

Contribution aux choix alimentaires

■ **Transition nutritionnelle**

- ✓ Modernisation des systèmes alimentaires
- ✓ Disponibilité accrue et promotion
- ✓ Aliments emballés transformés (riches en énergie, graisses saturées, sucres ajoutés, sel/sodium)

■ **Marketing alimentaire**

- ✓ Moteur sous-jacent de la transition nutritionnelle
- ✓ Facteur de risque potentiellement modifiable des MNT
- ✓ Enfants & jeunes enfants fortement ciblés
- ✓ Préférences, choix, demandes & consommations (**Cairns et al., 2013**)

Systèmes alimentaires en Afrique et en Méditerranée
Comment co-construire des solutions pour une sécurité
alimentaire et une santé durables ?
7-9 novembre 2022, Montpellier-France

Promotion des environnements alimentaires sains
au Sénégal : Qualité nutritionnelle des aliments
emballés et promus

Adama Diouf. MSc, PhD

Laboratoire de Recherche en Nutrition Alimentation Humaine
Université Cheikh Anta Diop de Dakar
adama.diouf@ucad.edu.sn



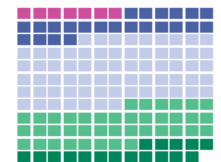
Contexte & Problématique

□ **Augmentation rapide des taux surpoids/obésité/MNT**

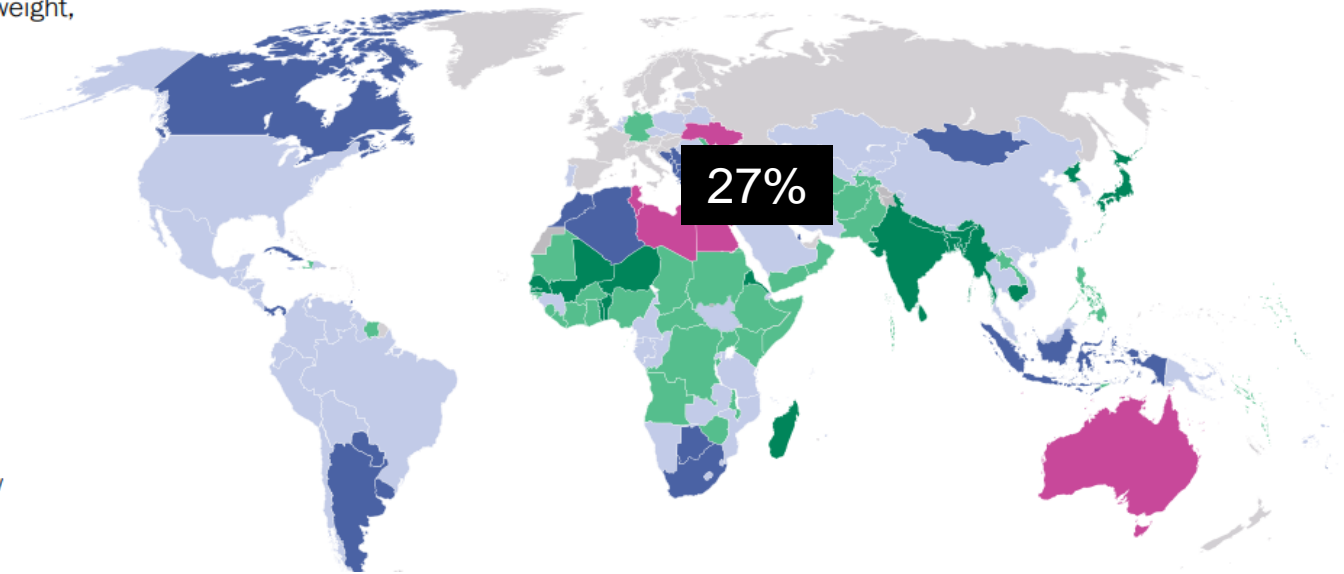
- ❖ Enfants, adolescents & adultes
- ❖ Augmentation considérable de la charge de morbidité

GLOBAL
5,7%

Percentage of children under 5 affected by overweight, by country, 2020¹

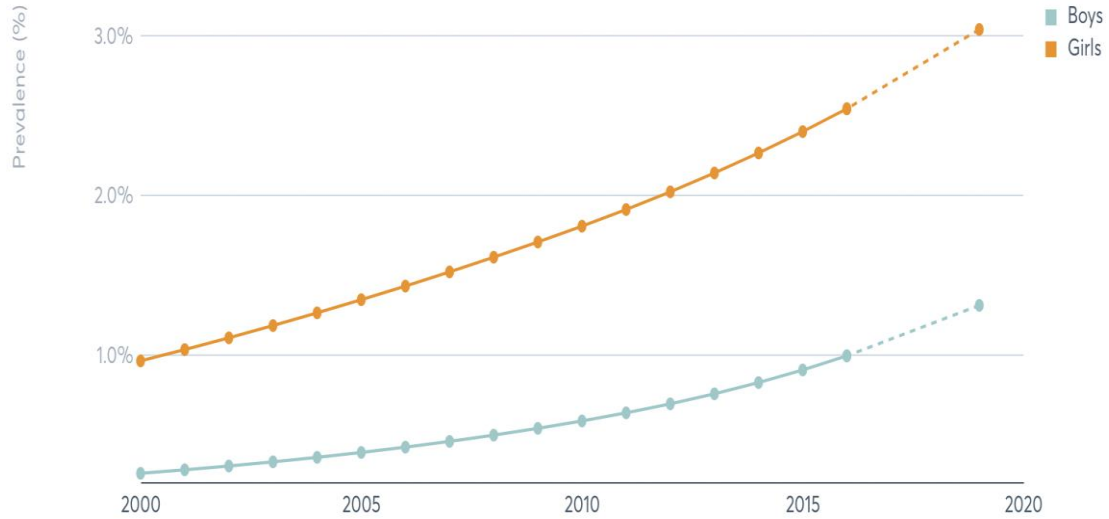


Distribution of overweight prevalence for each country with a modelled estimate presented for 2020.¹

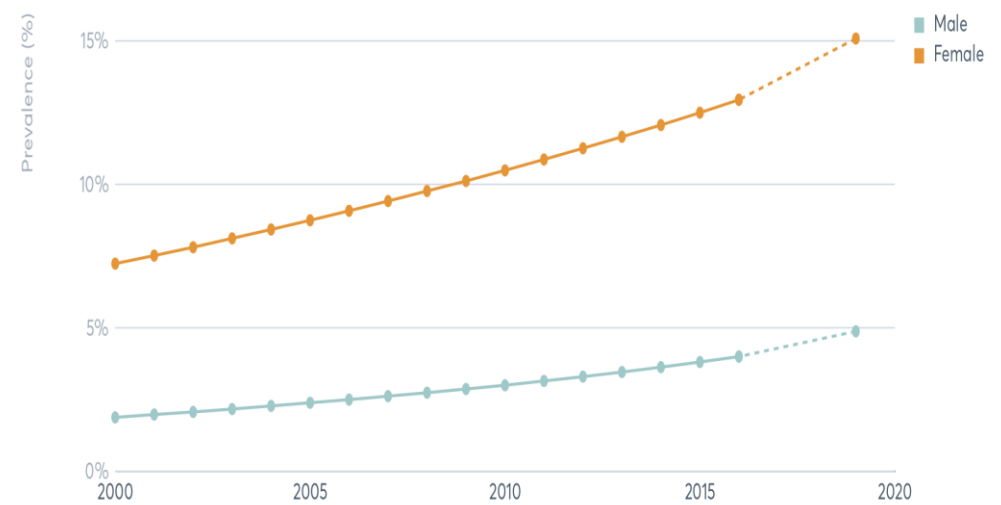


UNICEF : United Nations of International Children's Emergency Fund
WB : World Bank
WHO : World Health Organization

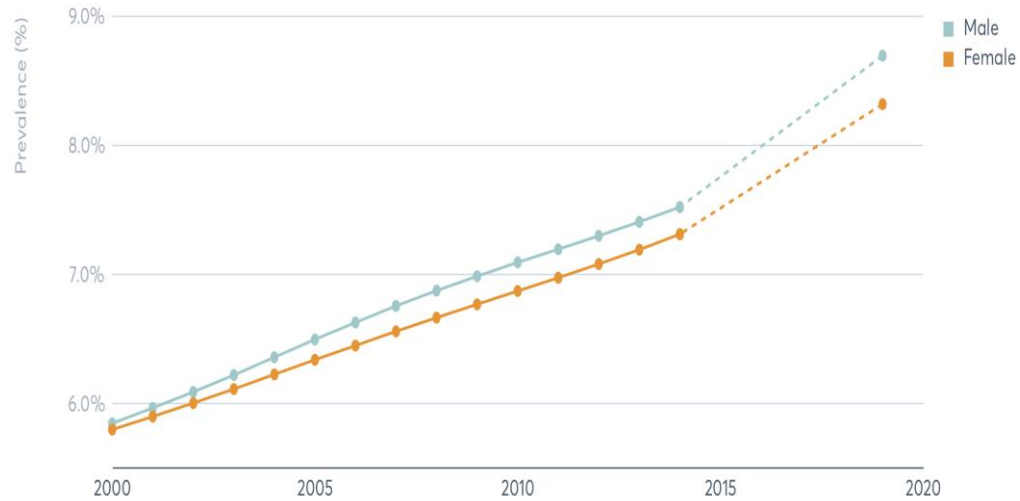
Epidémiologie des maladies chroniques



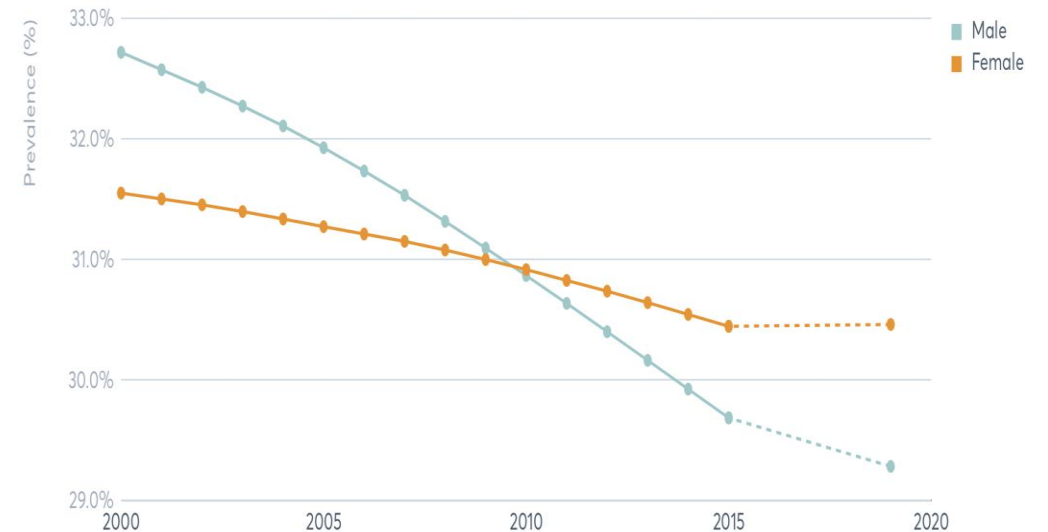
Obésité infantile



Obésité chez adultes



Diabète

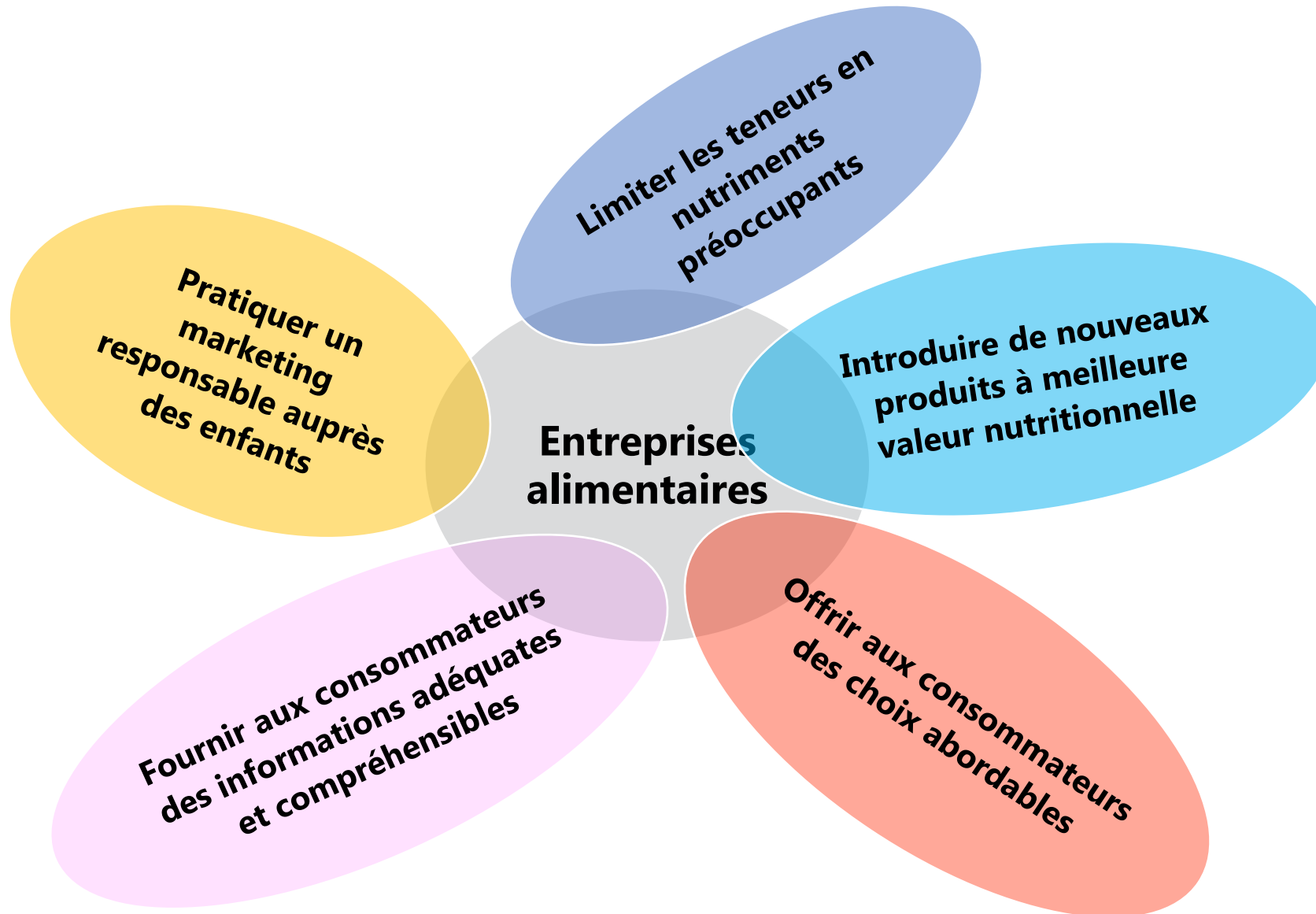


Hypertension artérielle

Rôle du marketing alimentaire



Recommandations OMS



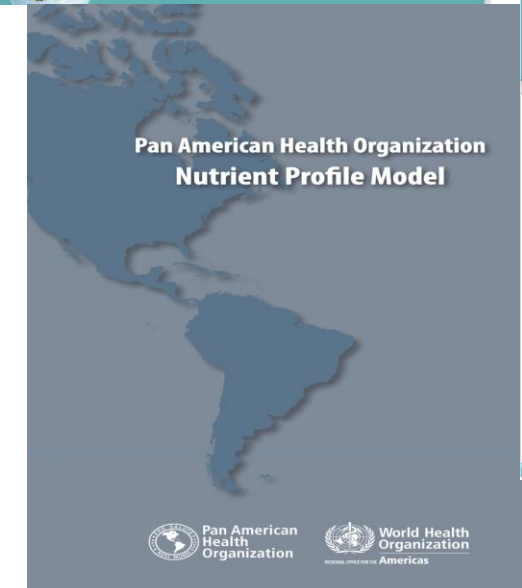
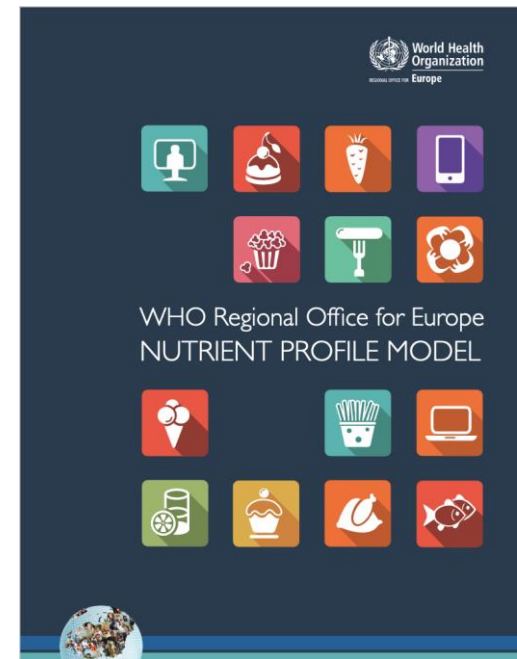
Profil nutritionnel des aliments

- **Systemes de profilage des nutriments**

- ✓ Méthode d'évaluation qualité nutritionnelle
- ✓ Produits alimentaires & boissons
- ✓ Contenu énergétique & composition nutritionnelle

Large éventail de politiques alimentaires (reformulation, étiquetage & marketing des aliments)

- **Au Sénégal, absence de données probantes**



Questions de recherche

1

L'offre alimentaire en supermarché est-elle conforme aux directives de l'OMS ?

2

Quelle est la nature et l'ampleur de la publicité alimentaire sur les chaînes télévisées sénégalaises ?

METHODOLOGIE

Caractérisation de l'offre alimentaire

2 grandes enseignes de
supermarché à Dakar



Inventaire & classification
✓ 17 catégories (OMS)



Collecte des données sur
l'emballage



Nutriments	pour 100 g	par portion de 300 g	% de par po
Énergie	490 kJ 117 kcal	1473 kJ 351 kcal	18 %
Matières grasses dont acides gras saturés	1,8 g 1,7 g	11,4 g 5,1 g	16 % 25 %
Glucides dont sucres	11,8 g 3,2 g	35,4 g 9,6 g	14 % 11 %
Fibres alimentaires	3,2 g	9,6 g	
Protéines	7,3 g	21,9 g	44 %
Sel	0,70 g	2,10 g	35 %

normes quotidiennes de référence pour un adulte
10 kJ / 2000 kcal). Ce plat cuisiné contient 35
la portion de 300 g. Déjeuner et dîner d
peuvent couvrir 40 et 30% de vos be

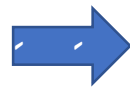
- ✓ Liste ingrédients
- ✓ Valeur nutritionnelle
- ✓ Caractères promotionnels

Publicités alimentaires médiatiques - TV

Protocole INFORMAS (International Network for Food and Obesity/ Non Communicable Diseases Research, Monitoring and Action Support)

- 5 chaînes télévisées nationales de grande audience
- Enregistrement simultané programmes télévisés sur les 5 chaînes
 - ✓ 4 jours (2 ouvrables + 2 week-end)
 - ✓ 6H00 – 00H00

■ Visionnage & Décodage



- ✓ Horaires de diffusion
- ✓ Catégorie de programme
- ✓ Nom du produit & entreprise alimentaire
- ✓ Techniques de marketing & Caractères promotionnels

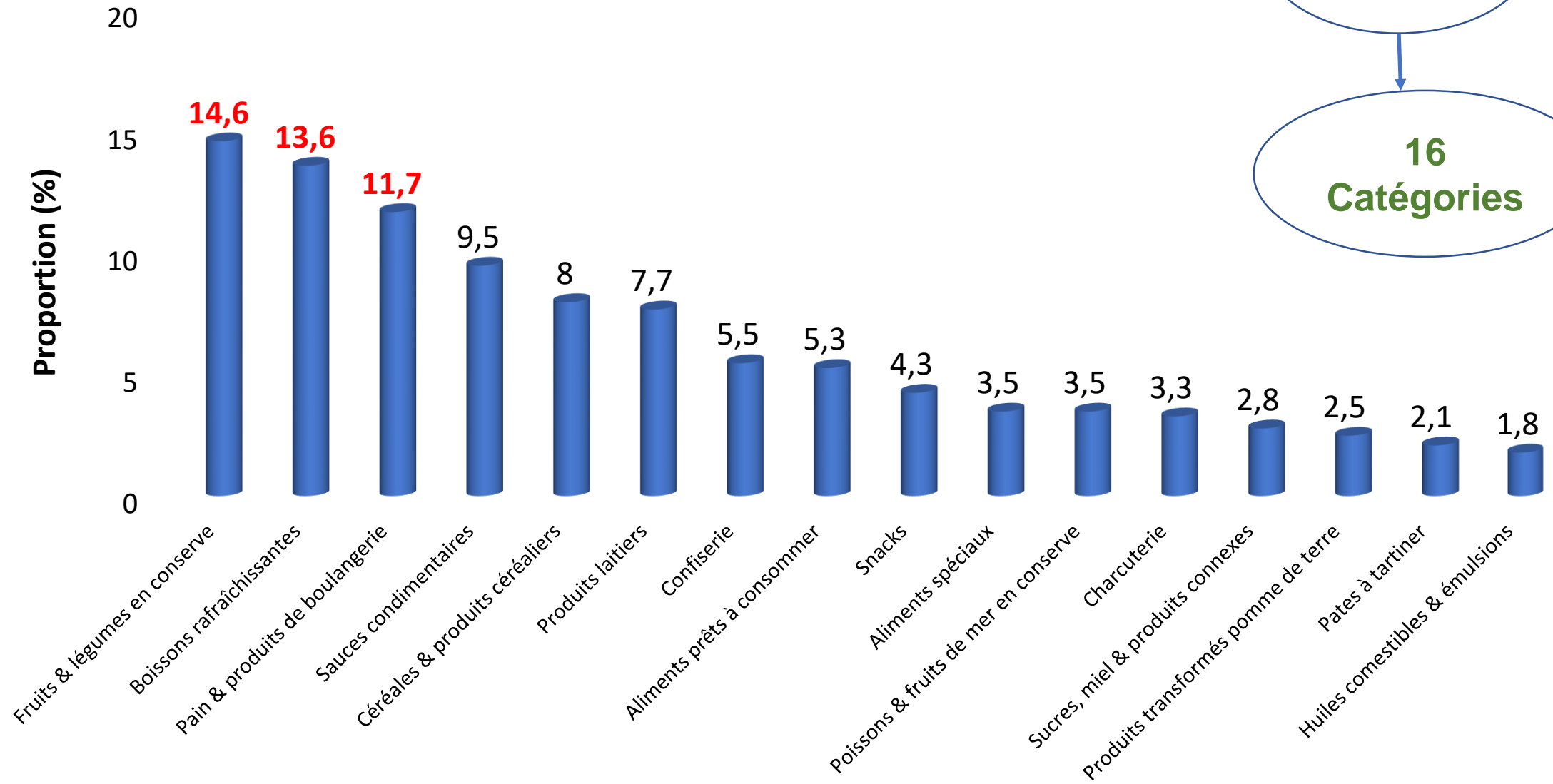


Profilage nutritionnel des aliments

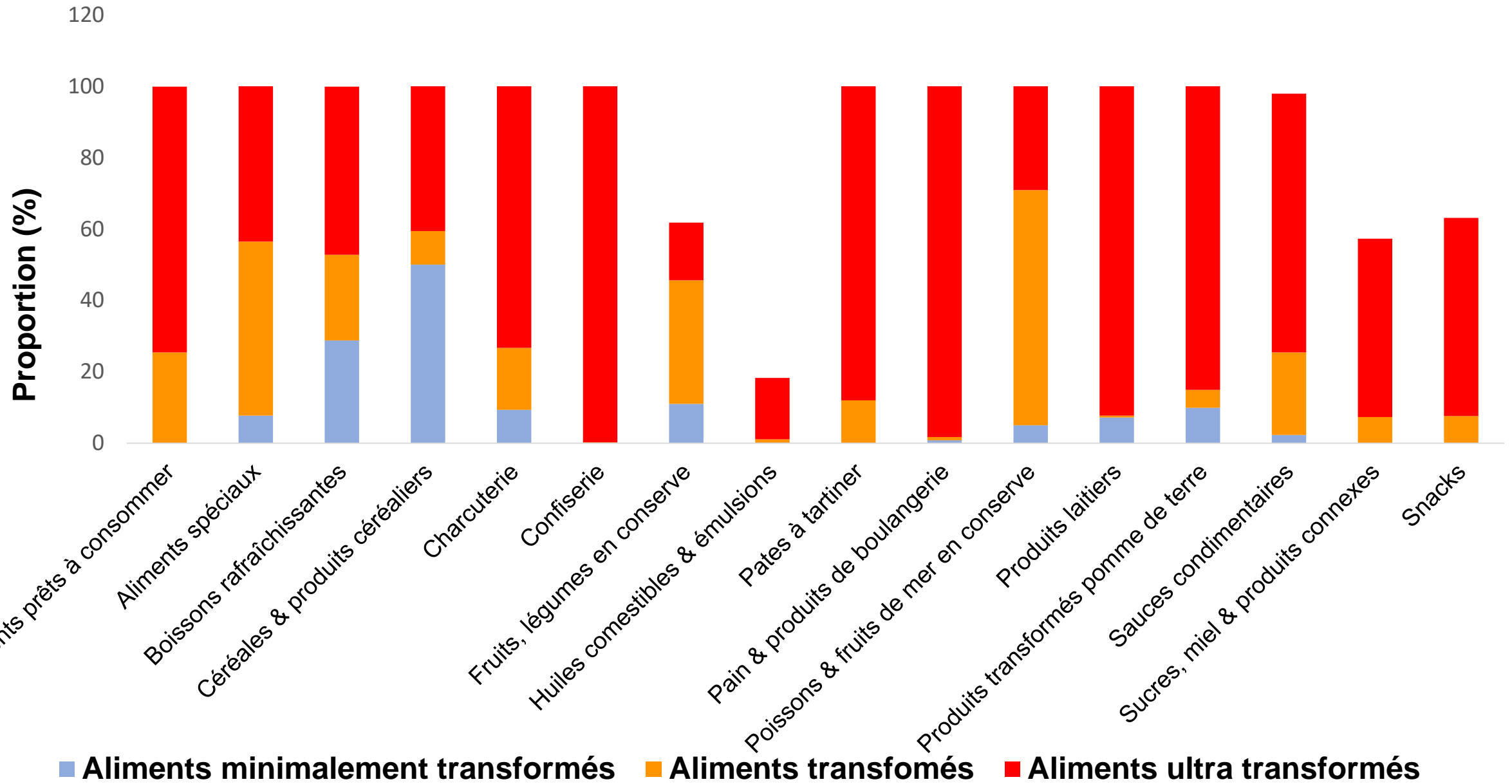
- **Aliments & boissons soumis à une promotion restrictive**
 - ✓ Composants soumis à la restriction
 - Énergie
 - Graisses totales & saturées
 - Sucre
 - Sel ou sodium
 - ✓ Teneurs nutritionnelles vs. seuils OMS
 - ✓ Promotion autorisée : teneurs conforme aux seuils /100g d'aliment

RESULTATS

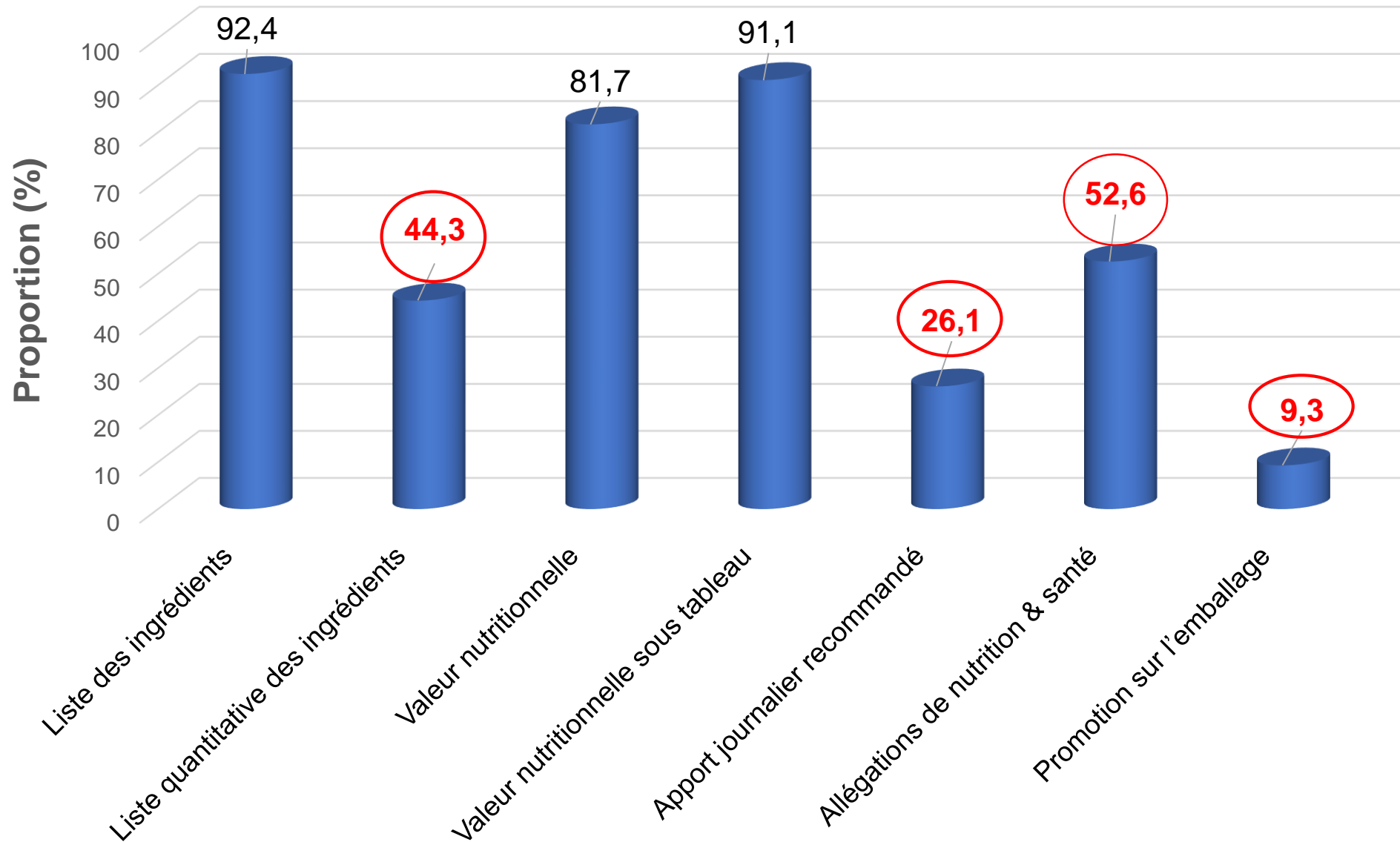
Catégories d'aliments répertoriés



Aliments transformés & ultra transformés (%)



Etiquetage des aliments



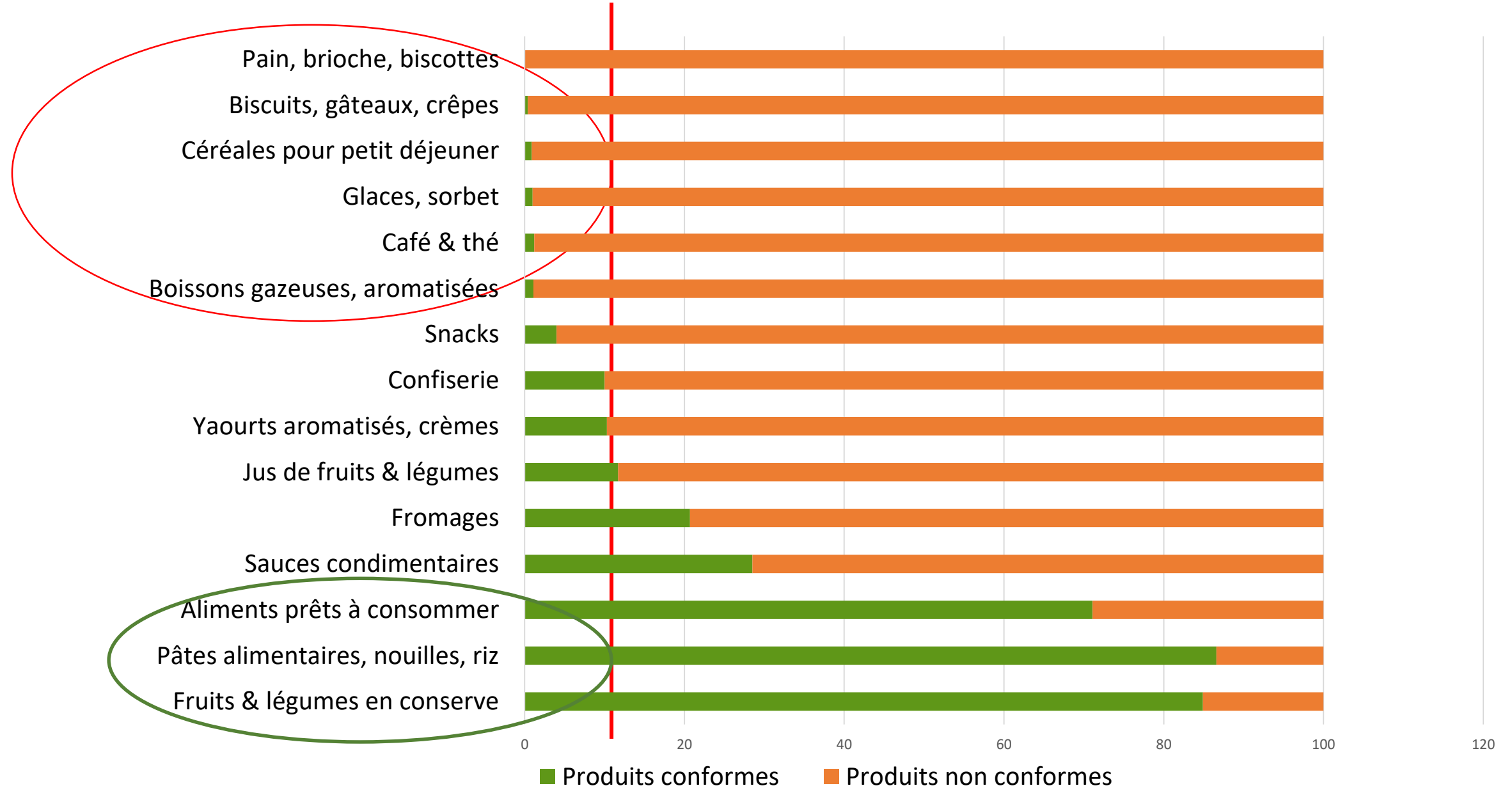
Qualité nutritionnelle des aliments

	Energie (kcal)	Graisses totales	Graisses saturées	Sucres totaux	Sel
Confiserie	534	32	17,7	53,5	0,2
Biscuits, cookies	471	18,4	8,2	65,0	0,6
Pâtisserie	425	22	12	66	0,6
Céréales petit déj	386	4	0,9	73	0,4
Chips & assimilés	489,5	28,7	2,30	63,3	1,2
Boissons gazeuses	32	0	0	7,88	0,01
Eaux aromatisées	33,5	0	0,1	8,20	0,01
Poissons en conserve	209	13	2,6	0,60	1
Plats préparés	108	4	1,5	9,8	0,85

Qualité nutritionnelle des aliments

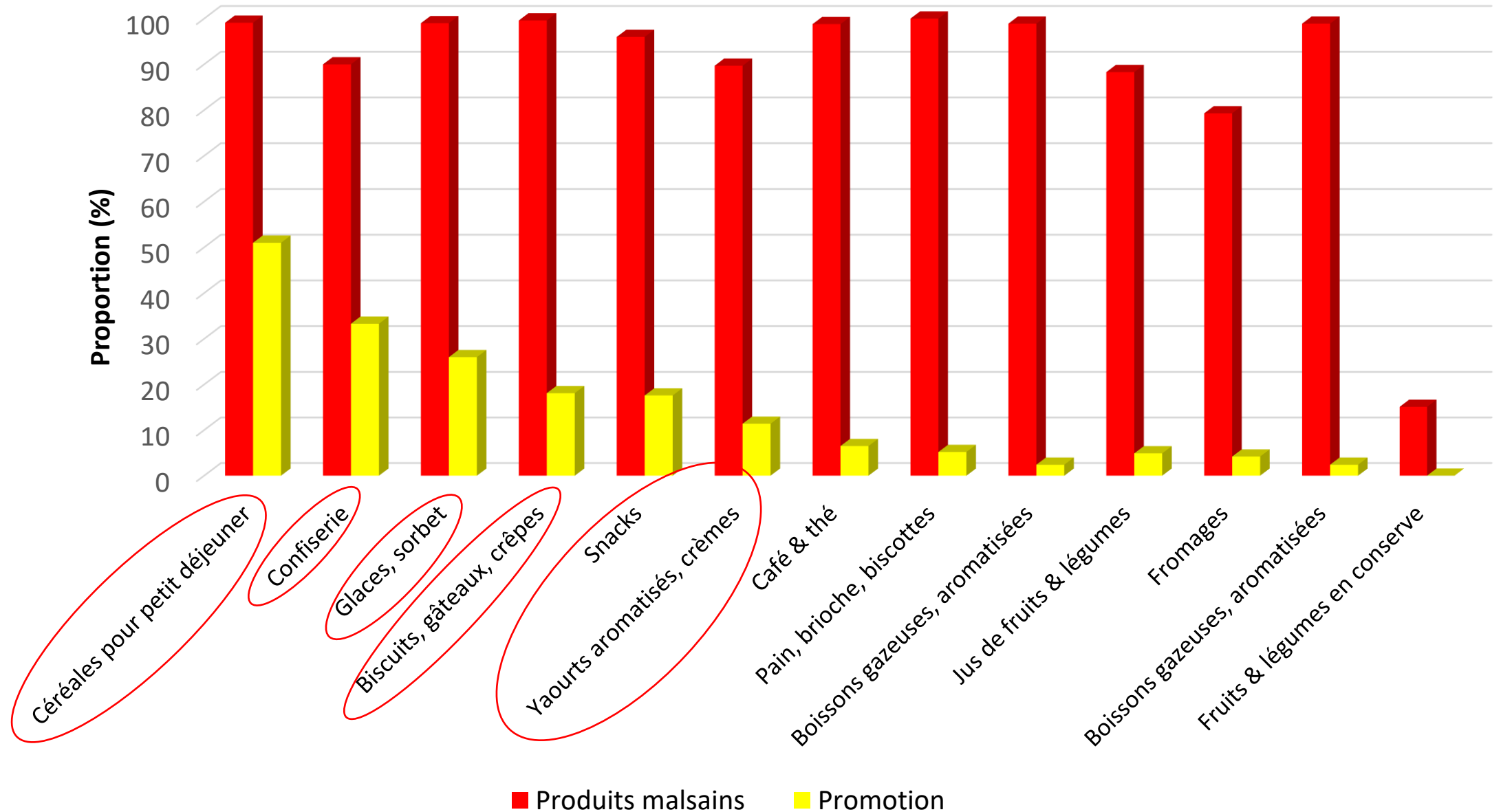
	Energie	Graisses totales	Graisses saturées	Sucres totaux	Sel
Sauces trempettes	230	16	1,2	6,7	1,9
Mayonnaise	653	71	5,7	2,1	1,43
Ketchup	99	0,01	0,01	23,2	2
Moutarde	150	11	0,8	3,2	5,6
Bouillon cube	206,5	6	3,2	27,6	44,5
Crèmes	263,5	130	9,1	30	0,14
Flans pâtisseries	368	1	0,1	84	0,1
Lait	84	3,45	2,2	7,8	0,1
Fromage	316	27	17,3	2	1,5

Profil nutritionnel des aliments - OMS



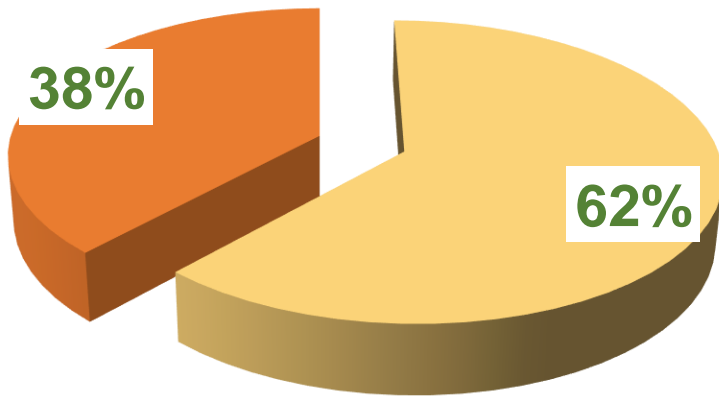
Les résultats indiquent la non conformité des produits alimentaires pour plus d'un nutriment

Proportion d'aliments non conformes promus



Marketing des aliments - TV

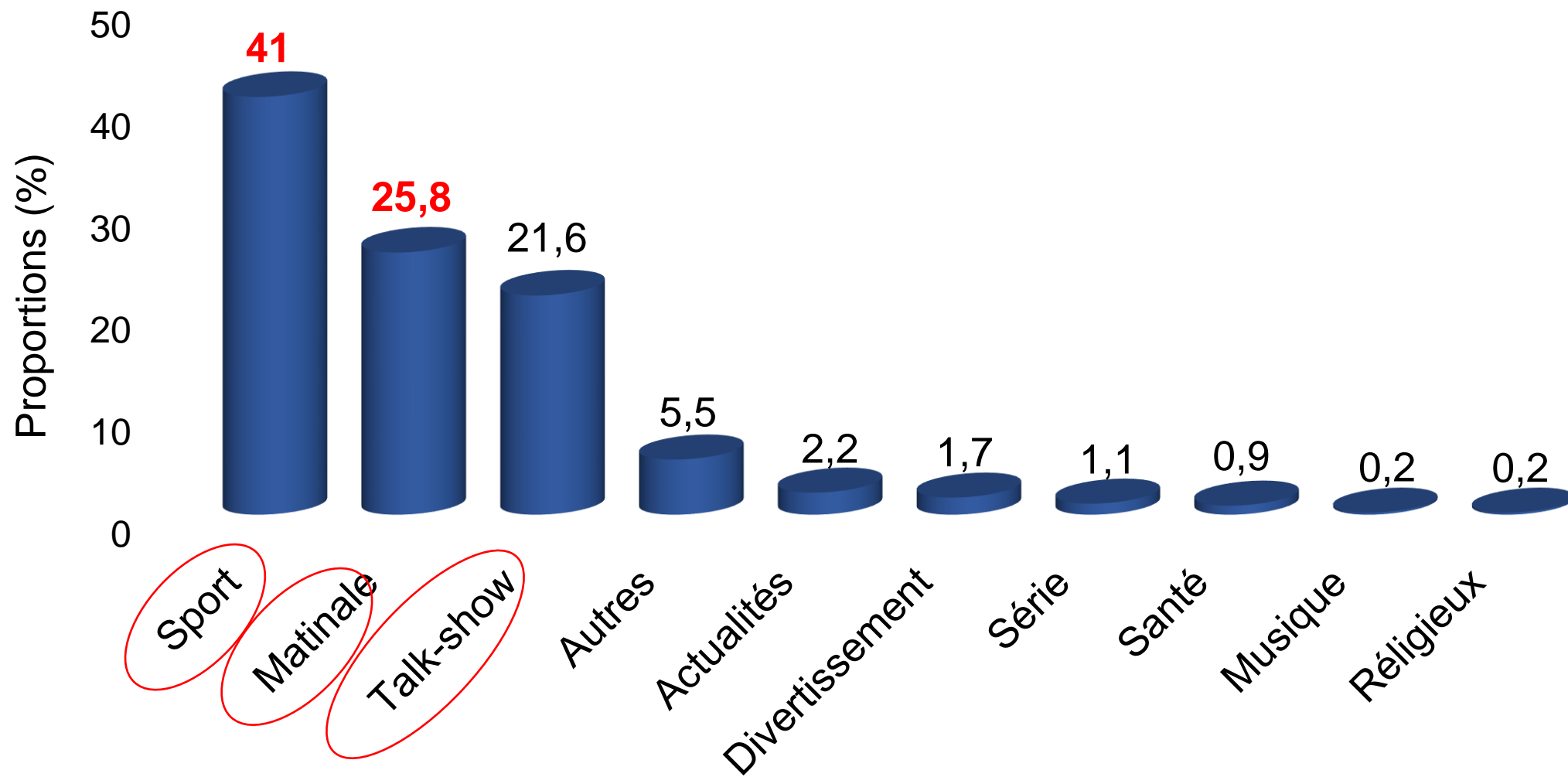
1477
Publicités



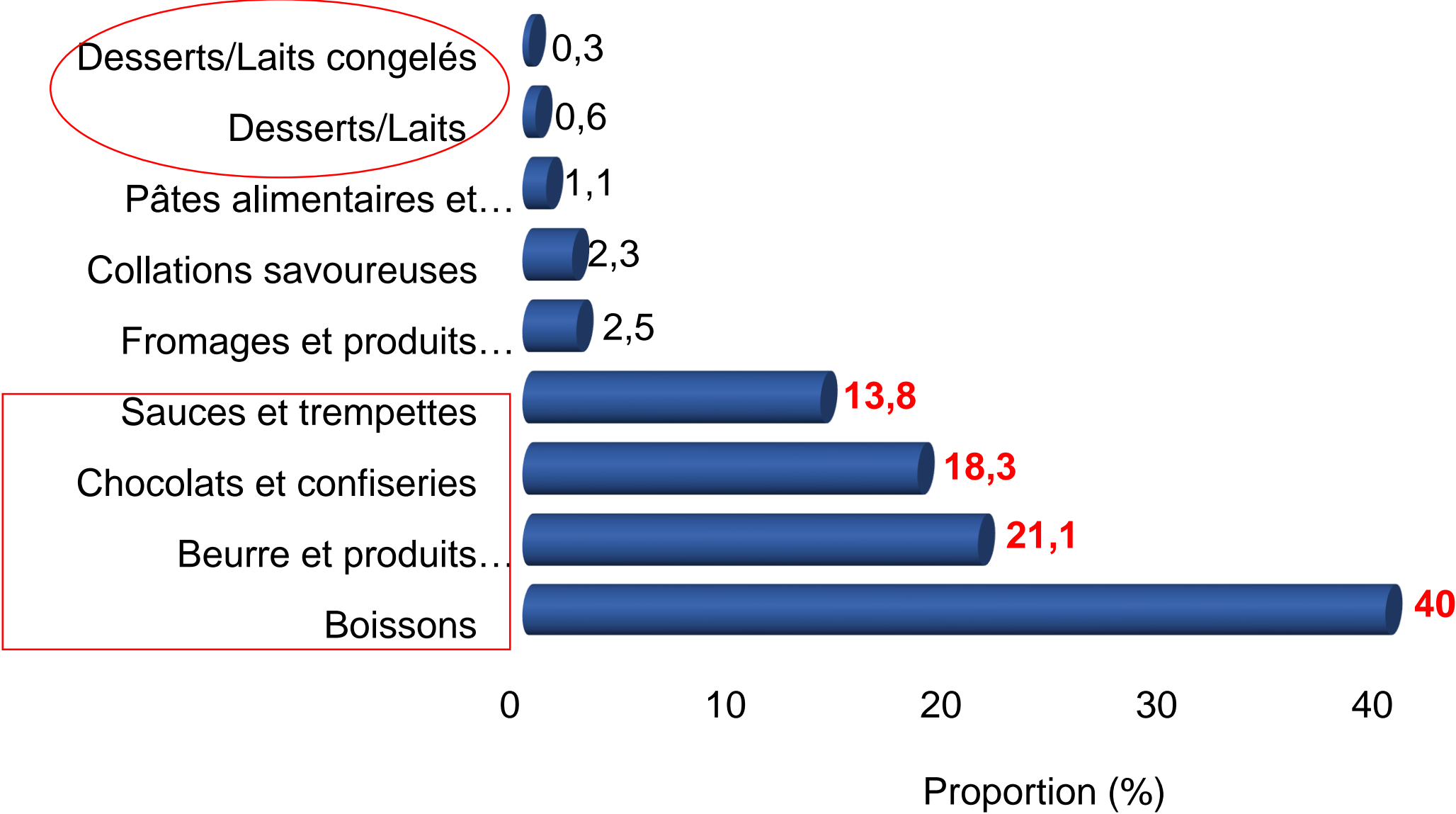
	Total	RTS1	2STV	TFM	SEN TV	WALF
Jours ouvrables	62,1	85,3	26,7	68,1	59,7	100
Week-end	37,9	14,7	73,3	31,9	40,3	-

• Matinée	43,9	61,3	24,7	29,0	19,3	100
• Après-midi	17,2	9,4	18,8	44,9	19,3	-
• Soirée	38,9	29,3	56,5	26,1	61,4	-

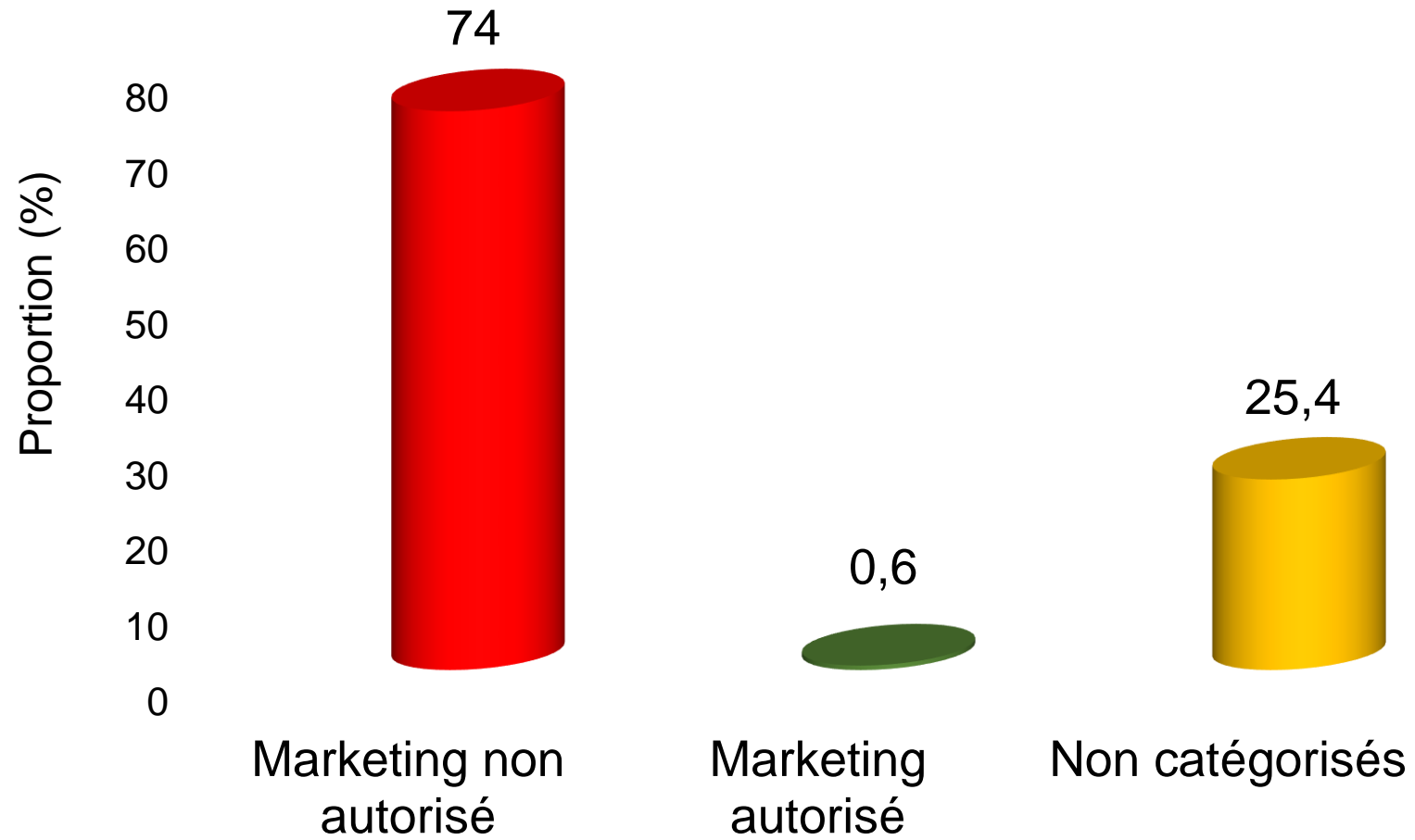
Répartition des publicités/programmes TV



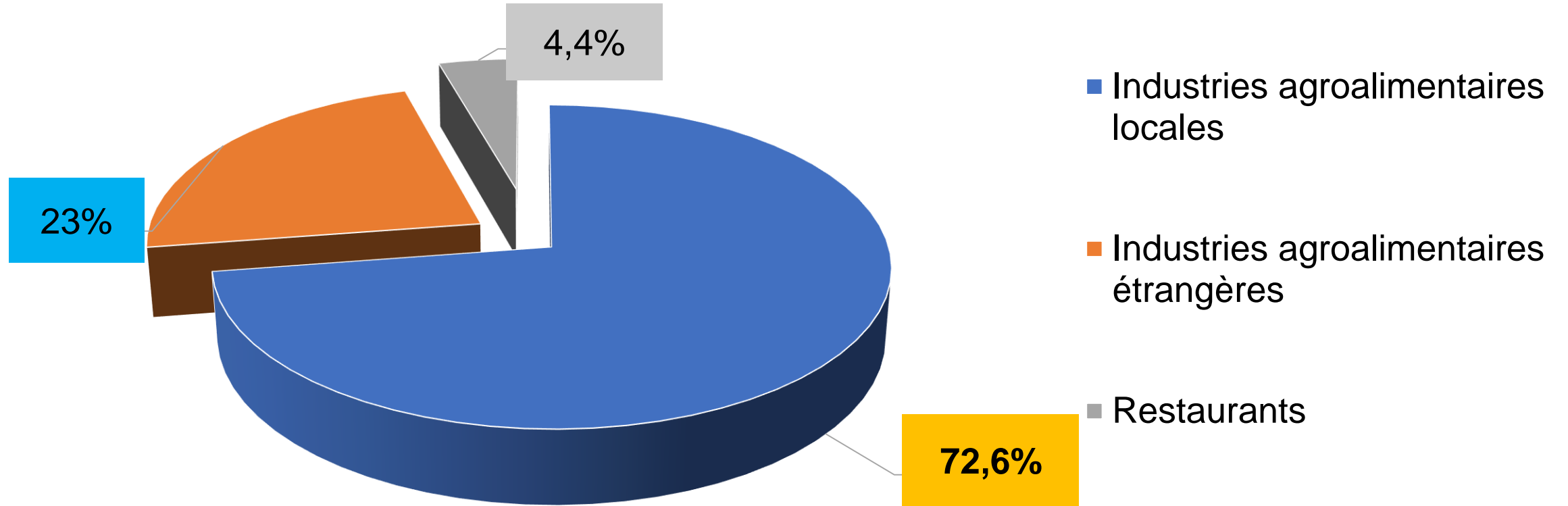
Catégories d'aliments promus - TV



Conformité des aliments promus -TV

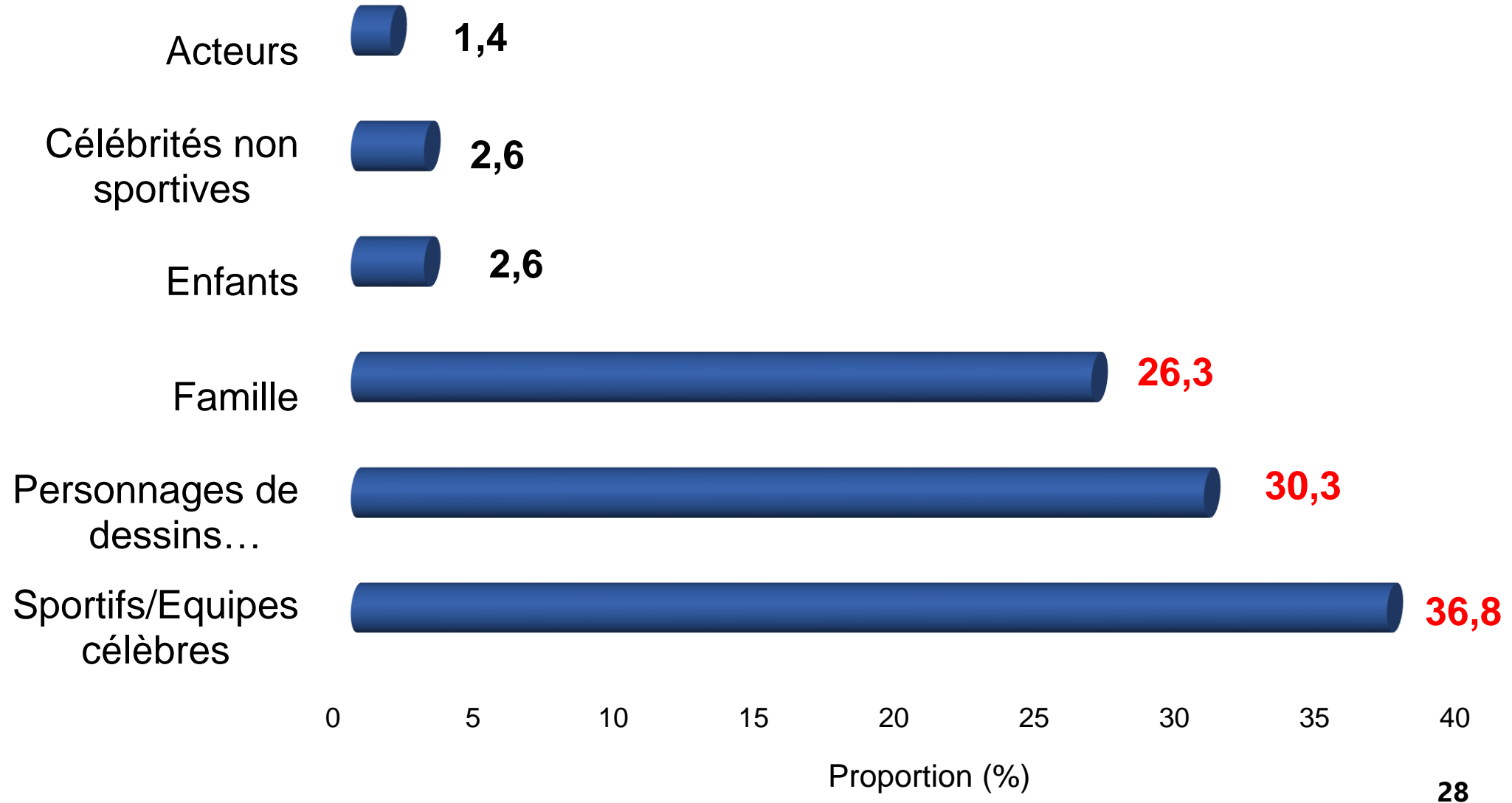


Entreprises alimentaires à l'origine des publicités

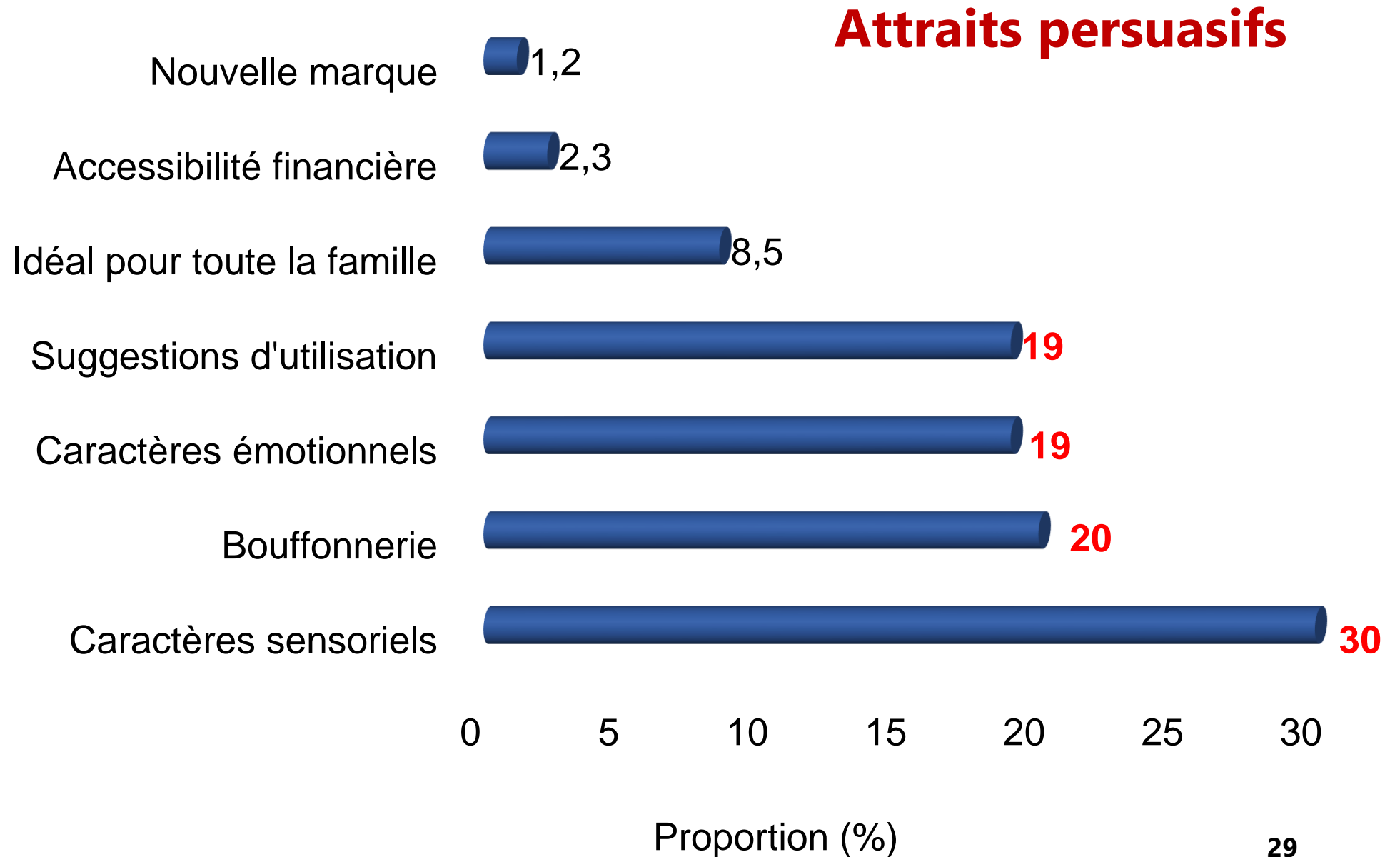


Stratégies promotionnelles...

Caractères promotionnels



Stratégies promotionnelles



Conclusion & Recommendations

Conclusion

- Les aliments disponibles en supermarché à Dakar renferment des teneurs excessives en énergie et nutriments préoccupants (matières grasses, graisses saturées, sucres, sel)
- L'offre alimentaire de produits emballés est essentiellement composée d'aliments transformés & ultra transformés
- La qualité nutritionnelle des aliments emballés est pour l'essentiel non conforme aux critères fixés par l'OMS selon le modèle de profil nutritionnel pour la région africaine
- Environ 75% des aliments promus sur les chaînes télévisées sont non autorisés de marketing
- Les sportifs & personnages de dessins animés, les caractères sensoriels & émotionnels du produit sont les techniques marketing les plus utilisés.

Recommandations

- **MSAS/CNDN** : Mettre en œuvre de politiques publiques cohérentes visant à améliorer durablement les environnements alimentaires au Sénégal
 - ✓ Recommandations alimentaires nationales
 - ✓ Promotion d'une alimentation saine auprès des population
- **Ministère du commerce** : Prendre des mesures pour mettre en œuvre l'ensemble des recommandations de l'OMS visant à réduire la commercialisation et le marketing des aliments malsains
- **Conseil National de régulation de l'Audiovisuel** : Restreindre le marketing télévisé des aliments « malsains » et promouvoir l'alimentation saine dans les espaces médiatiques
- **Industries alimentaires**
 - ✓ Fournir aux consommateurs des informations adéquates et compréhensibles sur la qualité nutritionnelle des aliments
 - ✓ Reformuler et/ou limiter les niveaux de graisses saturées, de sucres libres et de sel dans les produits



MERCI!