

***The Great Swapathon* britannique : des bons de réduction pour promouvoir une alimentation saine en partenariat avec l'industrie agroalimentaire**

Le gouvernement anglais expérimente une manière originale de promouvoir une alimentation équilibrée, à l'heure où l'obésité se développe fortement dans ce pays. Inspirée des partenariats public-privé, elle vise à subventionner l'achat de produits jugés sains par la distribution de bons de réduction. Critiquée sur le fond (tendance à la privatisation d'une politique publique) et sur la forme (quelle efficacité à long terme sur les comportements ?), cette initiative révèle que la consommation de fruits et légumes des ménages modestes, notamment, nécessite peut-être un soutien financier.

Le ministère de la Santé anglais a lancé le 2 janvier 2011 une grande opération pour promouvoir une alimentation saine et équilibrée, en partenariat avec l'industrie. Elle se présente sous la forme originale de distribution de bons de réduction sur certains produits alimentaires, ainsi que sur des clubs de gymnastique et piscines, pour une valeur totale de 250 millions de livres (291 millions d'euros).

Ainsi, la chaîne de supermarchés Asda et d'autres magasins distribuent des chèquiers d'une valeur de 50 livres (58 euros). Le journal *News of the World*, qui a distribué 3 millions de chèquiers dans son édition du week-end, précise que les bons offriront aussi bien des réductions sur des pommes, des clémentines, du raisin, des pommes de terre, des crevettes que sur du porc et du bœuf. Ces chèques sont sponsorisés par de grandes marques agroalimentaires comme Nestlé, Unilever et Kellogg's.

L'opération nommée « grand swapathon » fait partie du programme *Change4Life*, lancé en 2009. Basée sur la coutume des bonnes résolutions prises en début d'année, elle invite les participants à remplir des questionnaires individuels ou familiaux sur un site (<https://www.swapathon.co.uk/>), afin de recevoir ensuite des encouragements et conseils pratiques par sms ou e-mail. Le site propose en effet des *swaps* (légers changements de modes de vie) comme remplacer les sodas par de l'eau ou du lait, les céréales raffinées par des céréales complètes, les frites par des pommes de terre au four, la viande rouge par de la viande blanche ou du poisson, etc. Il offre également la possibilité d'échanger des expériences et « tuyaux » avec une communauté, afin de créer une émulation.

L'obésité a triplé ces vingt dernières années en Angleterre. Elle concerne à présent près d'un quart des adultes¹ et un enfant sur sept. Le nouveau gouvernement entend proposer une nouvelle approche pour la combattre, fondée sur l'incitation et la responsabilité individuelle plutôt que sur la contrainte ou la culpabilisation. Pour le ministre de la Santé, le « grand swapathon » est « un bel exemple de la façon dont le gouvernement, les médias, l'industrie et les distributeurs peuvent travailler ensemble pour aider les familles à mieux prendre soin de leur santé ».

Des voix se sont cependant élevées dans le pays pour critiquer cette opération². Tim Lang, professeur de politique de l'alimentation à la City University de Londres, estime qu'il s'agit moins d'une politique publique que d'une campagne de marketing. Pour Tam Fry, du Forum national anti-obésité, c'est un pas dans la bonne direction, mais une opération trop ponctuelle pour changer véritablement les comportements.

Enfin, la *Children's Food Campaign* (CFC) a dénoncé³ le fait que pour bénéficier de ces bons de réduction, les ménages devaient dépenser deux fois plus. En effet, elle a montré que pour bénéficier de 50 livres sterling de réduction, il fallait acheter pour 117 livres de produits. De plus, la CFC met en avant le fait qu'il est parfois plus avantageux d'acheter les mêmes produits sous marque de distributeur que d'utiliser un bon pour acheter son équivalent de marque.

Cette initiative souligne surtout le fait qu'il est souvent plus coûteux de se nourrir de manière équilibrée et que certains produits réputés bons pour la santé, comme les fruits et légumes frais ou le poisson, ne sont pas à la portée de toutes les bourses.

D'autres propositions ont été faites pour surmonter cet obstacle, comme l'idée d'un chèque « produits frais » de 150 euros offert aux familles les plus modestes, suggérée par l'économiste Pascal Perri dans un rapport pour le *think tank* Fondapol⁴. Ce chèque serait accordé pour une période de douze mois aux personnes dont le revenu est inférieur à 880 euros par mois, soit le seuil de pauvreté. Le coût de la mesure, évalué à environ 1 milliard d'euros, permettrait également de soutenir le revenu des agriculteurs.

En France, un décret permet depuis décembre 2010 l'achat de fruits et légumes et de produits laitiers avec des chèques restaurant.

Cela étant, le prix n'est pas le seul obstacle à la consommation des produits jugés « sains » tels les fruits et légumes frais⁵. Ces aliments sont également considérés comme difficiles à conserver, longs à préparer et peu pratiques à consommer. De même, ils ne correspondent pas toujours aux goûts des consommateurs, notamment les plus jeunes. Autant d'éléments sur lesquels il est important d'agir pour en développer la consommation.

Céline Laisney
Chargée de mission Veille
Centre d'études et de prospective

1. Source : Health Survey for England http://www.dh.gov.uk/en/PublicHealth/Obesity/DH_078098

Indice de masse corporelle (IMC) : poids en kilo/taille en mètre au carré. Obésité : IMC supérieur à 30. Surpoids : IMC compris entre 25 et 30.

2. *Britain unveils industry-backed healthy-eating plan* <http://uk.reuters.com/article/idUKTRE7010ZZ20110102>

3. http://www.sustainweb.org/news/jan11_great_swapathon_ripoff/

4. *Quatre idées pour renforcer le pouvoir d'achat*, Fondapol, avril 2010, <http://www.fondapol.org/etude/1763/>

5. INRA, *Les fruits et légumes dans l'alimentation : enjeux et déterminants de la consommation* <http://agriculture.gouv.fr/les-fruits-et-legumes-dans-l>