

Abstract - Groupe n°24

## **5 portions de fruits et légumes par jour : de l'intention du message à sa réception par la population**

Raphaël Diserens, Nicolas Gurtler, Paul Messikommer, Elise Ramel, Gaëtan Zwingli

### *Problématique*

En 2001, la ligue suisse contre le cancer lance la campagne de prévention « 5 par jour » basée sur des recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé, pour prévenir les maladies chroniques et les déficits nutritionnels. Des études ont montré que le succès de ces actions de promotion reste modeste et que la consommation de fruits et légumes n'augmente que faiblement. Comment la population Suisse comprend et réagit-elle face à ce message de prévention?

### *Objectifs*

Sonder les représentations de la population, notamment sa connaissance du message, la compréhension qu'elle en a et les éléments influençant son application. Puis, les comparer aux objectifs de la recommandation. Si besoin, proposer des pistes d'amélioration.

### *Méthodologie*

Approche qualitative par entretien semi-structuré auprès de 48 Lausannois, un matin de semaine, sur une place centrale de la ville. Par ailleurs, une diététicienne a été interrogée à titre d'informatrice-clé pour comprendre les intentions de la campagne.

### *Résultats*

Sur l'ensemble de notre échantillon, la majorité ne connaît : ni le slogan, ni le logo «5 par jour», mais connaît le message « 5 fruits et légumes par jour ». L'ensemble comprend correctement le message. La plus part des gens interrogés ont connu ce slogan par le biais des médias, principalement sur les chaînes de télévision françaises. Presque personne n'a pu nous dire où voir la campagne en Suisse. Les gens sont conscients qu'on leur conseille cela pour leur santé, leur poids et la prévention des maladies, sans pour autant connaître lesquelles. La majorité a comme idée d'une portion la taille d'une pomme. Elle s'imagine pouvoir uniquement consommer des portions sous forme de fruit/légume frais et non transformés, à l'exception des jus. Dans l'ensemble, les gens suivent cette recommandation, mais trouvent difficile d'en manger 5 portions par jour. La motivation première est le plaisir, suivie par la santé et le poids. Ne pas manger chez soi ou ne pas avoir le temps constitue une limite à l'application. A l'exception du transit intestinal, la majorité des gens ne constatent pas de bénéfice direct à l'application de cette recommandation. Selon l'avis général, la campagne est peu visible, manque d'originalité et d'humour. La plupart des personnes interrogées trouvent qu'il faudrait améliorer ces aspects et en faire la promotion auprès des écoles et des parents.

### *Conclusion*

Le message est, de manière générale, bien compris mais plutôt en terme de principe qu'en terme de quantité. Les gens interrogés disent tous avoir de la peine à arriver à 5 fruits et légumes par jour mais ont intégré l'idée d'en manger le plus possible. Par contre ils trouvent la campagne pas suffisamment visible ni percutante. Les pistes d'améliorations sont une meilleure éducation au niveau scolaire et du grand public ainsi qu'un encouragement via les restaurateurs.

### *Mots clés*

légumes, fruits, nutrition

## INTRODUCTION

En 2001, la Ligue suisse contre le cancer lance la campagne « 5 par jour »<sup>1</sup>. Elle se base sur les recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé et vise à encourager la consommation de fruits et légumes en Suisse, dans le but de prévenir les cancers, les maladies chroniques et les déficits nutritionnels.<sup>2,3</sup>

En 2003, «5 par jour» crée le logo rouge<sup>5</sup> qui s'appose sur différents produits alimentaires. La campagne change son orientation de prévention pour une orientation de promotion de la santé. Ce changement est fait, d'une part, car l'article 19 de l'ordonnance des denrées alimentaires interdit de vanter les vertus curatives des aliments et, d'autre part, car l'origine des maladies est multifactorielle.

Dans la communication de «5 par jour», on peut citer des parutions dans les journaux, des spots publicitaires télévisés et au cinéma, des brochures d'information, des livres de cuisine et sur leur site internet.<sup>1</sup> La campagne «5 par jour» travaille en partenariat avec Promotion Santé Suisse, l'Office Fédéral de la Santé Publique, la Société Suisse de Nutrition, l'union des Maraîchers, la Coop et diverses associations.

Le message transmis par la campagne consiste à manger quotidiennement cinq portions de 120 grammes de fruits ou légumes.<sup>1</sup> Malgré la campagne, la consommation de fruits et légumes en Suisse reste inférieure à leurs objectifs.<sup>4</sup>

## OBJECTIFS

- Sonder les représentations de la population concernant la recommandation (compréhension, application et avis général).
- Comparer les représentations de la population aux objectifs de la recommandation.
- Si besoin, proposer des pistes d'amélioration en se basant sur les remarques des individus interrogés.

## METHODOLOGIE

- Revue de littérature pour mieux cerner les enjeux de la campagne, son application par la population et les dimensions « de santé » qui en découlent.
- Questionnaire semi-structuré qualitatif à échantillon opportuniste de 48 personnes adressé à des passants des rues de Lausanne.
- Entretien avec la diététicienne référente du programme cantonal « Ça marche ! »

## Remerciements :

Nous tenons à remercier les personnes suivantes pour leur contribution à notre travail : Jacques Baudat, Laurence Margot, Jacques Gaume, Marie-Claude Hofner, Marie Tercier, Noémi Calvo

## RESULTATS

### VISIBILITE DU MESSAGE

La majorité des personnes interrogées ne connaît pas la campagne «5 par jour», mais connaît la recommandation et ceci via la télévision, plus particulièrement via les chaînes françaises. Très peu ont vu la campagne en Suisse, à l'exception du message sur certaines publicités alimentaires. Un faible nombre de personnes ont été sensibilisées par leur médecin, leurs enfants revenant de l'école ou leur entourage.

« Je l'ai vu à télé française. »



« 5 pommes par jour ?! Ça fait beaucoup. »



Référence :  
1 portion = 120 g.<sup>1</sup>

### PORTION : QUANTITE ET TAILLE PERCUE

La quasi-totalité des personnes interrogées parle en termes de fruits ou de légumes et non en termes de portion. La majorité de l'échantillon se réfère à une pomme ou au contenu d'une paume pour définir la taille d'une portion. Le poids des 5 portions est très souvent sous-estimé.

« Les surgelés, ça compte pas. Non ? »



### TYPES DE PORTION

Une large majorité des personnes interrogées pense que seules comptent les portions sous forme de fruits/légumes frais non transformés, ainsi que sous forme de jus, de soupes ou de compotes. Les plats préparés, surgelés et boîtes de conserve sont rarement pris en considération comme portion. L'ajout de sel ou de sucre est souvent perçu comme une transformation qui annule la prise en considération de l'aliment en tant que portion.

Référence : toutes les formes sont valables<sup>1</sup>

### MOTIVATIONS A L'APPLICATION

La motivation première est le plaisir. Une personne sur deux mentionne la santé. Une minorité mentionne le contrôle du poids, le bien-être ou encore l'équilibre de l'assiette.

« Je le fais par plaisir avant tout ! »



« J'aimerais bien, mais j'ai pas le temps. »



### OBSTACLES A L'APPLICATION

Manger à l'extérieur et le manque de temps nécessaire à la préparation des mets sont les principaux obstacles à l'application de la recommandation. La quasi-totalité des personnes estime avoir facilement accès aux fruits et légumes. Le problème du prix est rarement mentionné, d'autant plus lorsqu'il est mis en rapport au prix de la viande.

« Parce que c'est bon pour la santé. »



### EFFETS SUR LA SANTE

Les gens sont conscients qu'on leur conseille les 5 portions pour leur santé, le contrôle du poids et la prévention des maladies, sans pour autant connaître lesquelles. A l'exception du transit intestinal, la majorité des gens ne constate pas de bénéfice direct à l'application de cette recommandation. Quelques personnes mentionnent la sensation de légèreté après un repas riche en fibres, ainsi qu'un renforcement du système immunitaire permettant de prévenir les maladies saisonnières.

Référence : prévient maladies cardiovasculaires, cancer et obésité<sup>1</sup>

## DISCUSSION

Un élément à prendre en compte dans cette campagne est qu'elle est se présente plus comme une campagne de promotion que comme une campagne de prévention. Cela présente des avantages au niveau du caractère positif du message, mais aussi des désavantages. Plus particulièrement, la campagne n'explique que peu pourquoi une consommation insuffisante de fruits et légumes peut favoriser certaines maladies. Ceci peut altérer la compréhension et l'application du message.

Une piste d'amélioration proposée serait d'augmenter l'investissement éducatif au niveau de la population, via un supplément d'information dans les médias suisses, ainsi que plus d'actions publiques de prévention. Une seconde piste serait d'encourager l'éducation alimentaire à l'école par une approche pratique (qui relève de l'expérience) et originale. Une autre piste serait d'encourager financièrement les commerces à vendre des plats plus équilibrés.

### CRITIQUES

Lorsque les réponses des passants restaient superficielles, nous les relançons en leur indiquant certaines pistes de réponse possibles. Nous sommes conscients d'avoir pu suggérer quelques réponses, mais cela nous a permis une exploration plus poussée des représentations de gens. Le lieu et l'heure auxquels nous avons effectué les entretiens (centre ville de Lausanne, le matin) excluent d'emblée la population active de notre échantillon.

## CONCLUSION

Malgré une bonne réception du message, une incompréhension persiste au niveau de ce qu'est une portion.

Peu de personnes connaissent la campagne de prévention «5 par jour», mais excellente réception de l'importance d'avoir une consommation quotidienne en fruits et légumes.

En moyenne, 5 portions de fruits et légumes semblent difficilement atteintes au quotidien.

La visibilité et l'originalité de cette campagne sont jugés insuffisantes.



Les principaux obstacles à l'application de la recommandation sont le manque de temps à disposition pour la préparation des repas, ainsi que l'impossibilité de rentrer chez soi pour manger.

Les trois pistes principales d'amélioration sont une éducation scolaire plus poussée, une promotion publique plus visible et encourager les commerces à vendre des plats équilibrés.