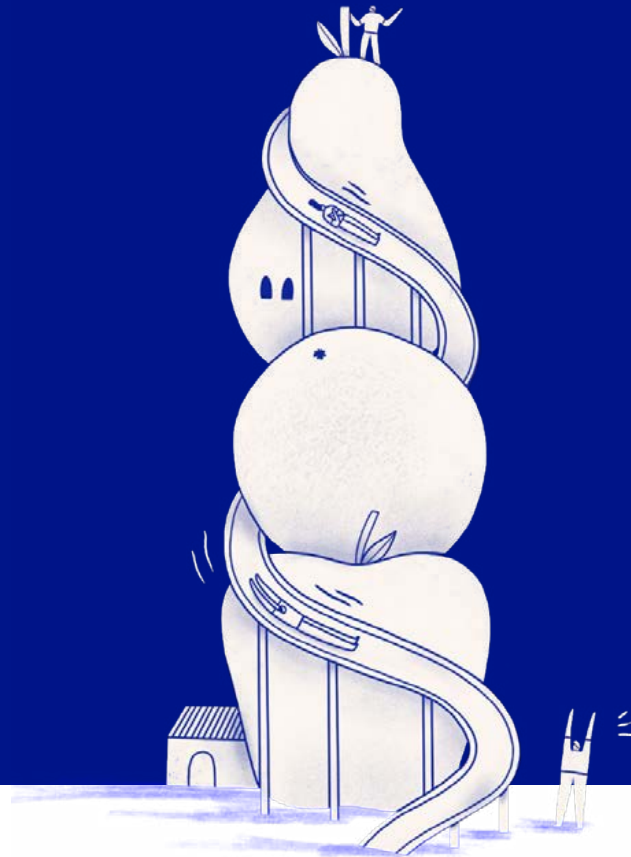


La politique alimentaire

Soutenir des politiques alimentaires fortes pour lutter contre l'augmentation de l'obésité et promouvoir un environnement alimentaire sain



Un tiers de la population mondiale est en surpoids ou obèse, dont 42 millions d'enfants de moins de 5 ans qui sont en surpoids.

L'obésité et la mauvaise alimentation font partie des principales causes de cancer, de maladie cardiaque et de diabète de type 2. L'obésité coûte 2 000 milliards de dollars par an à l'échelle mondiale et coexiste souvent avec la faim. C'est aussi un problème largement évitable.

Vital Strategies travaille en partenariat étroit avec la Barbade, le Brésil, la Colombie, la Jamaïque et l'Afrique du Sud pour concevoir des campagnes de communication stratégique qui permettent d'obtenir des résultats en matière de politique alimentaire et de santé.

Pays d'intervention



Un ensemble d'interventions techniques

Vital Strategies aide ses partenaires à développer, mettre en œuvre et évaluer des campagnes de communication dans les médias pour susciter le soutien du grand public envers des politiques qui ont un impact fort, afin de créer un environnement alimentaire meilleur pour la santé.

La taxation des boissons sucrées et de la junk food

Une démarche gagnant-gagnant pour les gouvernements

- Les taxes font baisser la consommation d'aliments mauvais pour la santé et de boissons sucrées, et les revenus générés pour le gouvernement peuvent être utilisés pour financer la santé publique.
- Les taxes aident à réduire la consommation de ces produits et à améliorer la santé, notamment celle des consommateurs à faible revenu, une population qui subit de manière disproportionnée les effets néfastes de l'obésité et des maladies non transmissibles (MNT).

L'étiquetage nutritionnel clair sur le dessus du paquet permet aux consommateurs de faire des choix éclairés et meilleurs pour leur santé.

- Un étiquetage nutritionnel simple permettant d'identifier les produits qui sont mauvais pour la santé est un moyen efficace de décourager la consommation d'aliments ultra-transformés.
- Les étiquettes qui affichent clairement les données nutritionnelles sur le dessus du paquet réduisent au minimum les efforts des consommateurs et le temps passé à choisir quel produit acheter. Elles permettent de conforter la décision d'acheter des produits bons pour la santé ou au contraire de décourager les achats de produits mauvais pour la santé.

La limitation de la publicité, en particulier à destination des enfants permet de réduire l'exposition des enfants aux publicités pour des boissons et des aliments mauvais pour la santé.

- Les enfants sont très réceptifs, ils ne sont pas capables d'identifier les intentions d'une publicité et ils sont extrêmement vulnérables à la publicité pour des produits alimentaires.
- La réglementation sur la publicité peut interdire la diffusion de publicités pendant les programmes télévisés à destination des enfants, limiter ou interdire les distributions de produits gratuits, ou interdire les placements de boissons et de produits alimentaires mauvais pour la santé dans les films pour enfants.

La promotion de politiques favorables à une alimentation saine dans le secteur public, et en particulier dans les écoles permet de créer un environnement alimentaire sain.

- L'absence d'environnements alimentaires sains dans les écoles empêche les enfants de prendre des décisions bonnes pour leur santé lorsqu'ils choisissent ce qu'ils vont manger et d'acquiescer de bonnes habitudes alimentaires.
- Des politiques strictes qui limitent l'accès aux produits alimentaires mauvais pour la santé, qui interdisent la publicité et fixent des normes en matière de repas sains, permettent d'augmenter l'apport en produits bons pour la santé tout en réduisant la consommation de sucre, de gras et de sodium dans le régime alimentaire des enfants.

Les campagnes de communication sur la politique alimentaire sont pensées pour avoir un impact sur l'agenda politique et cela demande de :

- renforcer les connaissances du grand public et mettre en lumière le problème de l'obésité ;
- permettre à la population de faire entendre son souhait d'une politique alimentaire forte ;
- soutenir les décideurs politiques qui agissent en appliquant des solutions politiques basées sur des faits probants.

Nos actions

Les Sud-Africains comptent parmi les 10 populations qui consomment le plus de boissons sucrées dans le monde, et le diabète de type 2 est la deuxième cause de décès en Afrique du Sud. Vital Strategies a apporté un soutien stratégique, technique et en matière de renforcement des capacités à des partenaires sud-africains pour qu'ils lancent trois campagnes médiatiques à l'échelle nationale portant sur les effets néfastes de la consommation de boissons sucrées sur la santé. L'Afrique du Sud est devenu le premier pays d'Afrique à voter une taxe sur les boissons sucrées, d'environ 11 % du prix d'achat. La taxe a été appliquée à partir du mois d'avril 2018.

Vital Strategies est un partenaire technique de premier plan du programme de Politique alimentaire de Bloomberg Philanthropies.

Nos partenaires

- Bloomberg Philanthropies
- Global Health Advocacy Incubator
- L'Université de Caroline du Nord
- O'Neill Institute for National and Global Health Law
- Center for Science in the Public Interest