

Executive summary

Évaluation de la pyramide alimentaire suisse et du service d'information nutrinfo®

Sur mandat de l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

D^r Andreas Schaub

D^r Andrea Umbricht

novembre 2016



**SCHWEIZER
MARKTFORSCHUNG**

Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
Mitglied swiss interview institute®

Riedtlistrasse 9

CH- 8006 Zürich

Tél. +41 44 360 40 20

Fax +41 44 350 35 33

E-mail : gfs@gfs-zh.ch

Internet: www.gfs-zh.ch

Impressum

Numéro de contrat :	714000452
Durée de l'évaluation :	juin 2016 – février 2017
Période de collecte des données :	Interview des experts : juillet 2016 – août 2016 Sondage en ligne : octobre 2016 – novembre 2016 Sondage téléphonique : janvier 2017
Suivi professionnel à l'OSAV :	Liliane Bruggmann, Service aliments et nutrition, département nutrition, Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV
Direction du projet de l'évaluation au sein de la Confédération :	Christine Heuer, Service Évaluation et recherche de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP)
Méta-évaluation :	L'OSAV a confié l'élaboration du présent executive summary à un mandataire externe, afin d'obtenir une réponse indépendante et fondée du point de vue scientifique à des questions essentielles. L'interprétation des résultats, les conclusions et les éventuelles recommandations adressées à l'OSAV et à d'autres milieux concernés peuvent par conséquent s'écarter de l'opinion, resp. du point de vue de l'OSAV. Le projet d'executive summary a fait l'objet d'une méta-évaluation effectuée par le Service Évaluation recherche de l'OFSP. La méta-évaluation (contrôle de qualité scientifique et éthique d'une évaluation) s'appuie sur les standards de qualité de la Société suisse d'évaluation (standards SEVAL). Le résultat de la méta-évaluation a été communiqué à l'équipe d'évaluation et a été pris en compte dans le présent executive summary.
Commande :	Office fédéral de la sécurité Alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV, 3003 Berne
Adresse de correspondance :	gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung Riedtlistrasse 9 8006 Zürich

Table des matières

1 POINT DE DÉPART ET OBJECTIF.....	3
Point de départ	3
Objectif.....	3
Modèle d'impact.....	3
Groupes cibles	4
Questionnaire	4
2 MISE EN APPLICATION MÉTHODIQUE.....	5
Sondage pratiqué dans les milieux experts.....	5
Sondage pratiqué auprès des utilisateurs	5
Sondage pratiqué auprès de la population.....	5
3 RÉSULTATS DE LA PYRAMIDE ALIMENTAIRE SUISSE	6
Notoriété de la pyramide alimentaire suisse	6
Groupes cibles et utilisateurs de la pyramide alimentaire suisse	6
Messages et contenus de la pyramide alimentaire suisse	7
Points forts, points faibles et évaluations de la pyramide alimentaire suisse	8
4 RECOMMANDATIONS CONCERNANT LA PYRAMIDE ALIMENTAIRE SUISSE	10
La focalisation sur les médiateurs	10
Optimisation de la pyramide alimentaire suisse	10
5 RÉSULTATS DU SERVICE D'INFORMATION NUTRINFO®.....	11
Notoriété de nutrinfo®	11
Groupes cibles et utilisateurs de nutrinfo®	11
Points forts, points faibles et évaluations de nutrinfo®	12
6 RECOMMANDATIONS DE NUTRINFO®.....	14
Maintenir les centres spécialisés officiels en matière de nutrition mais reconsidérer leur positionnement stratégique.....	14
Amélioration de la notoriété.....	14

Dans un souci de lisibilité, nous renonçons à l'utilisation simultanée du masculin et du féminin. Toutes les dénominations de personnes sont donc valables pour les deux sexes.

1 Point de départ et objectif

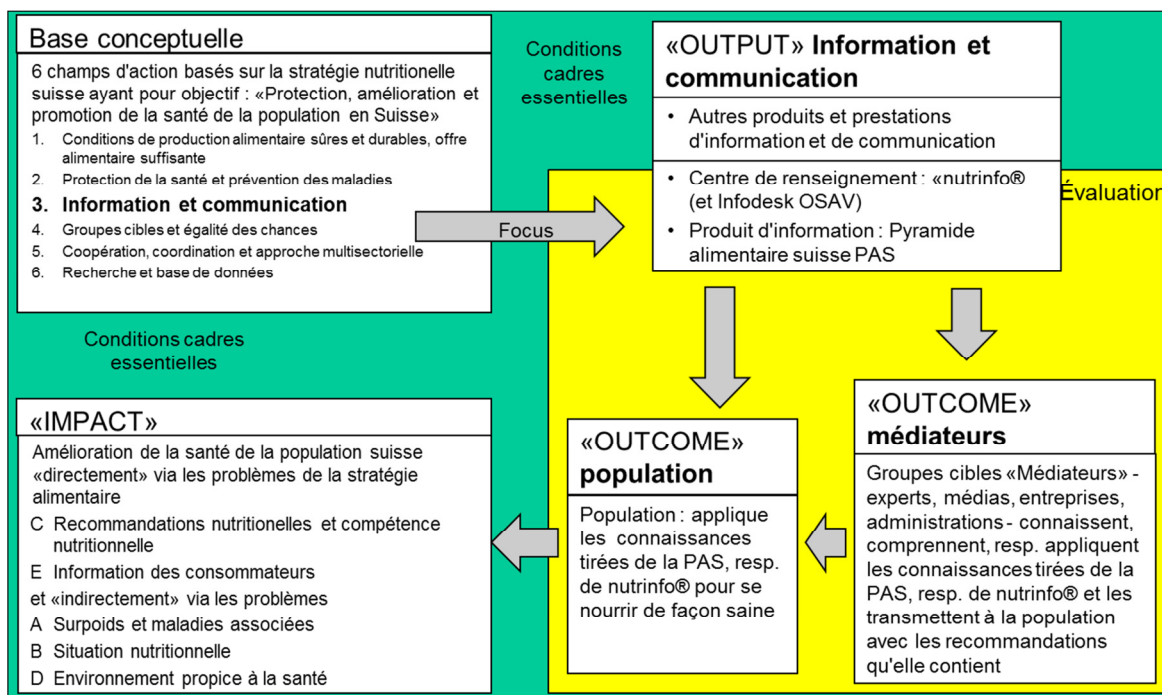
Point de départ

20 ans après le début des activités du service d'information nutrinfo® par la Société suisse de nutrition SSN et sachant que la pyramide alimentaire suisse devra être remaniée dans un proche avenir sur la base des connaissances scientifiques actuelles, les deux produits d'information seront évalués sur mandat de l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV.

Objectif

L'évaluation a pour objectif d'acquérir des connaissances concernant l'atteinte des groupes cibles, l'utilisation et la qualité de nutrinfo® et de la pyramide alimentaire suisse. Ces connaissances devront alors être intégrées dans des recommandations concrètes servant à optimiser nutrinfo® et la pyramide alimentaire suisse.

Modèle d'impact



L'actuel modèle d'impact localise le service d'information nutrinfo® et la pyramide alimentaire suisse dans la stratégie nutritionnelle et explique ce qui est évalué à l'aide du design d'étude choisi :

La stratégie nutritionnelle suisse dont le but est «d'entretenir, de contribuer et d'améliorer la santé publique en Suisse», a défini six champs d'action déterminés. Nutrinfo® et la pyramide alimentaire suisse sont deux principaux produits (output) du champ d'action «Information et

communication» avec pour objectif que la population acquière les connaissances tirées de nutrinfo® et de la pyramide alimentaire. La population peut tirer ces connaissances sur la manière de se nourrir de façon équilibrée et saine soit directement de nutrinfo® et de la pyramide alimentaire soit indirectement par des médiateurs, tels que des nutritionnistes ou des représentants des médias. En améliorant le savoir de la population suisse, c'est finalement la santé de la population suisse qui s'en trouvera améliorée (impact). L'évaluation analyse la zone jaune du modèle d'impact, c'est-à-dire les deux produits d'information nutrinfo® et la pyramide alimentaire suisse ainsi que leur utilité.

Groupes cibles

Les groupes cibles des deux produits d'information, donc de l'évaluation sont :

- les spécialistes du secteur nutritionnel, sanitaire et éducatif
- les représentants des médias
- les entreprises du secteur alimentaires et des secteurs connexes
- les administrations, associations et organisations
- la population

Les spécialistes, les représentants des médias, les entreprises alimentaires et administrations, associations et organisations étant qualifiés de «médiateurs» (cf. modèle d'impact ci-dessus).

Catalogue de questions

Les questions de l'évaluation de la pyramide alimentaire suisse (PAS) et le service d'information nutrinfo® regroupent les thèmes suivants :

- Notoriété : Qui connaît ou ne connaît pas la PAS et nutrinfo® ?
- Utilisation : Qui utilise ou n'utilise pas la PAS et nutrinfo® ? Les utilisateurs et les groupes cibles définis coïncident-ils ? Dans quel but la PAS et nutrinfo® sont-ils utilisés ?
- Évaluation : Comment la PAS et nutrinfo® sont-ils évalués ? Quels sont leurs points forts et leurs points faibles ?
- Optimisation : Où y a-t-il un potentiel d'amélioration ?

2 Méthodes appliquées

L'évaluation de la pyramide alimentaire suisse et du service d'information nutrinfo® est mise en œuvre au moyen de trois sondages.

Sondage réalisé dans les milieux experts

Au cours de la première phase d'évaluation qualitative, 60 experts sont questionnés à l'occasion d'une interview téléphonique dirigée à l'aide d'un guide d'entretien. Les experts sont sélectionnés de façon ciblée parmi les groupes cibles, de sorte que la pyramide alimentaire suisse et le service d'information nutrinfo® peuvent être jugés sous des angles divers. Le résultat du sondage qualitatif est une panoplie de toutes les questions possibles. L'analyse statistique n'est pas considérée comme essentielle.

Sondage auprès des utilisateurs

Les thèses du sondage qualitatif sont testées au cours de la seconde phase d'évaluation quantitative au moyen d'un sondage en ligne réalisé auprès de 327 personnes qui connaissent au minimum la pyramide alimentaire suisse ou le service d'information nutrinfo®. Les médiateurs sont interrogés ici.

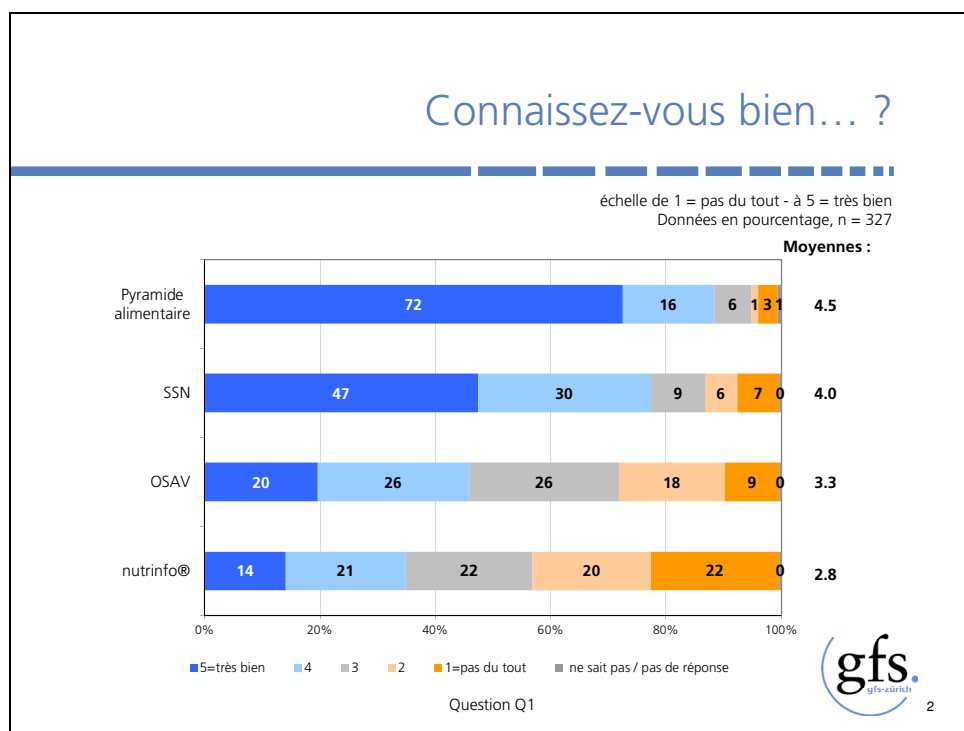
Sondage auprès de la population

En outre, 1005 personnes de Suisse alémanique et de Suisse romande sont interrogées à l'occasion d'une enquête omnibus téléphonique représentative effectuée auprès de la population.

3 Résultats de la pyramide alimentaire suisse

Notoriété de la pyramide alimentaire suisse

95% de tous les participants au sondage réalisé auprès des utilisateurs – donc des médiateurs – connaissent la pyramide alimentaire suisse (valeurs 2 à 5), 88% de toutes les personnes interrogées la connaissent même bien (16%) à très bien (72%), donc nettement mieux que la Société suisse de nutrition (SSN) (92%; 30% bien, 47% très bien), l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV (90%; 26% bien, 20% très bien) et le service d'information nutrinfo® (77%; 21% bien, 14% très bien), qui n'est plus connu que par près de trois quarts des personnes interrogées.



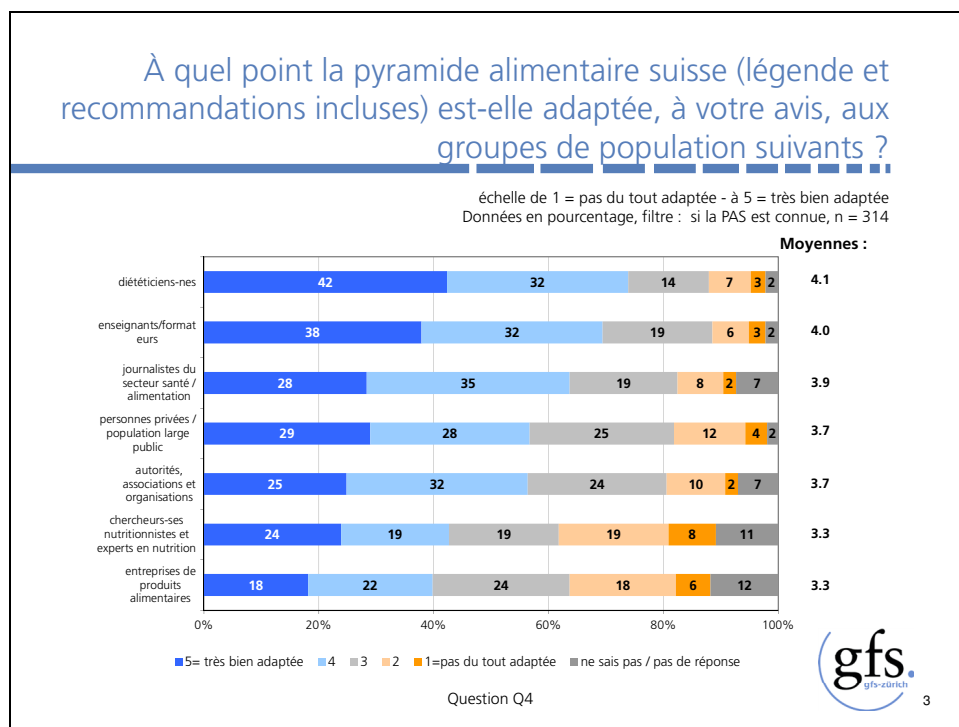
En comparaison, près de deux tiers (65%) de la population suisse connaissent la pyramide alimentaire suisse (dont 26% très bien, resp. 15% bien).

Groupes cibles et utilisateurs de la pyramide alimentaire suisse

Qui se sert de la pyramide alimentaire suisse, et pour quoi faire ? Les utilisateurs correspondent-ils au groupe cible ?

Du point de vue des médiateurs (spécialistes, représentants des médias, entreprises alimentaires et administrations, associations et organisations) la pyramide alimentaire suisse est particulièrement adaptée aux diététiciens (4.1 sur une échelle de 5), aux enseignants / formateurs (4.0) mais

aussi aux journalistes du secteur santé (3.9). La pyramide alimentaire serait, dans certaines limites, également faite pour la population large public (3.7) et les autorités, les associations et organisations (3.7). Elle est cependant moins adaptée aux personnes du domaine de la recherche alimentaire (3.3) et aux entreprises de produits alimentaires (3.3).



Messages et contenus de la pyramide alimentaire suisse

Quels sont les messages transmis par la pyramide alimentaire suisse et dans quelle mesure sont-ils clairs et compréhensibles ?

Les différences notées dans l'utilisation peuvent s'expliquer par les messages et les contenus de la pyramide alimentaire. La pyramide alimentaire montre de quoi doit se composer une alimentation équilibrée et variée et recommande les aliments qu'il faut consommer en plus grande quantité et lesquels il faut consommer en moins grande quantité. Ces messages sont clairs et intelligibles. Du point de vue des médiateurs, la pyramide alimentaire est avant tout faite pour transmettre des connaissances alimentaires de base soit dans le conseil (54%), lors de conférences (51%) ou dans l'enseignement et l'apprentissage (45%), ce que les nutritionnistes et les enseignants / formateurs font quotidiennement.

Par contre, la pyramide alimentaire serait moins adaptée à la vie quotidienne. Elle est donc moins adaptée, selon les personnes interrogées, aux conseils nutritionnels individuels. De plus, la pyramide alimentaire ayant été conçue pour les adultes moyens sains, elle serait moins bien adaptée à de nombreuses personnes ou même des groupes entiers de la population, tels que les

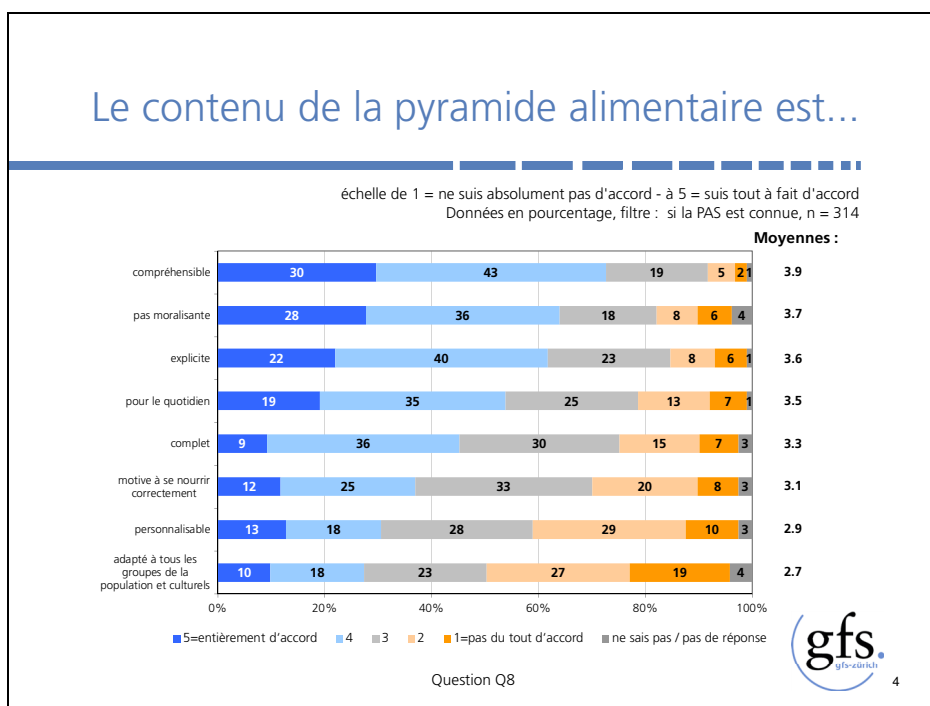
enfants, les sportifs, les femmes enceintes, les malades - notamment si elle manque d'explication ou si elle n'est pas adaptée à ces personnes. Ce qui n'est pas l'objectif de la pyramide alimentaire suisse.

Points forts, points faibles et évaluations de la pyramide alimentaire suisse

La PAS et les moyens de communication pour les groupes cibles respectifs sont-ils assez attrayants (par ex. des images au lieu de dessins), motivants et perçus de façon intelligible ? Quels textes (par ex. légende, brèves recommandations) sont utilisés comment et par qui ?

Les points forts de la pyramide alimentaire suisse résident, d'après les médiateurs, dans la présentation et l'illustration visuelle (46% des personnes), simple (30%) et claire (29%), ce qui fournit un bon aperçu des recommandations nutritionnelles (16%).

De plus, la pyramide alimentaire suisse est considérée comme compréhensible (3.9) et séduit par une présentation visuelle claire (4.0), simple et interdisciplinaire qui appuie son message le plus important (3.9). C'est de prime abord la forme de pyramide proprement dite qui transporte le message central et qui est nettement plus souvent utilisée (51% (très) souvent) que les légendes (32%) ou les brèves recommandations (24%).



Les faiblesses de la pyramide alimentaire suisse se répartissent sur les domaines les plus divers. Du point de vue des médiateurs, la plus grande difficulté se manifeste dans la mise en pratique de la pyramide alimentaire dans le quotidien (30% des personnes), ce qui provient du fait que celle-ci est représentée de façon très générale et simple (7%). Ils critiquent également certains

aspects du contenu se rapportant soit au choix d'aliments (20%) ou de groupes d'aliments concrets (26%), à certains aspects concernant les données de quantité, resp. la taille des portions (13%), le manque d'informations complémentaires (10%), telles que le mouvement ou les aspects écologiques de l'alimentation. Enfin, on cite également par endroit la représentation comme faiblesse (6%).

Ainsi, le contenu de la pyramide alimentaire suisse est considéré par les médiateurs comme étant tout juste explicite (3.6), utile dans le quotidien (3.5), incomplet (3.3), n'étant pas de nature à motiver les gens à s'alimenter correctement (3.1), non personnalisable (2.9) et encore moins utilisable pour tous les groupes de la population et cercles culturels (2.7). La représentation est perçue comme étant moins attrayante (3.4), moins proche de la réalité (3.4) et non comme étant moderne (3.2).

4 Recommandations concernant la pyramide alimentaire suisse

L'évaluation de la pyramide alimentaire suisse montre très nettement qu'il est impossible de représenter à la fois les principes généraux de l'alimentation ET une aide quotidienne pratique et individualisable par UN exemple simplifié. Si l'on souhaite s'en tenir à la performance de la pyramide alimentaire - un exemple visuel simplifié d'une alimentation équilibrée - ceci nous mène, du point de vue de gfs-zürich, aux recommandations suivantes.

La focalisation sur les médiateurs

Il est impossible de répondre aux besoins de tous les groupes cibles - experts, médias, entreprises, administrations et population - en se servant d'UNE pyramide alimentaire. L'utilisation pratique de la pyramide alimentaire suisse est pour la population suisse un point essentiel. Ceci est cependant impossible sans explications et adaptations à la situation individuelle et nécessite l'aide des nutritionnistes ou des enseignants / formateurs. Tel que le montre l'évaluation, ceux-ci constituent d'ores et déjà les groupes d'utilisateurs les plus importants. Il est donc important de focaliser le contenu sur les besoins des médiateurs.

Optimisation de la pyramide alimentaire suisse

En principe, la forme de la pyramide est connue et acceptée, et elle n'est pas remise en question. Cette forme devrait rester aussi simple et claire qu'elle est.

Les mesures d'optimisation devront aider et faciliter sa mise en application pratique dans le quotidien. Ceci n'étant possible qu'avec l'aide des médiateurs, l'optimisation de son contenu devrait s'orienter aux besoins de ceux-ci. Mais ceci n'a de sens que si l'on intègre des informations d'ordre général dans la forme de base de la pyramide. Toute information complémentaire est à fournir séparément, afin que la pyramide reste aussi claire et simple que possible. Une structure modulaire de la pyramide alimentaire venant compléter les légendes et recommandations déjà présentes et applicable, par exemple, aux personnes âgées, aux enfants ou aux sportifs, pourrait lui donner la flexibilité voulue.

Par ailleurs, un remaniement graphique de la pyramide alimentaire qui a pris de l'âge, s'avère nécessaire. Les améliorations suggérées par les participants au sondage passent souvent inaperçues. Mais à notre avis, il est nécessaire d'impliquer les nutritionnistes et les utilisateurs experts dans le remaniement systématique de la pyramide. Du point de vue de l'étude de marché, il conviendrait de constituer des groupes de discussion composés d'experts sélectionnés de façon ciblée pour moderniser le graphisme et le contenu de la pyramide alimentaire.

5 Résultats du service d'information nutrinfo®

Notoriété de nutrinfo®

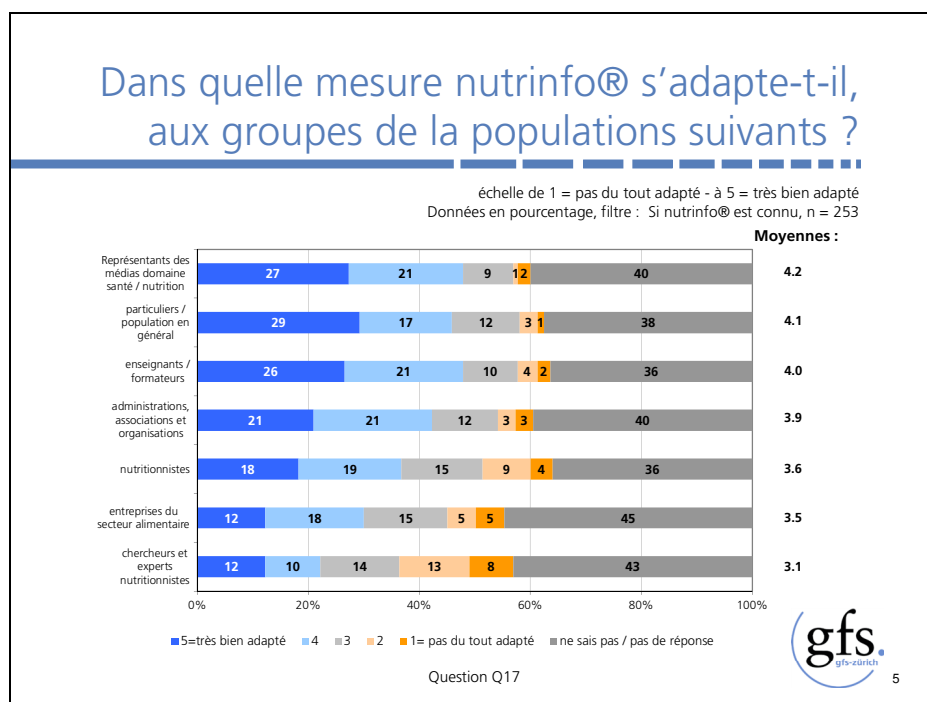
À quel point nutrinfo® est-il connu auprès de ses groupes cibles ?

Le service d'information nutrinfo® est nettement moins connu des médiateurs (experts, représentants des médias, entreprises du secteur alimentaire et administrations, associations et organisations) (78% des personnes interrogées ; 35% seulement le connaissent (très) bien) que la pyramide alimentaire suisse (95%). Le groupe cible accède à nutrinfo® surtout par le biais de la Société suisse de nutrition (77%) et – avec un grand écart - des recherches Internet (11%). Dans la population suisse, une personne sur sept seulement (15%) connaît nutrinfo® - comparée à près de deux personnes sur trois (65%) qui connaissent la pyramide alimentaire suisse.

Groupes cibles et utilisateurs de nutrinfo®

Qui utilise nutrinfo®, comment (e-mail, téléphone, fax, par écrit), pour quoi faire ? Les utilisateurs correspondent-ils aux groupes cibles ? Le service s'adresse-t-il aux groupes cibles adéquats ?

Près d'une personne sur trois (32%) parmi les médiateurs qui connaissent nutrinfo® s'en est déjà servi. La voie de communication privilégiée pour s'adresser à nutrinfo® est l'e-mail (57%), suivie, avec un grand écart par le téléphone (14%). Mais dans l'ensemble, les réponses concernant nutrinfo® se basent sur peu d'expériences concrètes.



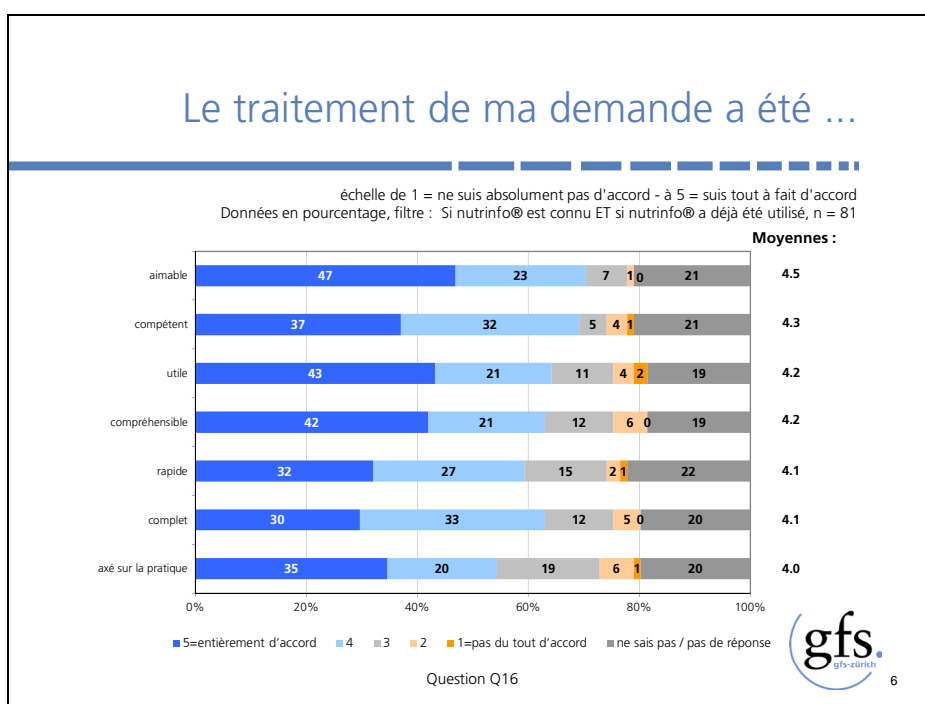
La majorité des médiateurs qui connaissent le service d'information nutrinfo® estime qu'il est particulièrement bien adapté aux représentants des médias dans le domaine de la nutrition et de la santé (4.2 sur une échelle de 5), aux particuliers, donc à la population en général (4.1), aux enseignants et formateurs (4.0) ainsi qu'aux administrations, associations et organisations (3.9). Quant à savoir si nutrinfo® est adapté ou non aux nutritionnistes (3.6), entreprises du secteur alimentaires (3.5) ou chercheurs et experts nutritionnistes (3.1), les opinions sont partagées.

Du point de vue des médiateurs qui connaissent le service d'information nutrinfo®, celui-ci convient en premier lieu pour les questions alimentaires en générales mais non individuelles (49%). nutrinfo® s'adresse d'abord à la population en général (19%).

Points forts, points faibles et évaluations de nutrinfo®

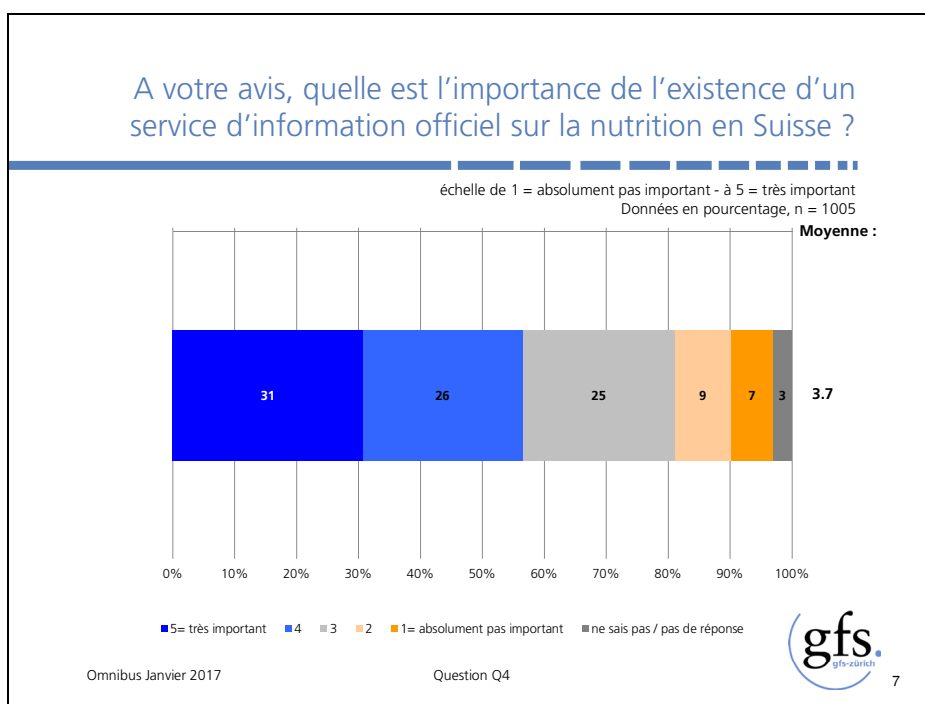
Où sont les points forts et les points faibles de nutrinfo® ? Comment nutrinfo® est-il évalué par les utilisateurs ?

Du point de vue des utilisateurs (médiateurs), les points les plus forts du service d'information nutrinfo® résident dans le fait que l'on reçoit des réponses compétentes à des questions posées au sujet de l'alimentation (30%). L'accès aisé à nutrinfo® est apprécié (12%). Les réponses sont indépendantes, resp. neutres (8%), couvrent une grande diversité de thèmes (7%), s'adaptent individuellement à la personne qui les pose (6%) et les réponses viennent rapidement (5%). La plus grande faiblesse du service d'information nutrinfo® réside dans le fait qu'environ une personne sur sept seulement (15%) de la population suisse - le principal groupe cible – connaît nutrinfo®.



Les utilisateurs (médiateurs) du service d'information le trouvent très bon. Les utilisateurs estiment que les demandes sont traitées de façon très aimable (4.5), très compétente (4.3), très utile (4.2), très facile à comprendre (4.2), très rapide (4.1), très complète (4.1) et tirée de la pratique (4.0).

Pour près de la moitié (48%) de ceux qui connaissent nutrinfo®, son existence est importante (24%) ou très importante (24%). Ceux qui connaissent nutrinfo® ET s'en servent sont nettement plus convaincus du service d'information et ne voudraient pas s'en passer (41% estiment qu'il est très important, 36% important qu'il existe).



Plus de la moitié de la population suisse estime qu'il est important (31% très important, 26% important), qu'il existe un centre d'information officiel de l'alimentation en Suisse.

Parmi ceux qui estiment qu'un centre d'information officiel est important (57%), une nette majorité de près de deux tiers (63%) la situerait au sein de l'administration fédérale, la question de savoir ce que la population entend par "fédérale" restant ouverte.

6 Recommandations de nutrinfo®

Au cœur de l'évaluation du service d'information nutrinfo® se situent les questions : quel est le degré de notoriété de nutrinfo®, est-il en mesure d'atteindre les groupes cibles, qui utilise nutrinfo® et comment nutrinfo® est-il évalué.

L'évaluation du service d'information nutrinfo® fait apparaître deux principaux résultats.

D'un côté, la notoriété de nutrinfo® – même parmi les nutritionnistes - est très faible et pratiquement inexistante dans la population. Ceci est d'autant plus étonnant que nutrinfo® existe depuis 20 ans déjà. À cela s'ajoute le fait que même parmi les experts, la différenciation entre la SSN et nutrinfo® n'est souvent pas très claire.

De l'autre côté l'on constate un degré de satisfaction extrêmement élevé des utilisateurs du service d'information nutrinfo®. En même temps, la majorité de la population suisse approuve la présence d'un centre officiel neutre en matière d'alimentation qui devrait dépendre de l'administration fédérale. Nous ignorons cependant d'une part ce que la population entend sous le terme d'administration fédérale, et d'autre part si la population considère la Société suisse de nutrition SSN comme un organe fédéral officiel.

Tenant compte de ce qui précède, gfs-zürich en déduit les recommandations suivantes :

Maintenir le centre spécialisé officiel en matière de nutrition mais reconsidérer leur positionnement stratégique

nutrinfo® est inconnu de la majorité de la population suisse en dépit de sa longue existence. Ceux qui ont utilisé nutrinfo® étant cependant très satisfaits et du fait qu'une majorité parmi la population suisse souhaite avoir un organisme officiel neutre en matière d'alimentation au sein de l'administration fédérale, il conviendrait de maintenir un service d'information en matière d'alimentation. Il convient donc de rediscuter d'une manière générale le positionnement d'un tel service d'information - quelle qu'en soit sa forme - du point de vue stratégique.

Amélioration de la notoriété

Une fois la question stratégique du positionnement tirée au clair, il conviendra en premier lieu d'améliorer la notoriété du service d'information en matière d'alimentation. Rien ne doit être adapté au sujet du conseil ou des procédés, tel que le montre nettement l'appréciation élevée des utilisateurs du service d'information nutrinfo®. Il conviendrait cependant de tenir compte de ce qui suit :

- la population en tant que groupe cible potentiel le plus important de nutrinfo® recherche en premier lieu sur Internet les informations en matière d'alimentation. Les efforts en matière de communication et le marketing doivent en tenir compte.
- Le nom, resp. la marque nutrinfo® peut prêter à confusion. Faut-il vraiment deux labels?
À l'heure actuelle : SSN et nutrinfo®?