



Voyons large

Une troisième campagne pour balancer les préjugés par rapport au poids...

Nous vivons dans une société où tout nous incite à prendre du poids... et où tout nous pousse à vouloir être le plus mince possible. La troisième campagne de *Voyons large* aborde ce paradoxe en explorant quelques-unes des multiples raisons qui le sous-tendent. Soit autant de pistes pour mieux appréhender les enjeux qui entourent les questions de poids...

Une première campagne sur les discriminations liées au poids, une autre sur les 10 bonnes raisons de ne pas faire régime... *Voyons large* ne pouvait s'arrêter là. Pour sa nouvelle campagne, *Voyons large* propose donc de continuer à réfléchir, ensemble, aux **normes** qui pèsent sur la population.

Cela suppose, entre autres, de s'interroger sur les raisons pour lesquelles le poids - et les kilos en trop - ont pris tant d'importance dans nos vies. L'idée ? Continuer à prendre du recul, à mieux comprendre ce qui dicte nos **comportements alimentaires** et à poser nos propres choix en connaissance de cause.

Contrairement à ce que l'on croit souvent, gagner ou perdre des kilos est loin d'être uniquement une question d'attitudes individuelles, auxquelles s'ajouterait (dans le cas d'une perte de poids) un zeste de volonté. Ce serait bien trop simple ! Pour sortir de cette vision, *Voyons large* entame un **nouveau voyage dans le monde du poids**, du surpoids, et de l'obésité, en suggérant un nouveau regard. Il est porté, de façon ludique, par **l'édition d'un calendrier**, compagnon sympathique de toute une année à venir. Autre allié dans cette démarche, **le site www.voyonslarge.be** qui détricote les normes de poids et de minceur, les préjugés et les croyances, sans moraliser ni juger. Enfin, cette approche passe, aussi, par l'analyse du **Pr Olivier Corneille**, psychologue à l'UCL¹ et par son décryptage de nos comportements alimentaires.

(1) Dernier ouvrage paru : " Nos préférences sous influence ", Mardaga, 2010.

Le but ? Mieux comprendre les complexités du "jeu" dans lequel nous nous trouvons, et découvrir des éléments qui peuvent nous aider à (re)prendre le contrôle de nos décisions et de nos manières de consommer...

La piste du contexte

Actuellement, entre **malbouffe et santé**, nos coeurs (et nos assiettes) balancent.

" Nous sommes placés entre un objectif hédonique à court terme, et un objectif de santé à long terme, tranche le Pr Corneille. Il est difficile de résister à l'appel du premier, qui procure des plaisirs certains et immédiats. Une série de recherches actuelles portent sur la régulation de soi, sur les moyens de résister à nos envies et nos tentations, ou sur les moyens de les réguler. Pourtant, je ne suis pas persuadé qu'il s'agisse de la voie la plus prometteuse à suivre. En effet, elle tend à nous épuiser et à nous culpabiliser de nos échecs répétés. En conséquence, elle diminue souvent notre estime de soi et notre sentiment de contrôle. Cette optique s'apparente aussi à celle qui nous pousse à tomber dans le cycle des régimes. Dans une immense majorité des cas, ils ne marchent pas, et nous le savons, mais... nous les adoptons quand même. "

Le psychologue suggère donc une **autre piste : agir sur le contexte, sur cet environnement qui nous pousse à acheter et/ou à consommer**. Cela signifie qu'il s'agit aussi, pour tout le monde, de mieux connaître et d'identifier de quelles manières on trompe nos cerveaux pour mieux contrôler nos comportements.

Mince, c'est dans la tête !

Ainsi que le souligne Olivier Corneille, en matière de poids, une information préventive **est nécessaire**. Mais elle ne suffit pas puisqu'on assiste, dans tous les pays occidentalisés, à une augmentation globale du nombre de personnes touchées par des problèmes de poids. Ainsi, les chiffres publiés par l'Institut Scientifique de Santé Publique, d'après une étude réalisée sur 3 200 personnes interrogées en 2014-2015, font état de 29 % de répondants en surpoids et de 16 % en situation d'obésité soit, sur ce dernier point, 5 % de plus que lors d'une enquête similaire menée en 2004².

L'information préventive ne suffit pas parce que, la plupart du temps, elle individualise les questions au lieu de les inscrire dans une réflexion qui prenne en compte **le poids du contexte économique, social et culturel** dans lequel baignent nos rapports à la nourriture et au corps. Elle ne suffit pas non plus car elle inscrit la rationalité comme principe alors que notre psychisme l'ignore.

"Clairement, c'est bien **notre rapport à l'alimentation** qui doit être interrogé ici, relève le Pr Corneille. Savoir qu'il faut manger 5 fruits et légumes et que cela sera plus sain que de manger des chips, n'empêche pas d'acheter et de dévorer ces derniers aliments. Pour faire changer les choses, il s'agit donc de parvenir à **jouer sur le contexte immédiat de l'achat ou de la consommation effective**."

² Le Soir, mercredi 18 novembre 2015.

Notre cerveau nous trompe

En réalité, comme l'explique le Pr Olivier Corneille, "**nos comportements alimentaires** témoignent d'une **rationalité très limitée**. Ils sont largement **automatiques** et **largement contaminés** par des **jugements 'défectueux'**".

Des exemples ? Le Pr Corneille en propose de nombreux. **Ainsi, lorsqu'on nous sert une belle grande assiette bien remplie, nous imaginons - à tort - que la quantité proposée est adaptée et conforme à nos besoins. Dès lors, au lieu de porter notre attention sur notre sentiment de faim** (ou de satiété), nous terminons bien "sagement" notre plat, l'esprit tranquille. Le psychologue souligne aussi que **les assiettes actuelles sont, en moyenne, 44% plus grandes que celles utilisées il y a une quarantaine d'années**. De quoi nous pousser à prendre **l'habitude de consommer trop...**

" Un certain nombre **d'effets psychophysiques** nous empêchent de bien **appréhender les quantités** que l'on nous sert, confirme le psychologue. Par exemple, nos **cerveaux vont être trompés** par l'augmentation de la taille de récipients de pop-corn : contrairement à ce qu'elle imagine, la personne ne parvient pas à calculer correctement la quantité servie, et à réaliser que dans certains cas, elle se retrouve avec jusqu'à 75 % de produit en plus ! "

Différentes études ont confirmé nos **difficultés à réguler les quantités** que nous mangeons, en fonction du cadre ou des conditions dans lesquelles nous sommes placés. Ainsi, dans l'une de ces recherches, menée aux Etats-Unis en 2005³, des volontaires se voyaient proposer un bol de soupe. Or, chez certains d'entre eux, le contenant se remplissait imperceptiblement au fur et à mesure du repas. Résultat : une consommation accrue de 73%... et, malgré tout, chez les personnes concernées, le sentiment de ne pas avoir mangé davantage que les autres ! On sait également que les possibilités de se resservir "à volonté" dans certains restaurants augmentent la consommation de 70 %.

Dans un autre domaine, les chercheurs, tout comme les industriels, ont également compris qu'un **label "pauvre en graisse"**, censé permettre d'ingérer moins de calories, **déculpabilise le consommateur** qui se sent dès lors autorisé à augmenter la consommation des produits étiquetés de la sorte. Au final, les quelques 15 % de calories en moins dans l'aliment ne servent à rien, bien au contraire : la personne mange davantage (une attitude également "tout bénéfique" pour le vendeur de ces produits) et ingère plus de calories.

Enfin, **les enfants** sont loin d'être épargnés par un certain nombre de conditionnements destinés à les pousser à adopter des comportements alimentaires probablement inadaptés. "Les **publicités** pour céréales, barres chocolatées ou autres sodas, détaille le Pr Corneille, sont fréquemment associées à des personnages souriants. On y ajoute aussi des musiques entraînantes ou positives. Or le jeune, tout comme l'adulte, **transfère toutes ces qualités sur le produit** qui lui est associé..." De quoi donner envie de manger... et de faire coup double : un consommateur captif dès l'enfance n'est-il pas la promesse de profits assurés pour de longues années ?

On le voit bien au travers de ces exemples, notre cerveau nous trompe ... mais les industriels aussi !

³ Wansink et al., 2005, Obesity Research.

Small is delicious, qu'ils disaient

Comment le consommateur peut-il « **faire autrement** », sans tomber dans les restrictions, les troubles alimentaires, les oublis du caractère convivial et social de l'alimentation ? **Connaître les pièges qui balisent le chemin** permet de mieux les éviter. A cet égard, certaines **pistes développées dans les recherches sur les comportements de consommation** sont également très prometteuses.

L'une d'entre elles consiste à s'entraîner à **se concentrer sur ses expériences sensorielles**. « En effet, paradoxalement, lorsqu'une personne apprend à se concentrer sur **le plaisir** que lui apportent des produits hédoniques... elle est amenée à choisir de plus petites portions et à en attendre plus de plaisir. Une expérience l'a montré : quand on demande à des enfants d'imaginer leur plaisir à manger des produits chocolatés, ils optent ensuite pour de plus petites portions. »

" En fait, précise le Pr Corneille, **la courbe de satiété et celle du plaisir sont inversées**. Le plaisir est à son pic lors **des premières bouchées**. En revanche, il n'augmente plus très significativement lors des 50, 100 ou 150 grammes supplémentaires que l'on avale ensuite. En cadrant le choix au sein d'une **expérience plus sensorielle**, il devient donc possible de **modifier les comportements**."

Pile je ne bouge pas, face je reste assis

L'analyse et les informations apportées par le Pr Corneille s'inscrivent dans une **vue globale** du problème du poids et du contrôle de ce dernier, une problématique qui relève de **facteurs multiples**.

Parmi eux, réside le fait que, petit à petit, sans que nous ne le réalisons toujours clairement, **l'activité physique** déserte nos journées : nous ne bougeons plus, ou pas assez. Une série d'excellentes raisons justifient cette tendance à la **sédentarité**.

Les distances (et ou le manque de temps) ne permettent pas d'amener les enfants à pied à l'école, et encore moins de se rendre ainsi au travail, ou de faire ses courses ou d'aller rendre visite à ses proches. Des rues ou des quartiers jugés peu sûrs, ou peu adaptés à la promenade ou au vélo, n'encouragent pas davantage à y faire un tour, et pas plus à y jouer avec les enfants. Quant à nos emplois, combien consistent désormais à rester derrière un ordinateur ?

C'est ainsi que, dans de nombreux cas, **nous devenons sédentaires non par choix ou par envie**. Mais parce que nos métiers, nos vies et nos villes nous y conduisent et qu'il n'entre pas forcément dans la culture (ou le goût) de tout le monde de pratiquer régulièrement un sport, ce qui aiderait pourtant à réintroduire une indispensable activité physique dans nos vies et dans nos agendas.

Et puis, je craque !

Histoire de continuer à mettre les choses en perspective, voici un petit jeu, praticable dans n'importe laquelle de nos villes. Il suffit de se rendre au cœur de celle-ci, ou bien dans ses rues les plus commerçantes, et de compter les possibilités de s'arrêter pour consommer plats ou boissons. Le chiffre obtenu est parfois impressionnant. Mais ces appels, ces **incitations** à se sustenter ou à boire (presque) en tout lieu et à (presque) n'importe quelle heure, ne sont pas seuls en cause, ni les seuls pièges qui nous guettent en matière de poids.

Loin des disettes et des famines qui ont marqué l'histoire de nos sociétés, l'industrie agro-alimentaire a réussi le pari de pouvoir proposer, en permanence, une **offre abondante, sinon pléthorique**, et

adaptable à une majorité des budgets. Certes, cela représente un véritable progrès, mais sans exclure des aspects moins positifs.

Comment ne pas craquer face à une série de produits par ailleurs poussés, propulsés, vantés par de **multiples publicités** ? L'histoire ne dit pas si ces aliments sont tous bien nécessaires. Ou plutôt si, elle nous le dit pour un grand nombre d'entre eux. **Trop gras, trop sucrés, trop salés** , ils contribuent à alimenter nos envies de gras, de sucres, de sel, et à nous engager dans un processus nutritionnel au mieux coûteux et sans grand intérêt, au pire délétère pour notre santé.

Les "snacking", plébiscités par les enfants, les adolescents... et les adultes qu'ils deviennent, ne sont pas seuls concernés. Tout comme les autres aliments industriels, un grand nombre de plats "tout faits", si pratiques pour le gain de temps qu'ils représentent, bénéficient encore et toujours **d'étiquetages peu lisibles, et peu ou pas compréhensibles** , faute d'avoir acquis un diplôme de nutritionniste.

Un concours du double langage

Dans notre environnement, tout nous pousse à consommer, et à prendre du poids... Mais rien ne nous empêche, bien au contraire, de **rêver d'être mince** , et de se vouloir maigre et belle (ou beau) comme ces modèles (photoshoppés ou pas) qui s'étalent des murs des villes aux pages glacées des magazines et qui font figure de standards de beauté.

Selon une enquête menée par l'ANSES en 2012, en France, " 60% des femmes et 44% des hommes souhaitent peser moins ". Tous avec raison ? En Belgique, 35% des femmes et 21% des hommes voudraient perdre du poids. Un quart de la population seulement ne se soucie pas de son poids ⁴. Clairement, ces chiffres dépassent, et de loin, le nombre de personnes pour lesquelles une perte de poids pourrait effectivement représenter un gain de santé - seule justification sensée à une traque drastique aux kilos.

Seulement voilà, chaque kilo en trop mène à se sentir jugé, décrédibilisé, condamné. Et nos propres regards ne sont guère plus tendres envers ceux et celles qui frisent avec l'excès de poids. Dès l'enfance, une multitude de **discriminations et de préjugés** les accompagnent, entamant souvent leur confiance en eux.

Cela aide-t-il à comprendre les raisons pour lesquelles, même si nous savons que les **"régimes" mènent au pire** , c'est-à-dire à **une reprise de poids supérieure aux kilos perdus** , ainsi que, pour certains catégories de la population, à des troubles du comportement alimentaire, nous voulons encore y croire ?

Y'a plus de place pour les "gros" !

Insensiblement, rappelle le Pr Corneille, nous sommes incités à manger plus, à ingérer davantage de nourriture. Nous le faisons en toute "bonne conscience" et en oubliant de tenter de prêter attention au seul signal (certes parfois difficile à percevoir) qui nous donnerait des **renseignements pertinents** : celui de **nos sensations** .

Pour parler de ce phénomène global, aux Etats-Unis, le Pr Brian Wandink a dénoncé, dès 2006, le " mindless eating ", **la nutrition irréfléchie** . Afin de sortir de ce schéma, il s'agit d'apprendre à **mieux comprendre comment nous réagissons aux sollicitations de notre environnement et pourquoi**

⁴ ISP, Enquête de santé, 2015.

celui-ci nous piège ; nous pouvons ensuite agir sur notre environnement quotidien (par exemple, la taille de notre vaisselle), explique le Pr Corneille.

Des recettes à réinventer

En plus de **mieux comprendre notre fonctionnement**, le Pr Corneille évoque également l'importance de **s'assurer de l'adéquation des messages de prévention ou d'éducation**.

L'objectif ? Que le contenu des messages transmis touche bien sa cible, et de manière efficace. En effet, si une personne imagine qu'en prenant, en plus de son hamburger, une salade elle « rachète » celui-ci et s'autorise donc une portion de frites en plus, le message est raté !

Il s'agit de rendre possible un autre regard sur nos façons de manger et de consommer, de nous regarder et d'accepter les différences, et les imperfections, de lâcher un peu le contrôle et de redécouvrir le bien-être. Cesser de faire croire aux mangeurs qu'eux seuls sont responsables des désordres alimentaires.

De plus, au-delà de notre éducation, un changement significatif de cet environnement propice à troubler nos relations avec l'alimentation et la santé serait sans doute utile. Les modifications à opérer passent donc probablement par un aménagement différent des villes (qui inciterait davantage à l'exercice physique des petits et des grands), et par de **nouvelles législations** et de **nouvelles balises** pour le **secteur agro-alimentaire...**

En remettant les choses en perspective, la campagne *Voyons large* devrait ainsi permettre à chacun de continuer à prendre du recul sur les normes de poids et à mieux comprendre les causes, complexes et multiples qui influent sur nos comportements. Sans oublier de conserver le plaisir de manger et de partager ensemble...

Le calendrier *Voyons large* sera distribué en Wallonie et à Bruxelles durant le mois de décembre. Il est disponible gratuitement sur simple demande par mail à info@questionsante.org

Personne de contact : Pascale Anceaux 02/5124174

Voyons large est un projet de Question Santé asbl avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, de la Wallonie et de la Commission communautaire française





Le quizz de *Voyons large*

1. Nos sociétés semblent ne valoriser que la minceur. Pourtant, sur Terre, combien de personnes en surpoids compte-t-on ?

- A. Plus de 980 millions d'adultes
- B. Plus de 1,9 milliard d'adultes
- C. Plus de 3 milliards d'adultes

2. Les régimes, "ça ne marche pas". Pourtant, combien de Belges en ont déjà tenté un ou plusieurs ?

- A. 52 %
- B. 67 %
- C. 74 %

3. Si Barbie n'était pas une poupée mais une personne "réelle", que lui arriverait-il ?

- A. Elle remporterait probablement la couronne de Miss Monde.
- B. Appliquées à un corps humain, ses mensurations l'empêcheraient de se tenir debout ou de marcher.
- C. Sur les réseaux sociaux, elle participerait probablement aux discussions prônant l'anorexie.

4. Si nous mangions en suivant les exemples et les injonctions de la publicité, que se passerait-il ?

- A. Nous consommerions 2560 % de l'apport recommandé en sucre, et 2080 % de celui préconisé pour les graisses.
- B. Les pourcentages de personnes en surpoids ou obèses baisseraient de 5 %.
- C. Nous nous contenterions de 40 % de l'apport recommandé en légumes, de 32 % pour les produits laitiers et de 27 % pour les fruits.

5. Etre mince est un signe de bonne santé.

- A. Cette affirmation est vraie.
- B. Cette affirmation est fausse.
- C. Cette affirmation est partiellement vraie et partiellement fausse.

6. Laquelle des affirmations ci-dessous est exacte ?

- A. Les personnes obèses ont toujours intérêt à faire un régime.
- B. Les personnes obèses n'ont jamais intérêt à faire un régime.
- C. Les personnes obèses présentant un problème de santé peuvent avoir un intérêt à perdre du poids.

7. Pour les personnes obèses décidées à perdre du poids, quel objectif est-il raisonnable de viser ?

- A. Pas plus de 5 à 10 % de leur poids de départ par an.
- B. Pas plus de 10 à 20 % de leur poids de départ par an.
- C. Pas plus de 20 à 30 % de leur poids de départ par an.

8. Laquelle de ces affirmations est exacte ?

- A. Les personnes en surpoids ne suscitent que peu de rejets discriminatoires dans le monde du travail.
- B. Dans le monde du travail, les personnes en surpoids sont aussi discriminées qu'un immigré.
- C. Il est démontré que les personnes en surpoids travaillent et produisent moins que les autres.

9. Pour nous pousser à consommer davantage, la taille de nos assiettes a augmenté au cours des quarante dernières années. Dans quelle proportion ?

- A. 10 %
- B. 25 %
- C. 40 %

10. Certains restaurants ont institué une formule grâce à laquelle il est possible de se resservir "à volonté". De combien cette pratique augmente-t-elle notre consommation ?

- A. 40 %
- B. 70 %
- C. 80 %

Réponses : **1** : B (chiffre OMS, 2014). **2** : C . **3** : B et probablement C. **4** : A et C. **5** : C (on peut être mince et en bonne santé, ou bien mince et en mauvaise santé, par exemple en raison d'un trouble du comportement alimentaire. Avec des kilos en trop, on peut, aussi, être en meilleure santé qu'une personne mince.). **6** : C (dans ce cas, une perte de poids pourrait améliorer leur espérance de vie. De manière générale, des mesures diététiques douces et une activité physique accrue sont préconisées pour toutes les personnes en surpoids.). **7** : A. **8** : B (D'après P. Peretti Watel et J-P Moatti : « Le Principe de prévention. Le culte de la santé et ses dérives », Editions du Seuil - La République des Idées, 2009), la réponse C fait référence à une accusation fallacieuse de paresse, cliché et préjugé courant à l'égard des personnes en surpoids). **9** : C (source : Pr Olivier Corneille, UCL). **10** : B (source : Pr Olivier Corneille, UCL).

Les questions ci-dessus ont essentiellement trouvé leur inspiration dans les informations fournies sur le site www.voyonslarge.be.

Voyons large est un projet de Question Santé asbl avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, de la Wallonie et de la Commission communautaire française

