



FASTFOOD

INTRODUCTION

Le terme «fastfood» désigne la restauration rapide qui peut être consommée sur place ou emportée. Le concept repose sur 3 éléments: la rapidité du service, le plaisir gustatif et le prix accessible. Les pauses de midi ne permettent souvent qu'une fenêtre de 30 minutes à 1 heure, on imagine ainsi le succès que ces services rapides à petits prix rencontrent dans la population en général, et chez les jeunes en particulier. On retrouve quelques classiques de «fastfood»: les «snacks» (pittas grecques, durums, burgers, etc.); les friteries, les pizzerias, etc. Bien que le marché de la restauration rapide se diversifie et inclut aujourd'hui des services qui s'inscrivent davantage dans une alimentation plus attentive à une balance nutritive saine (salades variées, légumineuses, sandwichs équilibrés, etc.), ce sont bien les classiques qui continuent d'attirer les jeunes consommateurs.

OBJECTIFS DE L'ANIMATION

- Amener le jeune à être conscient de ce qu'il mange (équilibre journalier, fréquence des repas pris à l'extérieur, quantité de repas tout préparés consommés, etc.)
- Développer l'esprit critique du jeune par rapport aux messages véhiculés par le marketing du fastfood
- Encourager le jeune à réfléchir au contexte dans lequel il prend ses repas et à l'influence de celui-ci.



REPRÉSENTATIONS DE L'ANIMATEUR

Avant d'entamer l'animation, il est fortement recommandé de vous questionner sur vos propres représentations liées à la thématique. En effet, lors du débat, les adolescents échangeront des idées (avis, opinions, arguments) auxquelles vous adhérerez ou au contraire auxquelles vous serez opposé. Et c'est tout à fait normal. Les expériences uniques de chaque individu façonnent la manière d'interpréter certains sujets. Dès lors, les notions de respect, de jugement et de représentations sont étroitement liées.

En tant qu'animateur, il est donc essentiel d'être attentif à ses propres représentations, de ne pas les exprimer afin qu'elles n'interfèrent pas dans le débat des adolescents. Ils risqueraient de se sentir jugés et la spontanéité du débat en serait affectée.

Rappelons-le, l'important est que les jeunes puissent s'exprimer sans tabou, ni crainte d'être jugés. L'attitude de l'animateur doit être accueillante et respectueuse.

Si la thématique constitue un sujet sensible pour vous, il est par exemple possible de co-animer le débat avec une personne à l'aise avec le thème.

THÉORIE

Comme pour toute habitude alimentaire, le fastfood n'est pas un problème en soi, si sa consommation est occasionnelle. C'est une consommation fréquente (plusieurs fois/semaine) de ce type d'alimentation qui peut avoir des conséquences sur la santé et être à l'origine de différentes perturbations physiologiques telles que les maladies cardio-vasculaires (excès de mauvais cholestérol, hypertension artérielle, etc.). De plus, ces repas manquent de vitamines et/ou de minéraux or ceux-ci ont aussi un rôle à jouer pour la santé. On note aussi que l'apport calorique de ces aliments riches en sucres rapides et en graisses, souvent trop salés, pauvres en vitamines et fibres, ont une réelle incidence sur la gestion du poids, sur la qualité du sommeil et du système digestif. À titre d'exemple, un repas « fastfood » de type menu avec hamburger, frites et soda procure un apport énergétique de l'ordre de 1000 à 1200 kcalories, soit près de 50 % d'un apport journalier recommandé chez un adolescent (AJR = en moyenne 2700 kcalories), ou une adolescente (AJR = en moyenne 2200 kcalories).

Si la fréquentation reste occasionnelle et que, par ailleurs, l'alimentation est variée et équilibrée, comme tout repas inhabituel ou festif, le repas « fast-food » ne compromet pas l'équilibre alimentaire.



FASTFOOD ET MARKETING

Le fastfood et son large panel de produits gras et sucrés attire indéniablement les jeunes. De plus, le marketing fonctionne particulièrement bien pour ce type de produits et notamment pour de grandes chaînes de distribution qui ne cessent de se réinventer (publicités sur différents canaux audiovisuels, multitude de choix de plats/boissons/menus, promotion active des célébrités et des réseaux sociaux, applications mobiles, etc.).

Un succès sans demi-mesure, et ce malgré les multiples critiques et recommandations des professionnels de la santé. En effet, l'industrie du fastfood a réussi à redorer son image avec différentes stratégies : des propositions de menus « sains » qui sont présentés à côté des menus classiques, des petits déjeuners équilibrés, l'intégration d'un fruit/yaourt dans un menu, des efforts particuliers en matière d'emballage et d'étiquetage avec, par exemple, des infos « nutritionnelles », etc.

On peut également observer des stratégies orientées « santé » et « écologie » qui introduisent des propositions de menus plus « sains » (salades, yaourts, label bio, etc.) et favorisent une approche plus écologique des produits (emballage recyclable, partenariat avec des producteurs locaux, etc.) afin de conquérir un public qui n'étaient initialement pas attiré par ces chaînes de fastfood. En soi, ces améliorations ne sont pas toutes à jeter. Cependant, elles ne sont pas toutes à prendre comme une volonté de soutenir une alimentation équilibrée auprès de la population, autrement leur publicité devrait préciser que leurs menus sont bons, mais qu'ils seraient meilleurs pour la santé s'ils étaient consommés avec modération.

CE QUI ATTIRE DANS LES FASTFOOD

Alors qu'est ce qui attire les jeunes (et moins jeunes) ? Premièrement, le goût. En effet, ces aliments sont souvent riches en saveurs appréciées par les jeunes (salée, épicée, sucrée, etc.). Ensuite, le type de nourriture « molle », facile à manger, rapide, etc. En effet, les produits « faciles à vivre », les modes alimentaires ainsi que les produits qui symbolisent l'absence de contrainte (on mange avec les mains) ont la préférence de l'adolescent. La pizza croustillante en quelques minutes, les formules « menus » que l'on mange sur un coin de table avec les copains, le soda, bref, tout produit conditionné pour être emporté avec soi et susceptible d'être mangé n'importe où.

Une autre raison pour laquelle les jeunes aiment particulièrement aller manger au fastfood est l'ambiance décontractée et le plaisir de manger avec ses pairs. Au cours des repas partagés entre copains, les adolescents font l'apprentissage de nouveaux rapports sociaux. En mangeant à l'extérieur (comprendre, pas à la maison), les jeunes se créent de nouvelles relations et s'essaient à de nouveaux rôles. Enfin, le prix généralement accessible des produits de fastfood constitue un élément supplémentaire pour attirer les jeunes.



Aider les jeunes à identifier les différents plaisirs qui entourent leur repas peut aider les jeunes à envisager d'autres façons de manger entre amis. Avec ce constat, le jeune pourrait envisager de maintenir le plaisir de manger avec ses amis tout en se préparant sa boîte à lunch et peut-être faire des envieux parmi ses amis !

ET LES SANDWICHS DANS TOUT ÇA ?

La variété de sandwichs est de nos jours assez vaste. Ceux-ci sont souvent proposés avec des sauces riches en graisse et sans crudités. Cependant, il existe des fastfood qui proposent des sandwichs composés d'un pain de qualité, d'ingrédients frais tels que des légumes grillés, ou autres compositions équilibrées qui peuvent tout à fait être une alternative plus saine.

RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

- Dossier pédagogique et vidéos « Déballe ta pub, l'influenceur de ton assiette, c'est toi. », de la Mutualité chrétienne

<https://www.mc.be/la-mc/conseil-aide/infor-sante/deballe-ta-pub>

- Brochure « Du punch dans ta boîte à lunch ! », de la Mutualité chrétienne

https://www.mc.be/media/du-punch-dans-ta-boite-a-lunch_tcm49-55277.pdf

- Dossier des Recommandations nutritionnelles pour la Belgique, du Conseil Supérieur de la Santé, 2016.

https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/css_9285_avis_rec_nutr.pdf



ANIMATION FRASBEE

1. Le fastfood, c'est toujours bon

En ce qui concerne le goût, disons qu'il existe un fastfood pour tous les palais. Cependant, la qualité nutritive du produit n'est pas toujours garantie. De plus, les aliments proposés provoquent généralement une satiété de courte durée malgré le rapport calorique ingéré. On a donc tendance à commander des menus avec des portions plus grandes, plus chers et pas pour autant plus nutritifs.

2. Je n'aime pas les fastfood, je préfère manger des pizzas ou des pitas

Le fastfood, ce n'est pas que les hamburgers. Le concept du fastfood réunit toutes les restaurations qui proposent des plats rapides à consommer sur place ou à emporter, tout simplement. Parmi les nombreuses restaurations rapides, on retrouve donc aussi les lieux qui vendent des pizzas, des sushis, des pitas, des frites et autres types de préparations (mitraillettes, fricadelles, etc.). Il s'agit presque toujours d'aliments gras et caloriques : viandes de basse qualité, sauces, vinaigrette sucrée, graisse de cuisson, fromages, etc.

3. Tout ce qui est bon est toujours calorique

Les goûts ne se ressemblent pas tous. On peut aimer certains aliments qui ont une valeur calorique plus élevée, le tout est d'équilibrer son alimentation avec d'autres aliments moins caloriques. Par ailleurs, les jeunes peuvent aussi surprendre. Contrairement aux idées reçues, si on leur demande : « Quel est votre aliment préféré ? », certains vous répondront « une pomme, des carottes, etc. ».

4. Aller au fastfood 2x/mois, c'est pas grave.

L'idée n'est pas de diaboliser le fastfood qui reste une source de plaisir en particulier pour les jeunes (lieu de rencontre, repas convivial et dans leurs moyens financiers, etc.). L'important est de rester attentif à la fréquence, veiller à équilibrer son alimentation sur des périodes courtes d'une semaine par exemple. Encourager le jeune à introduire d'autres idées de lunch dans son quotidien.

5. Si les fastfoods nous renseignent sur l'équilibre alimentaire, c'est pour notre santé.

L'un des objectifs de l'étiquetage des fastfoods correspond aussi à une stratégie marketing pour donner une image soucieuse de la santé en réponse aux recommandations des professionnels de la santé. Les étiquettes ont cependant l'avantage d'attirer l'attention du consommateur sur ce qu'il mange. Cette petite étape peut alors être soutenue par d'autres messages de sensibilisation et de réflexion tels que cette animation.



6. Entre « seul au snack » et « tartines avec les amis », je choisis le snack !

Il est facile de fusionner les sources de plaisirs entre le plaisir du goût et le plaisir convivial d'être avec ses proches pour manger. Avec cette phrase, les jeunes se rendront compte que les fastfood ne sont pas l'unique composante du plaisir ressenti. Le fait d'être avec ses amis accentue l'expérience. Et s'ils essaient de manger ensemble mais ailleurs ? Se poser la question, c'est prendre conscience que les conditions qui entourent le repas sont aussi déterminantes dans le plaisir ressenti.

7. Quand on va au fastfood, on mange forcément déséquilibré

Cela dépend de la manière dont on compose sa commande. Il est vrai que les menus classiques sont déséquilibrés, cependant il y a toujours la possibilité de prendre une salade en accompagnement par exemple. Dans de nombreux cas, se pose la question du prix. Les accompagnements augmentent considérablement le montant. L'option B est de retenir que l'équilibre alimentaire se fait sur une semaine entière. Il est donc possible de compléter avec les autres repas de la journée. Un hamburger couvre plus ou moins 1/3 de nos besoins en protéines et en graisses mais n'apporte pas assez de vitamines, minéraux et fibres.

8. Le fastfood, c'est pas cher !

Tout dépend du type de fastfood, sur le marché de la restauration rapide, il existe différentes « gammes » de prix. Plus on s'oriente vers des aliments frais et équilibrés, plus on a tendance à augmenter les prix. Pour les fastfood moins équilibrés, le piège est ailleurs : la composition du menu. Les portions simples ne suffisent pas à rassasier les adolescents en pleine croissance. Ceux-ci ont donc tendance à commander de grands menus, ou à commander davantage d'accompagnements. Et là aussi, le prix peut augmenter rapidement. Il y a aussi la question de la fréquence de consommation à prendre en compte car l'addition de plusieurs petites dépenses peut devenir significativement élevées à la fin du mois.