

Faire contrepoids aux initiatives publicitaires par les politiques publiques

Lana Vanderlee, PhD

Centre NUTRISS (Nutrition, santé et société)
Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels (INAF)
l'École de nutrition

JASP

Contrer les pratiques commerciales pour favoriser la santé : le cas des boissons sucrées
25 novembre, 2021



UNIVERSITÉ
LAVAL

Conflit d'intérêts

Je, Lana Vanderlee, n'a pas de conflit d'intérêts à déclarer.

Politique canadienne visant à restreindre la publicité destinée aux enfants d'aliments malsains qui:

- Inclut les **emballages des produits**
- Considère largement le **marketing numérique** (p. ex., le partage entre les pairs sur les médias sociaux, jeux vidéos, etc.)
- Inclut les **commandites sportives**
- Inclut le marketing des **marques** 'malsaines' (ainsi que les produits)
- **Définit** clairement les produits permis et interdits d'être publicisés
- Aborde le marketing **attrayant** pour les enfants
- Concerne à la fois les enfants **et les adolescents...**

... même si une telle politique était en place, le marketing resterait toujours bien présent

Créer des « environnements alimentaires » favorables


Des politiques publiques qui sont en synergie avec une politique visant à restreindre la publicité aux enfants

- **Taxation** des boissons sucrées
- Amélioration de la **qualité de l'offre alimentaire**

 OPEN ACCESS  PEER-REVIEWED

RESEARCH ARTICLE

Impact of the announcement and implementation of the UK Soft Drinks Industry Levy on sugar content, price, product size and number of available soft drinks in the UK, 2015-19: A controlled interrupted time series analysis

Peter Scarborough , Vyas Adhikari, Richard A. Harrington, Ahmed Elhoussein, Adam Briggs, Mike Rayner, Jean Adams, Steven Cummins, Tarra Penney, Martin White

Published: February 11, 2020 • <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003025>

Article 	Authors	Metrics	Comments	Media Coverage	Peer Review
---	----------------	----------------	-----------------	-----------------------	--------------------

Créer des « environnements alimentaires » favorables

Des politiques publiques qui sont en synergie avec une politique visant à restreindre la publicité aux enfants

- Taxation des boissons sucrées
- Amélioration de la **qualité de l'offre alimentaire**
- **Étiquetage** sur le devant de l'emballage
- Stratégies dans les différents **commerces d'alimentation**
- **Restreindre la disponibilité** des boissons sucrées dans ou autour des milieux de vie des enfants et **améliorer** la disponibilité de l'eau
- Campagnes ou stratégies dans **les médias de masse**



Guide
alimentaire
canadien

Choix
alimentaires

Habitudes
alimentaires

Recettes

Conseils

Ressources

Savourez une variété d'aliments sains tous les jours

Mangez des légumes
et des fruits en
abondance

Consommez des
aliments protéinés

Faites de l'eau
votre boisson
de choix





MENU

Canada.ca > Santé > Aliments et nutrition > Guide alimentaire canadien > Recommandations en matière d'alimentation saine

Guide alimentaire canadien

Le marketing peut influencer vos choix alimentaires



Choix alimentaires sains

Savourez une variété d'aliments sains tous les jours



Limitez les aliments hautement transformés



Faites de l'eau votre boisson de choix



Utilisez les étiquettes des aliments

Restez vigilant face au marketing alimentaire



Limitez l'exposition des enfants au marketing alimentaire

Habitudes alimentaires saines

Il est important de rester vigilant face au marketing alimentaire qui risque d'influencer vos choix.

Sur cette page

- [Le marketing alimentaire et vous](#)
- [Comment le marketing alimentaire peut influencer vos choix alimentaires](#)
- [Les avantages de rester vigilant face au marketing alimentaire](#)
- [Comment rester vigilant face au marketing alimentaire quand on fait des choix alimentaires](#)

Le marketing alimentaire et vous

Le marketing alimentaire est un type de publicité favorisant la vente de certains aliments ou produits alimentaires. De nombreux aliments et boissons commercialisés peuvent présenter une teneur trop élevée en sodium, en sucres ou en gras saturés.

Le marketing alimentaire peut prendre diverses formes telles que :

- l'image de marque
- la promotion par une célébrité
- les concours et les ventes promotionnelles
- les messages sur les réseaux sociaux comme :
 - Twitter
 - Pinterest
 - Snapchat
 - Facebook
 - Instagram


L'effet synergique des politiques au Chili - Un exemple



Photo: <http://explorateursculinaires.tv/le-chili-a-eu-la-peau-de-tony-le-tigre/>

Taillie et al. The Lancet Planetary Health. 2021; 5(8):E526-E533; Taillie et al, PLOS Medicine. 2020 <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003015>,

An evaluation of Chile's Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study

Lindsey Smith Taillie, Marcela Reyes, M. Arantxa Colchero, Barry Popkin, Camila Corvalán 

Published: February 11, 2020 • <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003015>

International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity

[Home](#) [About](#) [Articles](#) [Submission Guidelines](#)

Research | [Open Access](#) | [Published: 04 May 2021](#)

TV advertising and dietary intake in adolescents: a pre- and post- study of Chile's Food Marketing Policy

[Melissa L. Jensen](#), [Francesca R. Dillman Carpentier](#), [Linda Adair](#), [Camila Corvalán](#), [Barry M. Popkin](#) & [Lindsey Smith Taillie](#) 



International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity **18**, Article number: 60 (2021) | [Cite this article](#)

1624 Accesses | 1 Citations | 17 Altmetric | [Metrics](#)
Journées annuelles de santé publique 2021

THE LANCET Planetary Health

ARTICLES | VOLUME 5, ISSUE 8, E526-E533, AUGUST 01, 2021

Changes in food purchases after the Chilean policies on food labelling, marketing, and sales in schools: a before and after study

[Lindsey Smith Taillie, PhD](#) • [Maxime Bercholz, MS](#) • [Prof Barry Popkin, PhD](#) • [Marcela Reyes, PhD](#) • [M Arantxa Colchero, PhD](#) • [Camila Corvalán, PhD](#)  

[Open Access](#) • Published: August, 2021 • DOI: [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(21\)00172-8](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(21)00172-8)

 Check for updates

Des politiques pour soutenir une surveillance efficace

Infrastructure pour la surveillance

- Marketing
 - Exposition à la publicité
 - Pouvoir de la publicité (techniques)
 - Changements dans les publics ciblés (enfants > adolescents)
 - Dans tous les lieux, types de médias, etc.

- Évaluer la consommation des boissons sucrées de façon détaillée

Suivi et transparence de l'activité politique des entreprises



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

[English](#)

Rechercher dans Canada.ca



MENU ▾

[Canada.ca](#) > [Santé](#) > [La vision pour un Canada en santé](#) > [Stratégie de Santé Canada en matière de saine alimentation](#)

Réunions et correspondance sur la saine alimentation

Apprenez-en davantage au sujet des réunions et de la correspondance avec les intervenants en ce qui a trait à la Stratégie en matière de saine alimentation.



Veillez noter que l'accès à l'information, au document ou à l'hyperlien vers un site Web unilingue a été offert par courtoisie dans la langue officielle dans laquelle une entité non assujettie à la [Loi sur les langues officielles](#) nous l'a transmis.

Filtrer les articles

Affiche 1 à 10 de 374 entrées | Afficher entrées



<https://www.canada.ca/en/services/health/campaigns/vision-healthy-canada/healthy-eating.html>



Lana Vanderlee, PhD

Professeure adjointe
École de nutrition

Centre Nutrition, santé et société (NUTRISS)
Institut sur la nutrition et les aliments fonctionnels

Email: [lana.vanderlee@fsaa.ulaval.ca](mailto: lana.vanderlee@fsaa.ulaval.ca)

Twitter: @LanaVanderlee

INFORMAS Canada: www.informascanada.com

Grand merci à Caroline Vaillancourt pour l'assistance avec traduction!



UNIVERSITÉ
LAVAL