

SURPOIDS - OBESITE

Alimentation sous haute surveillance



Des couleurs, des saveurs ... difficile de résister à ces excès caloriques.

(photo: internet)

Les chiffres alarmants du surpoids et de l'obésité appellent à des mesures. Au Luxembourg, une campagne de sensibilisation se met en place, mais suffira-t-elle à enrayer la tendance?

Le mode de vie des sociétés post-industrielles mène à des habitudes alimentaires néfastes pour notre santé. Au fil des années, l'industrie agro-alimentaire a mis sur le marché un nombre grandissant de produits de plus en plus élaborés: barres chocolatées, friandises de toutes sortes, biscuits et chips en passant par les boissons gazeuses. Tous ces produits sont déclinés en une infinité d'emballages différents nous vantant parfois leurs qualités nutritionnelles, mais qui peuvent présenter des substances qui, à fortes doses, sont dangereuses pour la santé, comme les acides gras saturés, les Oméga 3 et 6, le cholestérol, les sels et les sucres. A grand renfort de publicité dans les médias, ces produits se retrouvent dans toutes les assiettes, en particulier dans celles des plus jeunes. De plus, l'offre de restauration rapide n'a fait qu'augmenter dû aux nécessités de la société. En constant contre-la-montre, on empiète facilement sur les repas que l'on boucle au plus vite pour gagner du temps. Ce type de consommation est allié à une "civilisation du bureau" où la dépense d'énergie est de plus en plus faible: que ce soit devant la télévision ou l'ordinateur, en voiture ou au travail, on ne décolle pas du siège. Cela mène à une augmentation du poids moyen et à des risques de maladies cardio-vasculaires pour l'ensemble de la population.

Dans ce contexte, le surpoids et l'obésité auparavant peu courants sont devenus de plus en plus communs. Au point que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a qualifié l'obésité de "principal problème de santé publique dans

les pays occidentaux". Selon les chiffres de 2004 fournis par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), elle atteindrait 9,5 pour cent de la population en France, 18,7 pour cent au Luxembourg et 30,6 pour cent aux Etats-Unis. Dans la dernière décennie, l'OMS a donc conseillé aux Etats et aux structures supranationales de mettre en place une réponse au problème de l'obésité.

L'action des Etats

En France, l'engagement de l'Etat a pris la forme du Programme national de Nutrition-Santé (PNNS). Il a permis l'interdiction des distributeurs de friandises ou de soda dans les écoles et leur remplacement par des distributeurs de pommes et d'eau. De plus, les cantines ont reçu des recommandations sur l'élaboration des menus, mais d'après un rapport de 2006 de l'Association Française de Sécurité Sanitaire des Aliments (AFFSA), ces recommandations n'ont été suivies que dans la moitié des établissements.

La campagne a également présenté des repères simples pour promouvoir une alimentation saine. A l'époque, il était clair que seulement une petite minorité de la population avait une alimentation conforme à ces conseils. Les résultats d'une étude menée par l'Institut de Veille Alimentaire entre janvier 2006 et janvier 2007 sur les effets de cette campagne sur les habitudes alimentaires devraient bientôt être publiés.

Une autre mesure effective depuis quelques semaines est l'obligation pour les annonceurs d'inclure des messages préventifs dans leurs publi-

ités pour des produits alimentaires. A l'origine, l'absence de message devait être permise par le biais d'une "contribution" de 1,5 pour cent du montant annuel des spots diffusés, taxe réinvestie dans des actions contre le surpoids. Suite à une lettre ouverte menée par des pédiatres et nutritionnistes et à une longue négociation entre l'Assemblée et le Sénat, cette contribution a été élevée à 5 pour cent.

Du côté du Luxembourg, une campagne de sensibilisation a été lancée. Le programme "Gesond iessen, méi beweegen" existe depuis juillet 2006, il est le fruit de la collaboration des ministères de la Santé, de l'Education nationale, de la Famille et de l'Intégration et du département ministériel des Sports. Le ministère de la Santé veut mettre en place un plan national d'alimentation saine et d'activité physique se basant sur la prévention et suivant la politique de l'OMS.

Le 19 mars dernier, un comité d'experts a donc présenté, dans le cadre de ce programme, des recommandations nationales qui apparaissent dans une brochure distribuée auparavant dans toutes les boîtes aux lettres du pays. Les points principaux étant de manger plus de fruits, de légumes, d'éviter les aliments trop gras et d'avoir une activité physique quotidienne. De plus, selon Yolande Wagener du ministère de la Santé, un des points forts de la campagne de cette année devrait être la restauration scolaire. Mais c'est un domaine dans lequel il reste beaucoup à faire, il suffit de demander aux intéressés. D'après deux lycéens du Lycée Technique de Bonnevoie, Noelsch et David, les distributeurs de boissons sucrées sont toujours là, et il n'y a toujours pas de trace de distributeurs de produits frais, contrairement à ce que prévoit le programme de 2006.

De plus, la campagne de sensibilisation cherche à améliorer la qualité des repas dans les cantines. Mais beaucoup de jeunes n'y vont pas. "J'y suis allé une fois, mais je préfère sortir manger un kebab avec des amis pendant la pause", nous dit Noelsch. Car les kebabs se trouvent quasiment en face du lycée. Selon lui, moins de la moitié des lycéens va à la cantine. La restauration scolaire se retrouve donc à devoir concurrencer les kebabs, et à ce jeu-là, elle perd souvent. Même constat pour Oliver du lycée Michel Lucius où les distributeurs de sodas sont toujours là et ne semblent pas prêts de partir. La cantine, "je n'y vais pas parce qu'ils y servent parfois des légumes, je préfère manger dehors". Et au niveau du sport, alors que les recommandations des ex-

perts du ministère sont d'une heure par jour pour les adolescents, lui n'en fait que deux par semaine avec l'école. Par contre, il a le temps d'en faire pendant ses loisirs.

Quelle voie suivre?

Dans ses déclarations d'intentions, la politique luxembourgeoise a montré vouloir prendre des mesures fortes dans le domaine. Mais comment va se matérialiser dans les faits cette politique qui pour l'instant se base sur la prévention? Va-t-elle aller dans la direction de l'interdiction et de l'étiquetage préventif? Pour Mars Di Bartolomeo, le ministre de la Santé, le Luxembourg n'en a pas les moyens, cela devrait se faire au niveau européen. Et à ce niveau, la puissance du lobby agro-alimentaire reste énorme. Pourtant, en décembre 2006, un règlement concernant les allégations nutritionnelles et de santé sur les denrées alimentaires a été adopté par le Conseil et le Parlement européen. Un règlement sensé protéger le consommateur et lui donner des informations claires. Il reste à voir comment ce texte va être appliqué et s'il aura un effet notable sur l'alimentation de la population.

Quant aux décisions prises en France ne font pas l'unanimité, le psychiatre Gérard Apfeldorfer se demande si cette volonté de vouloir culpabiliser certains aliments va réellement avoir de l'effet. Selon lui, "la diabolisation de certains produits aggravera le problème car l'interdiction appelle la transgression". Une nouvelle prohibition qui créerait une "délinquance alimentaire", comme l'appelle Catherine Lemoine de "Pulpeclub", une association française sur l'obésité.

On peut remettre en cause également l'idée de mettre en place des campagnes avec des messages aussi simples que "mieux manger" et "plus bouger". Ne risque-t-on pas d'inflammer la société à force de multiplier ce genre de messages à caractère préventif? D'ailleurs, plus il existe de messages préventifs, moins on y fait attention car respecter toutes les injonctions devient une vraie course d'obstacle. Le fait qu'une meilleure alimentation et une activité physique régulière améliorent l'état physique d'une personne est bien connu du grand public. Si la prise de conscience fait défaut, en particulier chez les personnes atteintes d'obésité, c'est qu'il y a d'autres raisons au problème, notamment psychologiques et sociétales.

Les problèmes de poids peuvent mener à une discrimination. Jean-Pierre Poulain, sociologue alimentaire à l'université de Toulouse II, a constaté que les personnes obèses sont discriminées à l'emploi, ont des niveaux de salaires moins élevés et bénéficient moins de promotions professionnelles. De plus, les médias sont indiscutablement responsables de la création de critères de beauté discriminants qui peuvent créer un sentiment de mal-être chez certain-e-s.

La politique aura-t-elle les moyens de résoudre un problème aussi vaste? Car à cause de son ampleur et du fait qu'il touche chaque personne de façon différente, le problème de l'alimentation devient un vrai problème de société qui ne pourra probablement pas être résolu uniquement par des mesures gouvernementales. Un changement doit aussi avoir lieu dans les mentalités.

Sergio Marx

Neuer Nachbar, guter Nachbar

Wenn jemand einzieht, ist das schon mal mit Ärger und Lärm verbunden. Wir woxxi-e-s wissen, wovon wir reden. Wasserscheiden in der Redaktion wegen einer geplatzten Leitung im Obergeschoss, wochenlang extreme Lärmbelastung und mehrere Stromausfälle sind nur die herausragendsten Stationen der vergangenen Monate. Doch beim neuen Nachbarn, der jetzt ins Erdgeschoss einzieht, ist alles ganz anders. Binnen weniger Wochen hat sich der Digi-World-Laden im ehemaligen Monopol-Seitentrakt eingerichtet. Wo Jahrzehnte lang zeitlos modische Rollpullis und Unterwäsche über den Ladentisch gingen, werden nun Fotoalben und bedruckte Kaffeetassen feilgeboten.

Doch nicht nur der schnelle und diskrete Einzug freut die woxxi-e-s. Ein Hightech-Gadget-Internet-Coffee-Shop könnte sich in vielen Lebenslagen als nützlich erweisen. Dann nämlich, wenn der Strom mal wieder ausfällt, und man zwei Etagen tiefer weiterarbeiten kann. Wenn Ebbe in der Getränkecke herrscht, wenn kurzfristig Passfotos gebraucht werden für Fernreisen - oder zur Pressekonferenz in der US-Botschaft. Sogar unvorhergesehene Anforderungen an die Kleiderordnung hilft der neue Laden zu bewältigen: Wenn Hof-Berichterstattung ansteht, einfach ein T-Shirt mit aufgedruckter Krawatte ordern.