

bien-être de tous

cantonal. Des conférences et exercices visant à lutter contre l'obésité sans stigmatiser ceux qui en souffrent.



Tous les aliments, même gras ou sucrés, doivent avoir leur place dans l'alimentation. DR

TROIS QUESTIONS À NATALIE RIGAL, CHERCHEUR EN PSYCHOLOGIE, SPÉCIALISTE DU GOÛT CHEZ L'ENFANT

«On s'est trompé de cible»

En quoi les politiques de santé ont-elles eu tendance à stigmatiser les enfants souffrant de surpoids?

En se trompant de cible. Au lieu de stigmatiser l'obésité, elles ont plutôt stigmatisé les obèses. D'un discours disant que le fait d'être gros était mauvais pour la santé, on en est venu à une transformation des messages laissant entendre que celui qui est gros est une mauvaise personne. Par manque d'explications sur les facteurs qui conduisent à l'obésité et sur la difficulté que représente le fait de maigrir.

Quels ont été les effets pervers?

Ces personnes qui souvent avaient des souffrances physiques, difficultés à s'habiller, à



«Il faut retrouver une certaine sérénité dans notre rapport à l'alimentation»

NATALIE RIGAL

UNIVERSITÉ DE PARIS OUEST

faire du sport se sont vu rajouter d'autres souffrances psychologiques. Être montré du doigt, moqué, rangé dans la case du paresseux qui manque de contrôle et du coup les spécificités individuelles sont passées en arrière-plan. On a de même stigmatisé les aliments gras ou sucrés, denses, alors que le fait que les enfants aiment ces aliments est lé-

gitime. Les pâtes à tartiner sont par exemple très proches du lait maternel. Alors pourquoi voir d'un mauvais œil un enfant qui a du plaisir à en manger? Lorsque les parents sont très ou très peu restrictifs concernant ces aliments, la capacité d'auto-régulation de l'enfant diminue. Cependant, chez le nourrisson, cette capacité est très développée.

Il faut retrouver une certaine sérénité dans notre rapport à l'alimentation. Et promouvoir le plaisir de manger.

Comment remédier à cette situation?

Le changement passerait par le fait de mettre en place des campagnes de promotion de la santé qui ne soient pas ciblées sur des populations. Il faudrait passer du fait de prévenir l'obésité au fait de promouvoir le bien-être de toute la population. Parce que finalement, le message de santé qui est de manger plus diversifié avec plus de plaisir et bouger plus, concerne toute la population et pas seulement les 15% de personnes souffrant d'obésité. JFA

LE PLAISIR AVANT TOUT

«Favoriser la découverte»



Anne-Claude Luisier, ingénieur, diplômée en denrées alimentaires EPFZ, présentait «L'importance du plaisir en matière d'alimentation». Pour elle, il faut donner à l'enfant, déjà aux premiers âges, autant de sensations gustatives que possible. «Plus on le fait, plus le répertoire gustatif sera grand plus tard. Evitons aussi les phrases comme: «Si tu finis ton assiette, tu auras droit à un dessert.» Cela dérègle le mécanisme de régulation de l'enfant. De même, interdire un aliment ne fait que renforcer l'envie. La néophobie – rejet des aliments nouveaux – est normale. Il faut les rapprocher de goûts connus, donner du temps, expliquer. Et le plaisir peut venir à tous les étages de la pyramide alimentaire.»

«Eviter l'écoeurement»



Fabien Ohl, professeur en sciences du sport à l'Université de Lausanne, présentait lui «L'importance du plaisir en matière de mouvement». Selon lui, l'hédonisme est la valeur première aujourd'hui dans la pratique du sport. «Notre culture valorise le plaisir individuel. En ce sens, les campagnes de promotion de l'exercice qui prennent pour modèles les performances des sportifs d'élite sont en décalage avec les envies des individus. Et les personnes en surpoids se sentiront d'autant plus exclues de la pratique sportive. De même, les forcer au mouvement, culpabiliser la sédentarité peut amener à un écoeurement pour l'exercice qui n'était peut-être pas là à la base.»

BILAN

«Au-delà de nos attentes»



«Cette journée a dépassé nos attentes. Nous attendions une centaine de personnes et plus de 150 professionnels de tous les domaines sont venus. Il était important que le réseau soit multidisciplinaire. La thématique est complexe, il faut couvrir beaucoup d'angles différents et nous essayons d'unifier les messages qu'on veut faire passer», déclare Gilles Crettenand, responsable du centre Alimentation et Mouvement.

«Quant au programme cantonal «Pour un poids corporel sain», le premier résultat clair est la création du réseau. Notre action sur les 0-4 ans a eu un fort impact chez les professionnels et dans les familles. Le projet Fourchette verte avance bien, nous sommes à 50% des crèches labélisées. Nous voulons atteindre 90% d'ici à deux ans. Pedibus a atteint 37 lignes dans les communes. Ce sont les petites rivières qui font les grands fleuves...» JFA

PUBLICITÉ

ALIGRO

SION-LES RONQUOZ
sortie autoroute Sion-ouest



-26%

9.90
kg
13.50 *

Cou de Porc roulé
frais du pays
nature ou épicé

-30%

13.80
kg
19.80 *

Tête de Moine
entière
demi:
14.90/kg 21.60



-33%

3.70
1 kg
5.60 *

Tomates en grappe
d'Italie, en barquette



-22%

50.-
6 x 75 cl
64.50 *

Fendant
Pierrafeu
AOC 2009



-30%

3.90
6 x 1 lt
5.60 *

Evian

PROMO VALABLE DU 8 AU 13 MARS

Parisienne de Bœuf fraîche du pays/U.E., morceau	kg 25.60	21.90 *
Emincé de Veau 'minute', frais du pays	1 kg 29.60	23.90 *
Filet d'Entrecôte de Cheval frais du Canada	kg 35.80	28.60 *
Gigot d'Agneau roulé frais importé	kg 27.20	20.90 *
Poulet Fermier Jaune frais de l'Ardèche 1200/1300 g	kg 13.90	10.90 *
Noix de Jambon fumée entière	kg 19.10	15.30 *
Tortelloni à la Viande HILCONA	1 kg 9.20	6.80 *
Assortiment de Yogourts TONI	6 x 180 g 5.30	3.60 *
Twins Green Tea Java + 6 autres sortes	25 x 2 g 3.30	2.60 *
La Chinoise Cornettes fines	8 x 600 g 23.40	18.40 *
Cabernet Syrah Chenet 2008	6 x 75 cl 36.80	22.- *

toutes nos actions sur: www.aligro.ch



* avec la carte GOURMANDS gratuite: plus de 1'000 promotions dès 100.- d'achats, sans limite d'achats du lundi au jeudi