre des décisions à propos des changements à apporter, il est important de jeter un coup d'œil sur sa situation actuelle. Tous ces facteurs auront un impact sur les changements que vous ferez, comment vite vous pourrez commencer, etc.

- Quels aliments offrez-vous actuellement?
- Quel genre de service alimentaire offrez-vous?
- De quel genre d'équipement de cuisine disposez-vous?
- De quel espace disposez-vous pour la préparation des aliments?
- De quel genre de réfrigérateur disposez-vous?
- Votre service alimentaire est-il contractuel?
- Êtes-vous propriétaire de vos distributeurs automatiques?
- Qui peut vous fournir un coup de main?
- Quels sont les autres éléments à prendre en compte?



Étape 3 – Quels sont vos objectifs?

Souvent, les plans les plus fructueux comportent l'établissement d'objectifs à long terme et de plus petits objectifs à court terme. Il est bon d'avoir une vision d'une grande portée, mais il est tout aussi important d'apporter les petits changements simples qui sont nécessaires en cours de route. En prenant comme point de départ les objectifs établis à l'étape 2, comment prévoyez-vous aller de l'avant? Décrivez de la meilleure façon de procéder et de ce qui réussira le mieux pour vous.

- Quelles sont vos priorités?
- Quels seront les changements les plus faciles à apporter? Pourquoi?
- Quels seront les changements les plus difficiles à apporter? Pourquoi?
- Quels changements peuvent être apportés dès maintenant, dans six mois et dans un an?

Étape 4 – Quels sont vos résultats?

Tout changement nécessite un cycle continu d'examen des rétroactions, d'échange des réussites et d'amélioration des initiatives qui ne se sont pas déroulées comme prévu.

- Présentez régulièrement un compte rendu à votre conseil d'administration et à d'autres.
- Gardez les documents sur les ventes et les stratégies de commercialisation.
- Consultez les entraîneurs, les gérants et les comités de parents afin qu'ils comprennent et puissent promouvoir les nouveaux choix alimentaires sains.
- Parlez aux gens afin de les sensibiliser à l'importance d'offrir des aliments sains dans les milieux récréatifs.



Pour d'autres idées sur la façon d'accomplir ce travail...

- *La Coalition pour une saine alimentation et l'activité physique au Nouveau-Brunswick (CSAAPNB) peut vous fournir des ressources supplémentaires ou vous mettre en contact avec des gens en mesure de vous aider. L'adresse du site Web est www.csaap.ca.*
- *La trousse de la Colombie-Britannique pour une saine alimentation dans les installations récréatives (« Stay Active Eat Healthy ») est disponible à l'adresse suivante : www.stayactiveeathealthy.ca/managers/modular_toolkit.html (en anglais seulement).*

Commercialisation et promotion

Pour accroître les ventes de tout nouveau produit, il faut une stratégie de commercialisation et de promotion. Voici des suggestions pour accroître l'intérêt des clients à l'égard des nouveaux produits :

Test de dégustation

Offrez des échantillons gratuits pour présenter les nouveaux aliments aux clients. Vous obtiendrez ainsi une idée de la popularité des nouveaux produits, tout en suscitant l'enthousiasme à l'égard des nouveaux aliments et en attirant l'attention sur ces aliments. Si vous offrez deux ou trois nouveaux aliments en même temps, demandez aux clients de remplir un très court questionnaire en indiquant quels aliments ils seraient plus portés à acheter.

Réorganisation de la cantine

Profitez des leçons apprises des experts en matière de commercialisation. Tenez compte de la couleur, du goût, de la texture et de la température en planifiant votre menu et en préparant des aliments sains. Les gens achèteront les aliments qui sont bien présentés et qui ont bon goût. La présentation des aliments est importante pour les clients¹¹. Encouragez l'achat impulsif de choix alimentaires plus sains par les moyens suivants :

- placer les choix d'aliments plus sains au niveau de l'œil et à portée de la main;
- réduire la visibilité des aliments moins sains;
- utiliser un emballage et un étalage attrayants.

Panneaux et autres moyens de promotion

La recherche indique que la vente d'aliments sains dans les installations récréatives est plus élevée tout de suite après le lancement et les activités de promotion³. Utiliser une gamme de stratégies de commercialisation tout au long de la saison aidera à maintenir un niveau d'intérêt élevé. Voici des suggestions :

- Posez des bannières et des panneaux aux couleurs vives à différents endroits de l'installation, non pas seulement dans la cantine. Vous pouvez utiliser pour votre campagne de promotion l'affiche pour babillard qui est comprise dans la présente trousse.
- Annoncez les nouveaux aliments sur le système de sonorisation pendant les activités.
- Créez un thème de commercialisation pour vos aliments nutritifs, par exemple les options « Lunch santé », « Aliments énergisants » et « Je choisis »¹¹.
- Utilisez des points, des tirages ou des cartes d'utilisation fréquente pour encourager les clients à acheter des aliments et des repas sains. Demandez aux organismes partenaires de donner des prix (équipement de conditionnement physique, bidons, sacs de sport, aliments sains, etc.).
- Inscrivez les choix alimentaires sains dans la partie supérieure de la carte à menus, ou indiquez-les à l'aide d'un symbole spécial;
- Utilisez des couleurs vives et attrayantes, des gros caractères et des images pour illustrer les choix alimentaires sains.

Salubrité des aliments

L'installation doit obtenir un permis pour tout aliment nécessitant une préparation ou un emballage sur les lieux. Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquez avec le bureau local d'inspection sanitaire.





Sources

1. Conseil Canadien des aliments et de la nutrition. **Tracking Nutrition Trends VII**, août 2008.
2. Nouveau-Brunswick. Ministère de l'éducation. **Nutrition et amélioration de l'alimentation en milieu scolaire**. Politique 711 du ministère, [En ligne], le 11 mars 2005. www.gnb.ca/0000/pol/f/711F.pdf. [Consulté] en mai, 2009
3. Baltadjian, A. et P. Frisby. **Healthy Eating in Arenas Pilot Project Report**, [En ligne], 2008. www.durhamlives.com/healthy_eating/arenas.htm [Consulté] en mai, 2009.
4. Creating Healthy Environments for Youth Coalition. **Arena Survey Report**, [En ligne], 2007. www.durhamlives.com/healthy_eating/arenas.htm [Consulté] en mai, 2009.
5. Thomas, Sarah. **Making the Healthy Choice: Nutrition Policy and Recreation Facilities**, [En ligne], 2005. <http://ir.lib.sfu.ca/handle/1892/759> [Consulté] en mai 2009.
6. Coalition pour une saine alimentation et l'activité physique. **Sondage réalisé auprès des installations récréatives du Nouveau-Brunswick en 2005**.
7. **Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes**, Ottawa, Statistique Canada, 2007.
8. **Sondage sur le mieux-être des élèves du Nouveau-Brunswick 2007-2008**. Sondage réalisé auprès des élèves de la maternelle à la 5^e année.
9. **Sondage sur le mieux-être des élèves du Nouveau-Brunswick 2006-2007**. Sondage réalisé auprès des élèves de la 6^e à la 12^e année.
10. Shields, Margot. **Nutrition : Résultats de l'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes - Obésité mesurée : L'embonpoint chez les enfants et les adolescents au Canada**, Ottawa, Statistiques Canada, 2005.
11. Healthy Food Choices for Community Recreation Facilities Committee. **Making the Move to Healthy Choices: A Toolkit to Support Healthy Food Choices in Recreation Facilities**, Brandon (Manitoba), <http://healthylife.cimnet.ca> [En ligne] 2008. [Consulté] en mai, 2009

