



L'ALIMENTATION, QU'EN DITES-VOUS?

L'ACHAT ET LES TENTATIONS



Cultures&Santé

Éditeur responsable :
Carol Etienne, 148 rue d'Anderlecht,
B-1000 Bruxelles
E.P. 2008
D/2009/4825/4



Avec le soutien du service
Éducation permanente
de la Communauté française
de Belgique

CONTENU ET DÉMARCHÉ.....	4
QUI?	5
QUAND?	8
COMMENT?.....	10
LES LIEUX ET LEURS AVANTAGES	12
LE SUPERMARCHÉ	16
LE CHOIX DES PRODUITS.....	18
LES STRATÉGIES COMMERCIALES	20
LES ASTUCES ANTI-TENTATIONS	26



CONTENU

Vous trouverez dans ce livret le contenu d'animations sur le thème générique de l'alimentation menées dans une Maison Médicale de Bruxelles.

Ce contenu se présente sous forme de dessins car c'est ainsi qu'il a été recueilli auprès des patients. Ce premier livret aborde la question **des achats de la nourriture et des stratégies commerciales** déployées pour tenter le consommateur tandis qu'un second est centré sur **la préparation des repas et leur consommation**.

Nous n'avons répondu à aucune question des patients (il y en eut peu finalement et c'est intéressant de le mentionner) car nous nous sommes positionnés en facilitateurs de communication et d'expression de situations vécues ou de réflexions et non en dispensateurs de savoirs.



Recueillir la parole du public, en faciliter l'émergence, favoriser les échanges et l'analyse de ce que chacun apporte voilà tous les ingrédients de la démarche que nous avons ici privilégiée. Elle s'inscrit clairement dans notre collection "Être acteur aujourd'hui" et a, dans ce cas-ci, développé une approche collective, une interaction entre les personnes sur des sujets actuels susceptible de renforcer leur savoir par le partage d'expériences mais aussi leur analyse critique et les choix qui pouvaient dès lors en découler.

Cette démarche n'a pu se réaliser et se concrétiser que grâce à la participation enthousiaste et active la plupart du temps des patients mais aussi parce que l'équipe de la Maison Médicale Alpha Santé nous a fait confiance et nous a donné une entière liberté quant à la méthodologie.

Sans la collaboration des patients et de l'équipe de la Maison Médicale, ce projet n'aurait pu se concrétiser. Qu'ils en soient tous ici encore remerciés.



QUI ACHÈTE À MANGER ?

Je fais les courses seul, pour prendre le temps de réfléchir à ce que je vais cuisiner sans être dérangé.



Les courses, **c'est sans les enfants**. Sinon, ils veulent acheter plein de trucs, ce n'est pas possible...



Nous, **on va faire les courses en famille**, avec ma mère et ma sœur. Mais chacun fait ses courses et achète ce qu'il veut.



QUAND FAITES-VOUS VOS COURSES ?

Je fais des courses **tous les jours**, pour avoir des produits frais.

dimanche

samedi

vendredi

jeudi

mercredi

mardi

lundi



Je vais au supermarché le matin, vers 9h.
Il n'y a pas trop de monde à cette heure-là.



Les fruits et légumes, la viande,... tout ça, **c'est une à deux fois par semaine.**

dimanche

samedi

vendredi

jeudi

mercredi

mardi

lundi



En général, chez nous, on fait des grosses courses au supermarché environ **deux fois par mois**.

Je fais mes courses quand je suis obligé d'y aller. Je ne vais pas au marché, il y a trop de monde. Je préfère le supermarché. J'essaie de prendre le maximum en une fois, avec la voiture.

L	M	M	J	V	S	D



COMMENT FAITES-VOUS VOS COURSES ?



À pied, je vais au plus près !
Comme ça, je fais des petites
courses sinon, j'ai des problèmes
de gaspillage avec les grosses
quantités achetées.



Je vais **en voiture** parce qu'avec les enfants, les sacs, le lait,... en tram ce n'est pas possible. Et ça me demanderait trop de trajets sur une semaine.



Je prends ma voiture pour les grosses courses et je fais mes petites courses **à pied**.



QUELS SONT TOUS LES LIEUX OÙ
L'ON PEUT ACHETER À MANGER ?
QUELS SONT LEURS AVANTAGES
RESPECTIFS ?



le supermarché

J'aime bien la tranquillité des **grands magasins**. Parce que dans les petits, les vendeurs vous sautent dessus pour vous faire acheter tout et n'importe quoi.

Au supermarché, il y a du monde, c'est stressant. Mais **tout est disponible** sur le même lieu.

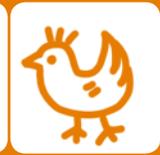




le marché

Au marché il y a du monde, **c'est convivial**, on fait des rencontres.

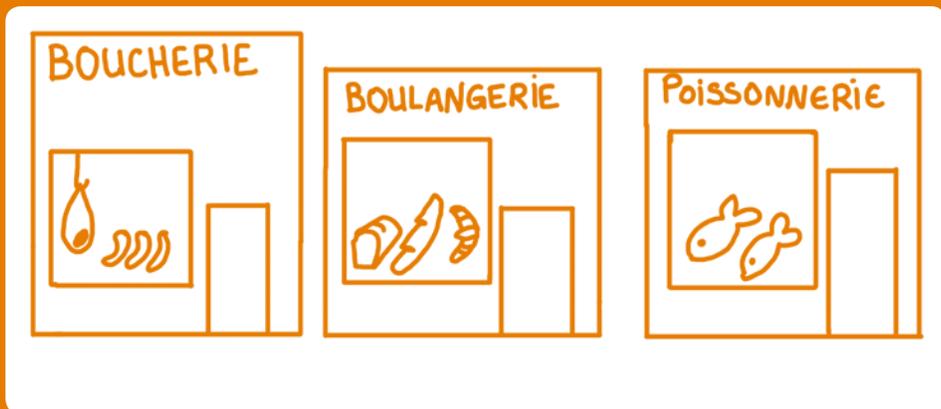
J'aime bien aller au marché avec une voisine ou une amie et puis, **c'est dans mon quartier**.



la ferme

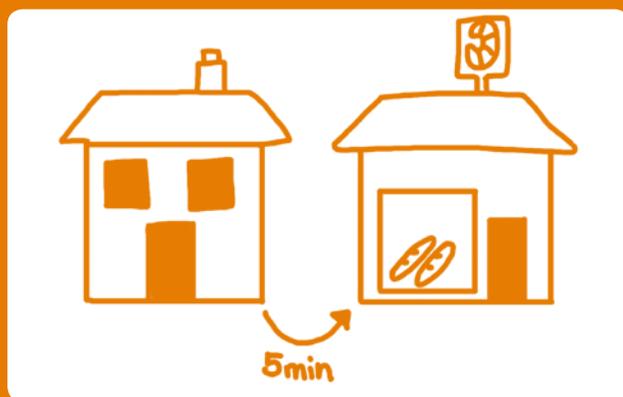
La ferme, c'est quand même ce qu'il y a de mieux, **c'est naturel**, c'est sain. On a du vrai beurre.



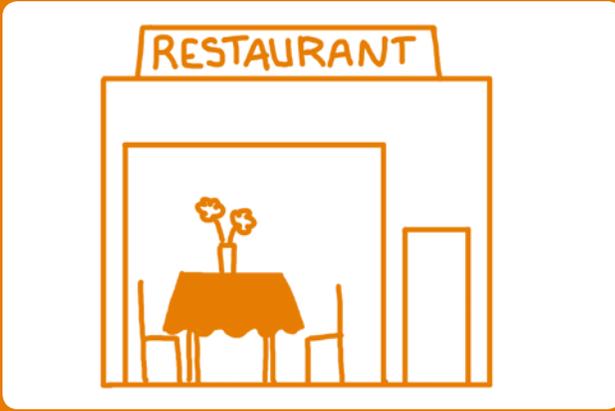


le commerce de proximité

C'est de **meilleure qualité** quand même. La viande est meilleure à la boucherie qu'en grande surface je trouve. Et puis **je connais les vendeurs**.



Les petits commerces, **c'est pratique** ! Quand j'ai oublié un truc, je peux vite y aller.



le restaurant

On ne doit
rien faire à
part manger...



et aussi...
la friterie,
le particulier,
le fast-food,
la station service,
etc.

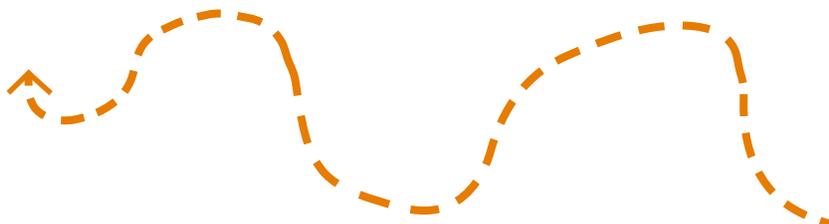


LE SUPERMARCHÉ, COMMENT JE SUIS QUAND J'Y SUIS ?

J'ai **une liste**. Parfois je ne l'ai pas écrite mais je l'ai au moins en tête. Mais comme ça, je gagne du temps, **je vais à l'essentiel**.



Je déambule dans tous les rayons, j'aime ça.



C'est un plaisir de faire les courses si j'ai le temps, choisir mes aliments pour préparer à manger à mon aise, profiter du plat...



COMMENT CHOISISSEZ-VOUS VOS PRODUITS ?

J'essaie à chaque fois de **lire les étiquettes** des produits, les ingrédients, colorants, additifs, conservateurs, calories, procédés de fabrication...

La compréhension des étiquettes c'est quelque chose d'important mais on n'est pas toujours capable de tout **analyser et comprendre**.



On achète en fonction de l'information qu'on a reçue (ou pas reçue). On peut être sensibilisé à tel problème et ne plus vouloir acheter tel produit. Mais les gens ne sont pas assez informés par rapport à ce qui est dit dans la pub.

Je fais **un comparatif des prix** : pourquoi celui-ci est-il plus cher, qu'est ce qu'il a de plus ? Le moins cher est-il moins bon au goût, moins bon pour la santé ?



Il faut que le produit soit **frais**.

On achète des produits pour **manger équilibré**.



Je reste fidèle à certaines marques, certains produits, mais je vais dans tous les types de supermarché. **La qualité doit primer**. La préoccupation santé est très importante pour moi : manger équilibré, pas trop de viande, bio,...

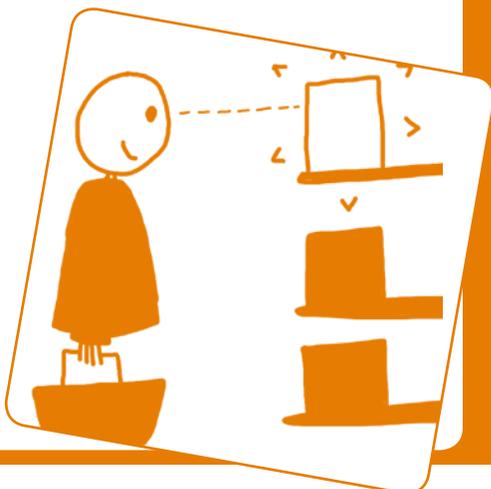
Les marques connues, je me dis que c'est synonyme de qualité, ça a dû être "testé et approuvé".



QUELLES SONT LES STRATÉGIES COMMERCIALES QUE VOUS CONNAISSEZ ?

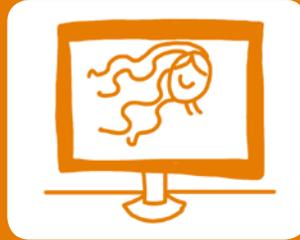


L'agencement dans les rayons : les produits les plus en vue sont les plus chers, il faut regarder tout en bas ou tout en haut pour trouver les produits meilleurs marchés.



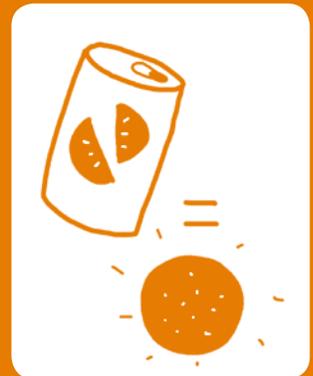
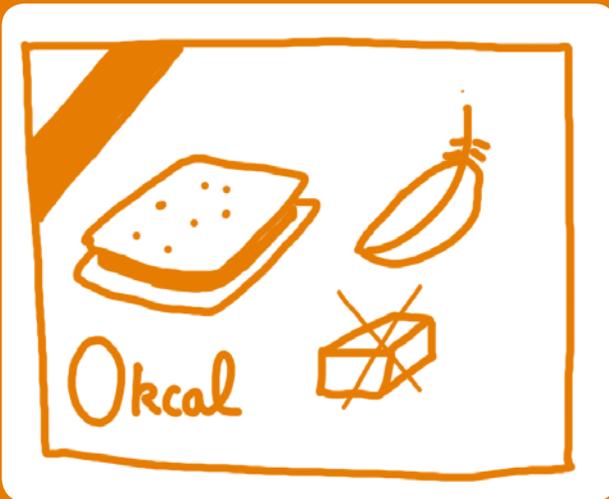
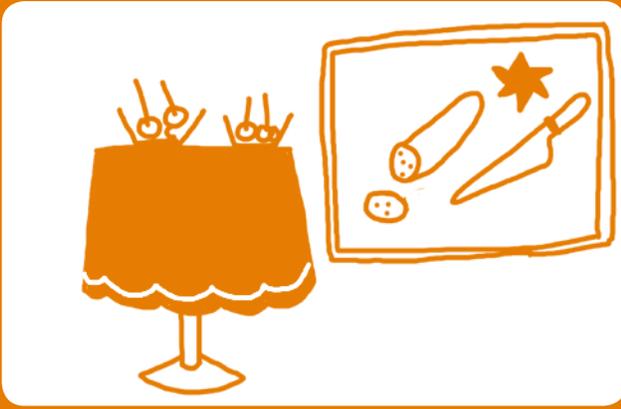
La place des enfants dans les Caddies : ils sont assis à hauteur idéale par rapport à l'exposition des produits dans les rayons.

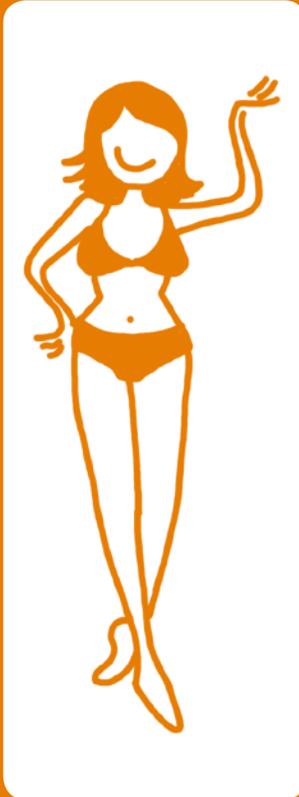
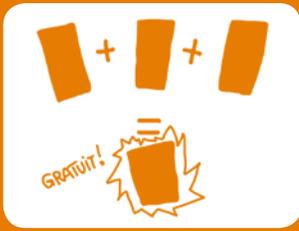
L'agencement des rayons eux-mêmes : on est obligé de passer par certains rayons dont les produits ne nous intéressent pas. Il y a un "**parcours**" qui fait que ce dont on a besoin se trouve dans le fond du magasin, des rayons, après les vêtements, livres, l'électronique...



Sur **les abribus** comme ça, ils sont sûrs que si tu ne reçois pas la pub chez toi, tu la vois quand même !







Les publicités **des produits "bons" pour les enfants** : on voit des enfants en pleine forme, en bonne santé, bonne croissance,... en tant que parents, on veut ce qui est bon pour notre enfant, on a tendance à regarder et à acheter les produits qui utilisent ces messages.



On nous vend **un monde idéal** ! Si tu manges ce fromage, toi aussi tu auras un beau mari, des beaux enfants,... Par exemple, on te met une fille toute fine pour les glaces. Elle peut manger autant de glace qu'elle veut, elle ne grossira pas. Nous, on sait que c'est faux.

Il y a aussi tout ce qui te dit que manger ça, ça va être **bon pour ta santé**. Avec le yaourt machin, tu digères mieux, avec l'autre, tu auras une plus belle peau,...



Transformer ce dont tu n'as pas besoin en **objet nécessaire**. Les voitures, les montres, les GSM,... tu en as déjà mais on te dit de changer.

On associe des personnes célèbres à des produits. Comme ça, tu te dis qu'en achetant ce produit, tu es un peu comme la célébrité. Tu t'identifies.



Les pubs ciblent un public particulier et adaptent tout en fonction.

Pour les jeunes, on dira "tu vas être cool avec ça".

Pour les enfants, on utilise des personnages qu'ils connaissent, des dessins animés.

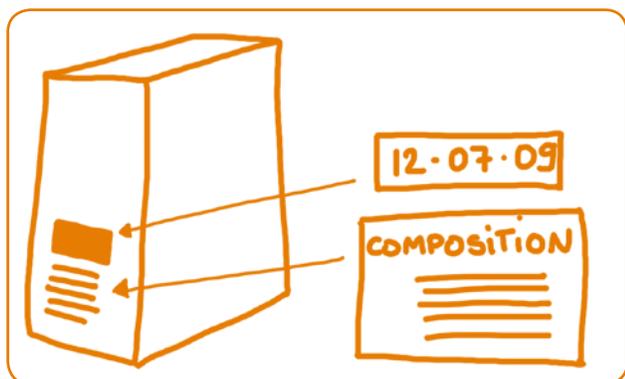


QUELLES SONT VOS ASTUCES ANTI-TENTATIONS ?

Il vaut mieux **avoir une liste**, pour aller à l'essentiel, ne pas traîner dans les rayons. Savoir ce que l'on veut acheter.



Se fixer un temps limite :
"Allez, en 10-20 minutes, ça doit être fait !"





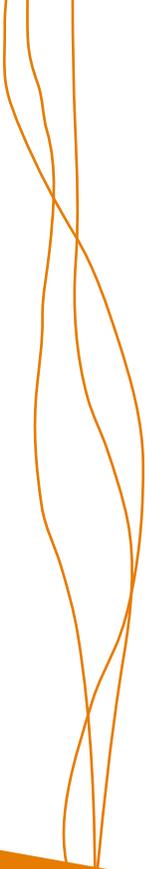
Les promotions grandes quantités : est-ce que j'ai **la place pour les stocker** ? Est-ce que les produits sont périssables ? **Les dates de péremption** ne sont elles pas trop proches ?



Se demander : "Est-ce que j'ai vraiment besoin de ce produit ?".



Animations réalisées par Cultures&Santé
à la Maison Médicale Alpha Santé
2, rue Alexandre Markelbach
B-1030 Bruxelles
+32 (0)2 242 38 81



Cultures&Santé asbl

148, rue d'Anderlecht
B-1000 Bruxelles

+32 (0)2 558 88 10
info@cultures-sante.be

www.cultures-sante.be



