



Health Canada Santé Canada

# Stratégie en matière de saine alimentation – Modification des recommandations alimentaires – Groupes de discussion visant à guider la façon de communiquer des renseignements sur une saine alimentation

## Résumé analytique

### Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Numéro de contrat : HT372-182894/001/CY

Valeur du contrat : 234 102,10 \$

Date d'attribution : 26 juillet 2018

Date de livraison : 11 janvier 2019

Numéro d'enregistrement : POR 23 - 18

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à :

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca)

*This report is also available in English.*

# Stratégie en matière de saine alimentation – Modification des recommandations alimentaires – Groupes de discussion visant à guider la façon de communiquer des renseignements sur une saine alimentation

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Juillet 2018

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les conclusions de groupes de discussion menés par Earncliffe Strategy Group pour le compte de Santé Canada. Les recherches ont été menées en août et en décembre 2018.

This publication is also available in English under the title: Healthy Eating Strategy – Dietary Guidance Transformation – Focus Groups on to inform approach for communicating healthy eating information.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut auparavant obtenir la permission écrite de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez contacter Santé Canada à : [hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca) ou à :

Santé Canada, DGCAP  
200, promenade Églantine, Pré Tunney  
Édifice Jeanne-Mance, 15e étage, Salle 1572C  
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Catalogue numéro :  
H14-320/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :  
978-0-660-30800-5

Publications liées (numéro d'enregistrement : POR 23-18) :

Catalogue numéro H14-320/2019E-PDF (rapport final, anglais)  
ISBN 978-0-660-30799-2

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre de Santé Canada, 2018.

## RÉSUMÉ ANALYTIQUE

L'agence Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureuse de remettre à Santé Canada (SC) son rapport résumant les conclusions de deux phases de recherche qualitative visant à guider la façon de communiquer des renseignements sur une saine alimentation.

Santé Canada revoit le Guide alimentaire canadien (GAC) pour refléter les preuves scientifiques les plus récentes et pour le moderniser et en accroître la pertinence pour les utilisateurs. Cet examen comprend la publication d'une gamme de produits et de nouveaux outils de communication pour répondre aux besoins de divers utilisateurs – décideurs politiques, professionnels de la santé, éducateurs et grand public. L'objet principal de cette vague de recherche était de guider la façon de communiquer des renseignements sur une saine alimentation, notamment des messages généraux sur de bonnes habitudes alimentaires et les quantités et types d'aliments. Le coût total de ces travaux de recherche a été de 234 102,10 \$, incluant la TVH.

La recherche comportait deux objectifs :

1. Analyser les points de vue du public et des intervenants et évaluer le degré d'acceptation des concepts et visuels de marque de l'ébauche du Guide alimentaire canadien afin d'en mesurer la compréhension et l'utilité.
2. Évaluer les messages fournis à divers échelons de détails et pour des publics différents (consommateurs et professionnels de la santé) pour en mesurer la compréhension et l'utilité en vue d'une mise en pratique.

Pour atteindre ces objectifs, Earnscliffe a mené deux vagues de recherche qualitative.

### Phase 1

Cette phase comprenait une série de six groupes de discussion avec la population générale et deux mini groupes avec des professionnels de la santé et des éducateurs/éducatrices.

Dans le cadre de cette phase, nous avons évalué trois outils en « un coup d'œil » qui donnent des renseignements sur une saine alimentation comme point de départ aux recommandations alimentaires du Canada. Les outils faciles à consulter ont été évalués dans les formats numériques et imprimés. Nous avons également étudié les graphiques pour médias sociaux pour chacun des trois rendus.

Les groupes de discussion avec la population générale ont eu lieu en août 2018 dans trois villes : Saskatoon; Ottawa; et Kitchener. Dans chaque ville, le premier groupe comprenait des personnes ayant des connaissances insuffisantes en santé [telles que mesurées dans le test de littératie en santé NVS (*Newest Vital Sign*) et ayant obtenu un résultat de <4/6)]; alors que le second groupe était formé de personnes ayant des connaissances adéquates en santé (score 4+). Les deux mini groupes avec des professionnels de la santé et des éducateurs ont eu lieu à Saskatoon et à Ottawa.

Toutes les séances ont duré environ 90 minutes et elles ont été menées en français à Ottawa.

## Phase 2

Cette phase comprenait une série de seize (16) groupes de discussion et neuf (9) entrevues individuelles avec trois groupes cibles. Les discussions en groupe ont été menées avec des membres du grand public et des professionnels de la santé, alors que les entrevues ont été faites avec des décideurs politiques.

Lors de cette phase, nous avons évalué un certain nombre d'approches différentes pour communiquer des renseignements sur une saine alimentation. Les diverses options étudiées dans les groupes de discussion portaient sur des approches différentes pour la communication des quantités (y compris la fréquence, la proportionnalité et les portions) et des types d'aliments à consommer ou à limiter.

Les membres du grand public ont évalué le Message sur les modifications de régime alimentaire; le Message normatif (incluant les variations); ainsi que les Images de portions et de proportionnalité. Les professionnels de la santé et les décideurs politiques ont évalué le Message sur les modifications de régime alimentaire; le Message normatif; ainsi que les Renseignements détaillés à l'intention des professionnels de la santé et des décideurs politiques.

Huit (8) groupes de discussion ont eu lieu avec des membres du grand public en décembre 2018 dans quatre villes canadiennes : Toronto; Halifax; Edmonton; et Montréal. Dans chaque ville, le premier groupe comprenait des personnes dont les connaissances en santé sont insuffisantes [telles que mesurées dans le test de littératie en santé NVS (*Newest Vital Sign*) et ayant obtenu un résultat de <4/6]]; alors que le second groupe comprenait des personnes ayant des connaissances adéquates en santé (score 4+).

Huit (8) groupes de discussion ont eu lieu avec des professionnels de la santé en décembre 2018 dans quatre villes canadiennes : Toronto; Halifax; Edmonton; et Montréal. Les professionnels de la santé comprenaient des diététistes professionnels, des infirmières et infirmiers autorisés qui travaillent en santé publique, des gestionnaires de services alimentaires ainsi que des professionnels travaillant dans les domaines de la santé, du mieux-être ou de l'éducation. Dans chaque ville, un groupe comprenait un mélange de professionnels de la santé responsables d'évaluation, de dépistage et d'intervention; alors que le second groupe comprenait un mélange de professionnels de la santé responsables d'éducation nutritionnelle.

Toutes ces séances ont duré environ deux heures. À Montréal, les séances ont eu lieu en français.

Finalement, neuf (9) entrevues ont été menées auprès de décideurs politiques du Canada en décembre 2018. Ces entrevues ont duré environ 30 à 40 minutes.

Veillez vous référer aux Questionnaires de recrutement en Annexe B du rapport pour prendre connaissance de tous les critères pertinents de sélection et de qualification.

*Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et d'opinion publique. La recherche à l'aide de groupes de discussion n'est pas conçue pour aider un groupe à parvenir à un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour susciter une gamme complète d'idées, d'attitudes, d'expériences et d'opinions d'un échantillonnage choisi de participants sur un sujet défini. En raison de leur petit nombre, on ne peut attendre des participants qu'ils soient totalement représentatifs au sens statistique de la population plus large dont ils sont tirés et les conclusions ne peuvent être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre.*

Les principales conclusions de cette recherche sont présentées ci-dessous.

## Phase 1

*L'objectif de la Phase 1 était de recueillir les points de vue sur trois outils « en un coup d'œil » qui communiquent des renseignements sur une saine alimentation comme point de départ aux recommandations alimentaires du Canada. Les outils faciles à consulter ont été évalués dans les formats numériques et imprimés. Nous avons également évalué les graphiques pour les médias sociaux pour chacun des trois rendus.*

- La vaste majorité des participants ont réagi de manière plus positive et enthousiaste aux concepts qui présentent de vraies photographies et images plutôt que des dessins et des icônes. Ces images ont souvent suscité des sentiments et des émotions et rendu le guide plus pertinent.
- Les conseils sur la façon de manger, notamment les comportements et habitudes propices à une bonne alimentation, ont été remarqués et décrits comme un progrès important par rapport au guide alimentaire actuel.
- Chez le grand public, on a noté un intérêt beaucoup plus grand pour la version numérique que pour la version imprimée. Certains, surtout les professionnels de la santé et les éducateurs, pouvaient voir l'utilité d'avoir les deux versions.

## Réactions spécifiques aux concepts

### Pièce A1 : Concept 1 - Bien manger. Bien vivre. Ensemble.



- Les participants ont réagi très positivement à ce concept qui a souvent été décrit comme attrayant et attirant. D'après eux, des trois concepts, c'est celui qui est le plus direct à propos d'alimentation et de nutrition. Ils ont décrit la présentation comme professionnelle et moderne et ont estimé qu'en général, l'imagerie correspond bien aux messages. Ils ont aussi trouvé que ce concept réussit à véhiculer l'importance de manger sainement.
- Les participants étaient très enthousiastes au sujet de l'outil et ils ont salué l'utilisation efficace des couleurs dans ce concept et la variété d'images colorées présentant des aliments appétissants. Les réactions aux concepts pour médias sociaux ont été légèrement moins enthousiastes puisqu'ils montraient une assiette vide manquant de couleur et d'éclat ainsi que d'illustration d'aliments sains à consommer.

- En effet, un des éléments majeurs de ce concept a été l'assiette remplie de choix alimentaires sains. Les participants ont aimé la variété des aliments présentés dans l'assiette, spécialement le sentiment de proportion que cela donnait.
- Les réactions au slogan « Bien manger. Bien vivre. Ensemble. », ont été très favorables en général. La plupart des participants ont pensé qu'il est clair, pertinent et direct et qu'il s'accorde aux éléments visuels de ce concept et au message sur l'importance de manger sainement (pour vivre mieux et plus longtemps).

### Pièce A2 : Concept 2 - Pour le Plaisir de bien manger.



- Ce concept a soulevé des réactions mitigées et a souvent été décrit comme attirant et efficace pour transmettre les avantages sociaux et le plaisir de bien manger.
- Comparativement à *Bien manger. Bien vivre. Ensemble.*, ce concept illustre très clairement les conseils en matière de style de vie sur la façon de manger. Cependant, ce n'est pas tout le monde qui était d'avis que l'information nutritionnelle est suffisante. Les professionnels et les personnes qui ont des connaissances

adéquates en santé ont aimé les conseils en matière de style de vie, alors que les personnes ayant des connaissances insuffisantes ont remis en question leur pertinence.

- La majorité des participants ont aimé les photos de gens heureux qui se retrouvent autour d'un repas. Les photos ont été jugées attrayantes, attirantes et représentatives de la diversité de la population canadienne. Cette caractéristique importante a été notée dans tous les groupes.
- Cependant, tout le monde n'était pas convaincu du principal message transmis dans ce concept. Plusieurs ont eu le sentiment qu'il porte sur le plaisir de manger plutôt que sur celui de manger (et de se nourrir) sainement.
- Les participants ont pensé que le slogan, *Pour le plaisir de bien manger*, cadre bien avec ce concept mais ils ont remis en question son lien avec le Guide alimentaire canadien. Certains ont indiqué que manger pour le plaisir et manger sainement ne sont pas toujours une seule et même chose.
- À l'inverse de *Bien manger. Bien vivre. Ensemble.*, les exemples proposés pour les médias sociaux ont constitué l'élément majeur de ce concept. La présentation et les visuels de personnes riant et heureuses d'être ensemble ont attiré l'attention des participants.
- Pour ce qui est de la version numérique, les participants ont aimé la variété d'aliments présentés dans le visuel au bas, mais ils ont estimé que le conseil sur les proportions n'était pas communiqué aussi efficacement que dans l'image de l'assiette présentée dans *Bien manger. Bien vivre. Ensemble.*

**Pièce A3 : Concept 3 - Vers une alimentation et une vie plus saines.**



- La réaction à ce concept a varié de neutre à négative. L'usage de dessins de bandes dessinées a été qualifié d'amateur, dépassé et de source de confusion en ce sens que plusieurs images ne correspondent pas aux messages (p. ex. deux mains partageant une seule assiette pour « Prenez vos repas en bonne compagnie ». Par conséquent, ce concept a été jugé moins vraisemblable que les deux premiers.
- La vaste majorité des participants n'utiliseraient pas ce concept. Les quelques-uns qui le feraient, ont pensé qu'il serait utile pour parler à de très jeunes enfants (p. ex. enseignants et parents).
- Les exemples prévus pour les médias sociaux ont été décrits comme attirants, mais peut-être pas d'une manière favorable. Les participants ont estimé que les couleurs, bien que vives, sont quelque peu agaçantes.
- Les réactions au slogan, *Vers une alimentation et une vie plus saines*, ont été favorables, en général. Le slogan s'accorde avec ce concept et avec le Guide alimentaire canadien, bien que le dynamisme de *Bien manger. Bien vivre. Ensemble.*, lui fasse défaut.

## Phase 2

*L'objectif de la Phase 2 était de recueillir des points de vue sur un certain nombre d'approches différentes pour communiquer des renseignements spécifiques en matière de saine alimentation. Les variations étudiées dans les groupes de discussion ont porté sur les différentes méthodes de communication des quantités (incluant la fréquence, la proportionnalité et les portions) ainsi que sur les types d'aliments à consommer ou à limiter.*

- Généralement, les participants étaient satisfaits de la documentation élaborée présentement et on a senti que Santé Canada est sur la bonne voie.
- Les membres du grand public qui ont des connaissances adéquates en santé, les professionnels de la santé et les décideurs politiques ont eu tendance à préférer un langage plus spécifique et plus direct. Ils ont estimé que c'est approprié puisque cela répond à leur idée sur l'importance de transmettre des recommandations sur une saine alimentation aux Canadiens.
- Les membres du grand public qui ont des connaissances insuffisantes en santé ont eu tendance à préférer un langage moins normatif et plus permissif.

### **MESSAGE SUR LES MODIFICATIONS DE RÉGIME ALIMENTAIRE**

*Le message sur les modifications de régime alimentaire a été évalué auprès des trois groupes. Pour les membres du grand public, l'objectif était d'évaluer leur compréhension du message, alors que pour les professionnels de la santé et les décideurs politiques, l'objectif était de comprendre de quelle manière ils utiliseraient le message dans le cadre de leur travail.*

- En général, les réactions au message sur les modifications alimentaires ont été positives dans tous les groupes. Cela a été vu comme clair, concis, pertinent, utile et facile à retenir.
- Étant donné que les participants l'ont vu comme un aperçu, la plupart d'entre eux étaient à l'aise avec le manque de spécificité sur la fréquence, les proportions et les portions. Cependant, plusieurs ont pensé qu'il serait utile d'inclure des exemples de références qui leur sont moins familières comme : aliments à grains entiers; gras et huiles insaturés; et tartinades hautement transformées.

**Pièce A4 : EXEMPLE - Message sur les modifications de régime alimentaire**

Pour suivre les habitudes alimentaires saines du guide alimentaire canadien :	
<p>Augmentez la consommation de</p> <p><b>Ou</b></p> <p>Consommez davantage de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• haricots, pois, lentilles ou tofu</li> <li>• noix et graines</li> <li>• légumes et fruits, en particulier vert foncé et orange</li> <li>• poissons et fruits de mer</li> <li>• lait 1 % et lait enrichi, boisson de soya enrichie et yogourt faible en gras</li> </ul>
<p>Passez aux</p>	<p>aliments à grains entiers</p> <p>grasses et huiles insaturées</p>
<p>Limitez la consommation de</p> <p><b>Ou</b></p> <p>Consommez moins de</p>	<p>boissons sucrées</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• friandises et chocolats</li> <li>• viandes transformées</li> <li>• tartinades et sauces hautement transformées</li> </ul>

### MESSAGE NORMATIF

Le message normatif a été étudié par les trois groupes. Pour les membres du grand public, l'objectif était d'évaluer leur compréhension du message, alors que pour les professionnels de la santé et les décideurs politiques, l'objectif était de comprendre de quelle manière ils utiliseraient le message dans le cadre de leur travail.

#### Pièce A5 : EXEMPLE - Message normatif

##### Quantités à consommer

Pour suivre les habitudes alimentaires saines du guide alimentaire canadien :

- ❖ Mangez des légumes ou des fruits à chaque repas et collation. Consommez davantage de légumes que de fruits.
  - Mangez au moins un légume vert foncé par jour.
  - Mangez des légumes orange plusieurs fois par semaine.
- ❖ Mangez de 2 à 4 aliments à grains entiers par jour.
- ❖ Mangez des aliments protéinés.
  - Mangez des haricots, des pois, des lentilles et du tofu presque tous les jours.
  - Mangez des noix ou des graines presque tous les jours.
  - Mangez du poisson ou des fruits de mer 2 à 3 fois par semaine. Consommez davantage de poissons gras.
  - Consommez des viandes maigres, de la volaille et des œufs. Vous pouvez en manger presque tous les jours.
  - Consommez du lait 1 % ou du lait écrémé, des boissons de soya enrichies ou du yogourt non sucré faible en gras enrichi en vitamine D. Faites-le 2 à 3 fois par jour.
  - Consommez des produits laitiers plus faibles en sodium et en matières grasses. Mangez-en moins d'une fois par jour.
- ❖ Lorsque vous cuisinez et préparez des aliments avec de l'huile ou des matières grasses, faites-le avec des gras insaturés.

- Le message normatif a été vu comme un complément au message sur les modifications de régime alimentaire par ceux et celles qui s'intéressent à des recommandations plus détaillées et plus spécifiques. Bien que la plupart des participants aient estimé que le langage est simple et clair et bien qu'ils aient largement apprécié l'approche positive et encourageante du message, on a tout de même noté qu'il était vague, spécialement en ce qui a trait à la fréquence, aux portions et aux proportions.
- Après l'avoir lu dans son intégralité comme un seul document, les participants ont estimé qu'il y avait beaucoup de texte à retenir et ont remis en question leur capacité (et celle de leur clientèle) à mettre en pratique toutes les recommandations. En effet, les professionnels de la santé ont indiqué qu'ils utiliseraient l'information principalement à des fins de consultation et de préparation de menus et ils se sont demandé s'ils devraient ou non la donner à leurs clients.

- En ce sens, plusieurs ont pensé qu’il serait utile d’utiliser ces messages un à la fois dans un texte portant sur un sujet spécifique (p. ex. fruits et légumes, aliments protéinés, etc.).
- En ce qui concerne les messages spécifiques et leurs variations (voir tableau ci-dessous), on a noté un certain nombre de points communs dans les préférences des participants :
  - La plupart d’entre eux semblaient préférer le recours à des gammes spécifiques plutôt qu’à des mots comme « plusieurs » ou « quelques fois par semaine », qu’ils ont jugé vagues et sujets à interprétation.
  - De même, les participants préfèrent des références spécifiques à la taille d’une portion comme « 1 tasse » ce qui est reconnu par tous plutôt que « une poignée » puisque la taille des mains varie d’une personne à l’autre.
  - Les références à des choses que les participants peuvent facilement visualiser, comme « la taille d’un jeu de cartes », ont également été efficaces.
  - La variation qui a été le plus près de marquer tous les points a été celle pour le poisson : la fréquence numérique, « 2 à 3 fois par semaine »; la portion, « taille d’un jeu de cartes »; et des exemples de poisson gras, « cela comprend l’omble, le hareng, le maquereau, le saumon, les sardines et la truite. »

**Pièce A6 : EXEMPLE - Specific message variations**

Quantités à consommer - variations de formulation
Mangez des légumes ou des fruits à chaque repas et collation. Consommez davantage de légumes que de fruits.
Mangez des légumes et des fruits tous les jours. La moitié au moins de ce que vous consommez devrait être constituée de légumes.
Mangez au moins un légume vert foncé par jour.
Mangez 1 à 2 légumes vert foncé par jour.
Vous devriez manger 1 tasse de légumes vert foncé chaque jour.
Mangez 1 à 2 poignées de légumes vert foncé par jour.
Mangez des légumes orange plusieurs fois par semaine.
Mangez des légumes orange 3 à 5 fois par semaine.
Mangez 2 à 4 aliments à grains entiers par jour.
Passez aux aliments à grains entiers.
Mangez des haricots, des pois, des lentilles ou du tofu presque tous les jours.
Mangez des légumineuses ou du tofu presque tous les jours.
Mangez des noix ou des graines presque tous les jours.
Mangez du poisson ou des fruits de mer 2 à 3 fois par semaine. Consommez davantage de poissons gras.
Une portion équivaut à peu près à la taille d'un jeu de cartes.
Cela comprend l'omble, le hareng, le maquereau, le saumon, les sardines et la truite.
Consommez des viandes maigres, de la volaille et des œufs. Vous pouvez en manger presque tous les jours.

Consommez du lait 1 % ou du lait écrémé, des boissons de soya enrichies ou du yogourt non sucré faible en gras auquel on ajoute de la vitamine D. Faites-le 2 à 3 fois par jour.

Vous avez besoin de consommer du lait 1 % ou écrémé, de la boisson de soya enrichie ou du yogourt faible en gras non sucré au moins 2 fois par jour pour obtenir une quantité adéquate de vitamine D.

Consommez une autre boisson enrichie à base de plantes si vous ne buvez pas de lait ou de boisson de soya.

Consommez des fromages plus faibles en sodium et en matières grasses. Mangez-en moins d'une fois par jour.

Le fromage peut faire partie d'habitudes alimentaires saines.

Essayez de limiter votre consommation de fromage.

Une portion de fromage a la taille d'un ou deux pouces.

Lorsque vous cuisinez et préparez des aliments avec de l'huile ou des matières grasses, faites-le avec des gras insaturés.

Consommez des huiles végétales et de la margarine plutôt que du beurre, du saindoux ou de la graisse.

### **IMAGES DE PORTIONS ET DE PROPORTIONNALITÉ**

*Les images de portions et de proportionnalité illustrant différents repas ont été évaluées par les membres de la population générale.*

- Dans l'ensemble, les images de portions et de proportionnalité ont suscité une réaction favorable. En effet, les images et indices visuels ont souvent été qualifiés de moyens efficaces de communiquer les portions et les proportions.
- Certains ont indiqué que les images dans lesquelles les diverses catégories d'aliments sont faciles à distinguer leur paraissaient plus efficaces pour démontrer les portions et proportions appropriées que les images de repas composés comme les sautés et les ragouts.

**Pièce A7 : EXEMPLE - Images de portions et de proportionnalité**

IMAGES DE PORTIONS ET DE PROPORTIONNALITÉ



### RENSEIGNEMENTS DÉTAILLÉS POUR LES PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ ET LES DÉCIDEURS POLITIQUES

On a demandé à des professionnels de la santé et à des décideurs politiques d'évaluer le degré de détails et le format des renseignements détaillés sur les quantités et les types d'aliments, dans deux formats de tableaux différents. L'idée était de présenter les renseignements aux professionnels de la santé et aux décideurs politiques de manière à mesurer leur compréhension et l'utilité d'une mise en place de renseignements sur une saine alimentation. On a demandé aux participants de se concentrer sur le degré de détails et sur l'organisation de l'information et on les a informés que les chiffres, dans les tableaux, étaient génériques et qu'ils seraient remplacés par les valeurs réelles finales.

#### Pièce A8 : EXEMPLE - Tableau de format 1

Catégories d'aliments de haut niveau (gris) Catégories d'aliments de niveau inférieur (blanc)	2 À 3 ANS	4 À 8 ANS	9 À 13 ANS	14 À 18 ANS	19 À 50 ANS	51 À 70 ANS	71 ANS +
<b>Légumes et fruits</b>							
Légumes vert foncé	1/jour		2/jour				
Légumes jaune foncé ou orange	3/semaine						
Légumes féculents	5/semaine						
Autres légumes	1/jour	1-2/jour					
Fruit	1-2/jour						
<b>Grains</b>							
Grains entiers et blé entier	1/jour	1-2/jour	1-2/jour	1-2/jour	2-3/jour	1-2/jour	
Grain raffiné	3-4/semaine						
<b>Aliments protéinés</b>							
Lait, boissons de soya enrichies et yogourts	2-3/jour						
Fromages	1/semaine	1/semaine	5/semaine	4/jour	1/semaine	5/semaine	
Légumineuses	3/semaine	4/semaine	5/semaine	1/jour	1-2/jour	1/jour	
Noix et graines	5/semaine						
Viandes rouges, viande d'oiseaux et de gibier, volaille et œufs	1/semaine	4/semaine	5/semaine	1/jour		4/semaine	
Poissons et fruits de mer	1/semaine		3/semaine		2/semaine		
<b>Huiles, graisses, condiments, sauces vinaigrettes</b>							
Graisses et huiles insaturées	2/jour	1-2/jour					
Condiments, sauces et vinaigrettes faibles en gras	2/semaine		3/semaine				

**Pièce A9 : EXEMPLE - Tableau de format 2**

Catégories d'aliments de haut niveau (gris) Catégories d'aliments de niveau inférieur (blanc)	2 À 3 ANS	4 À 8 ANS	9 À 13 ANS	14 À 18 ANS	19 À 50 ANS	51 À 70 ANS	71 ANS +
<b>Légumes et fruits</b>							
Légumes vert foncé	1/jour	1/jour	2/jour	2/jour	2/jour	2/jour	2/jour
Légumes jaune foncé ou orange	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine
Légumes féculents	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine
Autres légumes	1/jour	1,5/jour	1,5/jour	2/jour	2,5/jour	2/jour	2/jour
Fruit	1,5/jour	1,5/jour	1,5/jour	1/jour	1,5/jour	1,5/jour	1,5/jour
<b>Grains</b>							
Grains entiers et blé entier	1/jour	1,5/jour	2/jour	2/jour	2,5/jour	1,5/jour	1,5/jour
Grain raffiné	0,5/jour	0,5/jour	1/jour	1/jour	1/jour	1/jour	1/jour
<b>Aliments protéinés</b>							
Lait, boissons de soya enrichies et yogourts	2,5/jour	2/jour	1,5/jour	2,5/jour	2,5/jour	2,5/jour	2,5/jour
Fromages	1/semaine	1/semaine	1/semaine	4/semaine	1/semaine	5/semaine	5/semaine
Légumineuses	3/semaine	2/semaine	5/semaine	1/jour	1,5/jour	1/jour	1 jour
Noix et graines	5/semaine	3/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine	5/semaine
Viandes rouges, viande d'organe et de gibier, volaille et œufs	2/semaine	1/semaine	5/semaine	1/jour	1/jour	1/jour	4/semaine
Poissons et fruits de mer	2/semaine	2/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	2/semaine
<b>Huiles, graisses, condiments, sauces et vinaigrettes</b>							
Graisses et huiles insaturées	1/jour	1,5/jour	1,5/jour	1,5/jour	1,5/jour	1,5/jour	1,5/ jour
Condiments, sauces et vinaigrettes faibles en gras	2/semaine	2/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine	3/semaine

- En général, les tableaux de format ont suscité des réactions positives chez les professionnels de la santé et les décideurs politiques. On a senti que cette information serait particulièrement utile pour la planification de menus et l'éducation nutritionnelle.
- Les aspects les plus souvent soulignés spontanément par les professionnels de la santé et les décideurs politiques comprennent les recommandations données en fonction des sous-catégories d'aliments et d'un certain nombre de groupes d'âge.
- Les professionnels de la santé responsables d'éducation nutritionnelle ont estimé que le degré d'information dans les tableaux était plus rigide que dans les autres modèles de messages en termes de fréquence, de proportions et de portions et que cela ne serait probablement pas nécessaire pour éduquer leurs clients. Bien qu'ils aient aimé les renseignements présentés dans les sous-catégories détaillées d'aliments et qui rendent l'information plus pertinente et utile pour leur travail, la plupart, en particulier ceux qui travaillent en éducation nutritionnelle, étaient d'avis qu'ajouter les quantités quotidiennes/hebdomadaires d'aliments dans les catégories de haut niveau pourrait être particulièrement utile.

- D'autre part, il serait utile d'ajouter des renseignements sur les solutions de rechange dans le cas d'exclusion de sous-catégories spécifiques d'aliments (p. ex. dans le cas de personnes qui éprouvent certains problèmes de santé comme des allergies ou qui sont végétariennes). En effet, la majorité des professionnels de la santé et des décideurs politiques ont estimé que cela serait particulièrement utile pour ceux et celles qui veulent des renseignements sur des solutions de rechange pour tenir compte de l'éventualité d'exclure certaines sous-catégories d'aliments, par exemple, dans le cas de personnes ayant des allergies ou de végétariens.
- Pour les deux formats étudiés, la plupart des professionnels de la santé et des décideurs travaillant avec tous les groupes d'âge ont semblé préférer le Tableau 1. Le principal avantage du Tableau 1 est qu'il illustre les endroits où ont eu lieu les changements dans les quantités et types d'aliments, ce qui le rend plus clair et plus facile à voir/comprendre.
- Les quelques personnes qui ont préféré le Tableau 2, en général des professionnels de la santé responsables de la planification de menus, ont apprécié la précision des fréquences, proportions et portions pour chaque groupe d'âge et chaque sous-catégorie d'aliments. À leur avis, ce format enlève tout doute.

Firme de recherche:

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)  
Numéro de contrat : HT372-182894/001/CY  
Date d'attribution du contrat : 26 juillet 2018

J'atteste, par la présente, comme représentante d'Earnscliffe Strategy Group, que le produit livrable respecte entièrement les exigences relatives à la neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans les Politiques de communications du gouvernement du Canada et dans les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus spécifiquement, le rapport ne comprend aucun renseignement sur les intentions de vote des électeurs, leurs préférences sur les partis politiques, les positions des partis ou les cotes de rendements d'un parti politique ou de ses leaders.

Signé : 

Date : 11 janvier 2019

Stéphanie Constable  
Partenaire, Earnscliffe