



# Les modes et les méga-tendances

L'engouement pour le « faible en glucides » qui captive présentement toute la nation montre déjà des signes de longévité. Cette semaine, les Diététistes du Canada (DC) sont descendues dans l'arène. Roselle Martino, diététiste diplômée et présidente du Réseau du diabète, de l'obésité et des maladies cardio-vasculaires de DC mentionne que « les aliments étiquetés « faible en glucides » ont souvent presque autant de calories que leur équivalent régulier et sont habituellement plus dispendieux. » Et bien que les régimes faibles en glucides aient été tour à tour à la mode et dépassés, il n'y a aucune étude à long terme qui ait démontré leur bénéfice par rapport aux approches de perte de poids plus conventionnelles: la sempiternelle routine de manger-moins-faire-plus-d'exercice qui incorpore la gamme complète des choix alimentaires.

En fait, bien que les gens perdent du poids avec les régimes « faible en glucides », ceux-ci sont accompagnés d'un risque plus élevé d'hypertension, de perte de densité osseuse, de goutte et de calculs rénaux. Unilever Canada vient tout juste de dévoiler sa nouvelle ligne de produits Options glucides. Les marques Knorr, Hellmann's, Skippy et Lipton offriront la ligne options 'faible en glucides' juste à côté de leur équivalent régulier, affublée d'une étiquette bleutée et avec l'accent sur l'information nutritionnelle des glucides.

Si les transformateurs alimentaires peuvent faire quelques dollars et offrir une option « faible en glucides » sans trop de reformulation, je me dis, tant mieux pour eux. Mais je pense que la manie « faible en glucides » n'est en fait qu'une petite partie de la méga-tendance de l'obésité.

Pensez un instant aux autres méga-tendances qui sont passées seulement au cours de ma vie. Rappelez-vous les attitudes sur le tabagisme dans les années 50. Il était socialement acceptable d'allumer une cigarette n'importe où, n'importe quand. Mais une montagne de rapports sur la santé, de litiges de consommateurs et d'étiquettes d'avertissement ont mené l'industrie dans une spirale vers le bas et à la diabolisation du tabac.

Est-ce que la même chose pourrait arriver à l'industrie alimentaire? Les signes avant-coureurs sont l'obsession avec les diètes, les gras trans, la grosseur des portions et la hausse de l'obésité au Canada. Les données de l'Association médicale du Canada sont effrayantes. La fréquence de l'obésité a presque triplé, de 5,6 pour cent en 1985 à 14,8 pour cent en 1998. Les coûts médicaux directs attribués à l'obésité adulte au Canada ont été estimés à 1,8 milliards \$ en 1997, ou 2,4 pour cent de tous les coûts médicaux directs. Jetons donc une poursuite collective dans la marmite et observons comment les média s'amuseront avec celle-là.

Mais les intervenants de l'industrie peuvent choisir une autre avenue. Le 14 juin prochain à Toronto, le département des sciences nutritionnelles de la faculté de médecine de l'Université de Toronto présente un symposium sur l'obésité: Recherche de solutions à travers le partenariat. Le symposium veut rassembler les membres de l'industrie alimentaire, les académiciens, les médecins de santé publique et les décideurs pour solutionner le problème.

Les transformateurs alimentaires individuels doivent déterminer leur plan d'action. Que devrait être exactement votre stratégie? Est-ce que votre entreprise devrait compléter les efforts de l'industrie à l'aide de campagnes d'éducation ou de conseils publicitaires sur la bouffe-santé? Votre entreprise pourrait-elle collaborer avec des experts en santé afin de mieux positionner votre marque auprès des enfants et des parents? Les réponses à ces questions ne sont que le commencement. Vaut mieux être préparé, que surpris comme un cerf dans le faisceau lumineux des phares.

Sandra.eagle@food.rogers.com

*Les transformateurs  
alimentaires  
individuels  
doivent déterminer  
leur plan d'action.*

*Que devrait  
être exactement  
votre stratégie?*

*Pour plus d'information sur le Symposium sur l'obésité, visitez le [www.pfsnra.com](http://www.pfsnra.com) ou contactez par courriel: [program.foodsafety@utoronto.ca](mailto:program.foodsafety@utoronto.ca)*