

«Pas de pas, pas de chocolat?»



© A. Rochau / AdobeStock

C'est une page Facebook à la fois rigolote et documentée. Fourchette-Baskets fourmille de conseils sur les vertus d'une alimentation équilibrée et du mouvement. Une façon originale de promouvoir la santé auprès des jeunes et des moins jeunes.

Par **Christelle Dayer**, coordinatrice de projets Fourchette verte Valais, et Etienne Bornet, chargé de projet, Centre alimentation et mouvement de Promotion santé Valais

Le projet Fourchette-Baskets [1] résulte des nombreux questionnements de la population sur les thèmes de l'alimentation, du mouvement et de l'image corporelle. Les initiateurs ont souhaité créer une page sur les réseaux sociaux dédiée à la santé, qui traiterait de ces trois thèmes sur un ton amical, parfois même humoristique. L'objectif était d'informer, de sensibiliser la population et de tordre le cou à quelques idées reçues.

Dès les premières réflexions, un nom a été cherché pour cette nouvelle page : la fourchette pour faire référence à l'alimentation ainsi qu'au label Fourchette Verte, et les baskets pour le côté mouvement. C'est ainsi que la page Fourchette-Baskets est née.

La stratégie de communication

La plateforme Facebook a été choisie pour toucher le public-cible défini au préalable. Malgré l'émergence de plusieurs autres réseaux sociaux, Facebook reste en Suisse le lieu le plus utilisé. De plus, une majorité des tranches d'âges y sont présentes et actives, que l'on parle des jeunes, des adultes ou des seniors. Ces chiffres correspondent au public-cible de Fourchette-Baskets, qui entend toucher les adultes entre 25 et 40 ans, les parents d'enfants de 0 à 15 ans, ainsi que les seniors.

Au travers des différentes publications, l'objectif du pôle Alimentation et Mouvement est de véhiculer des messages, des idées ou des bonnes pratiques, afin qu'elles soient assimilées par la population et qu'elles prennent le dessus sur les idées reçues.

Pour assurer une bonne répartition entre les thèmes et les publics-cibles, ainsi que le maintien d'une cadence de

Comment citer cet article ?

Christelle Dayer et Etienne Bornet, «Pas de pas, pas de chocolat?», REISO, Revue d'information sociale, mis en ligne le 27 août 2020, <https://www.reiso.org/document/6240>

publication régulière, des membres de chaque entité du pôle se réunissent tous les mois, et définissent ensemble les thématiques qui seront traitées. Un calendrier éditorial est mis en place, et chacun sait alors le contenu qu'il doit créer dans les jours à venir. Une attention particulière est portée sur l'alternance des différents types de publications : photo ou vidéo, partage d'un article ou d'un reportage, recette de cuisine, évènement ou manifestation à venir, etc. Les nombreuses compétences des membres du pôle leur permettent de réaliser la quasi-totalité du contenu à l'interne, que ce soit l'écriture des textes, la création de contenu photo ou vidéo, et la création de visuels.

La thématique de l'alimentation est assurée par l'équipe Fourchette verte. Senso5 y apporte également ses connaissances, en lien avec des sujets spécifiques. Le but premier de ces publications est de déconstruire certaines idées reçues. En plus de cela, des trucs et astuces sont régulièrement publiés, par exemple pour cuisiner un plat rapidement et avec ce qu'il reste dans le réfrigérateur. Finalement, des publications mettent également en avant les manifestations et les actions de prévention menées par le pôle.

Des idées fausses en série

Les idées reçues telles que « manger des féculents le soir fait grossir », « manger entre les repas c'est mauvais », ou encore « le sucre c'est mauvais pour la santé » sont fortement répandues. Le rôle du pôle est de rétablir la vérité et diffuser les vrais messages. Une base de référence solide reste la Société suisse de nutrition, qui communique clairement sur la composition d'une assiette équilibrée. Encore faut-il définir ce qu'est vraiment l'équilibre. Car cesser de se tracasser avec son assiette, c'est aussi ça l'équilibre. Faire au mieux quotidiennement pour composer son assiette et essayer d'y intégrer au moins un légume.

Un grand nombre d'idées reçues sont assimilées par la population à travers les magazines santé, dont les articles vendent par exemple les vertus insoupçonnées de la betterave rouge, et ancrent dans la tête du lecteur le message « la betterave rouge, je n'aime pas mais cela me fera maigrir ». Pourtant, consommer un produit ou un autre parce qu'il serait bon pour la santé et reconnu pour ses bienfaits, alors que l'on ne l'aime pas, cela va à l'encontre du plaisir. Et si l'on n'a pas de plaisir en mangeant, on ne ressentira pas le sentiment de satiété, et on mangera trop. La suite est connue : si l'on mange trop sur plusieurs jours, voire plusieurs semaines, cela se traduira inévitablement par une prise de poids. Le calcul n'est pas savant, il suffit de comparer les calories dépensées à celles ingérées.

Cela ne sert donc à rien de supprimer tel ou tel produit de son alimentation, ou de vouloir absolument trouver un coupable à sa prise de poids. Ce ne sont ni les féculents, ni les matières grasses, ni le sucre ajouté qui seront responsables d'une prise de poids. C'est uniquement le « trop ». Il ne faut cependant pas aller dans l'extrême. Par exemple, il arrive parfois d'être invité au restaurant et de manger trop. Ce n'est pas grave dans la mesure où cela arrive de temps à temps. Ce repas fait partie d'un moment partagé entre amis, ou d'une fête. En écoutant son corps, on remarquera les jours qui suivront ces quelques excès, on aura moins faim et on retournera vers des aliments plus légers. Le corps est intelligent, il se régule naturellement, mais pour cela, il faut prendre le temps de l'écouter.

L'activité physique quotidienne

Certes l'alimentation équilibrée est importante, mais l'activité physique l'est tout autant. Or, selon l'enquête suisse sur la santé 2017 [\[2\]](#), une personne sur quatre n'a pas une activité physique suffisante pour être considérée comme active et ne suit donc pas les recommandations (150 minutes d'activité physique d'intensité moyenne par semaine pour les adultes ; 1 heure par jour pour les enfants et adolescents). L'objectif des messages liés au mouvement n'est pas d'inciter à courir quatre fois par semaine ou de se rendre chaque midi dans une salle de fitness pour une séance de cardio. L'approche se veut axée sur l'activité physique dans la vie de tous les jours. Et l'activité physique au quotidien passe parfois par des petites choses comme prendre les escaliers au lieu de l'ascenseur, parquer sa voiture un peu plus loin que devant la porte d'entrée du magasin, sortir du bus un arrêt plus tôt, se lever

régulièrement de son bureau. Toutes ces petites actions font partie du mouvement, et ce à tous les âges de la vie. Ce n'est pas si compliqué, mais il faut y penser et faire en sorte que cela devienne une habitude.

L'accent est également mis sur la manière d'inciter les enfants à bouger au quotidien, à travers des méthodes ludiques. Plusieurs idées d'activités parent-enfant sont publiées et donnent des pistes pour faire bouger son enfant simplement et sans infrastructure particulière. Tout comme pour la partie alimentation, d'autres publications mettent en avant les actions menées sur le terrain et les événements à venir.

Finalement, veiller à avoir une alimentation équilibrée et à bouger n'aurait aucun sens si l'on avait une image corporelle de soi complètement faussée. Or, selon l'étude HBSC 2014, 36.1% des garçons et 38,6% des filles de 11 ans sont insatisfait-e-s de leur poids corporel [3]. Au travers de publications spécifiques, des messages d'acceptation du corps sont régulièrement publiés. Les silhouettes présentées dans les magazines, publicités et autres supports ne représentent pas une norme, puisque moins de 5% de la population y correspond. Le but est donc de défendre la mixité des corps et de véhiculer des messages positifs afin d'encourager la population à s'accepter, sans développer de complexes vis-à-vis des autres.

L'essor en chiffres et l'avenir

Pendant les huit premiers mois après son lancement en 2018, la page a franchi la barre des 500 abonnés. Un chiffre qui reste certes modeste, mais qui a motivé les membres du pôle à poursuivre leur travail. Le cap des 1'000 abonnés a été atteint en mars 2019, pour arriver actuellement à quelque 1'270 abonnés. Une progression linéaire et prometteuse pour l'avenir de Fourchette-Baskets, en prenant en compte que cette activité de community management est effectuée par les membres du pôle en marge de leurs tâches quotidiennes.

Durant l'année 2019, 185 publications ont été créées, représentant une moyenne de 3,5 par semaine. Elles ont généré plus de 600 partages et 3'330 mentions « J'aime ». L'interaction avec les abonnés est également un point important, qui permet de créer une relation de proximité avec eux au fil des publications.

L'équipe chargée de la gestion de Fourchette-Baskets ne s'est pas fixé d'objectif chiffré. Le but principal est de continuer à informer la population sur ces trois thématiques, à diffuser des messages positifs, qui pourront les aider à se sentir bien. Le style de communication simple et amical poursuivi jusqu'ici plaît tout particulièrement aux abonnés de la page, et sera maintenu pour la suite. Prôner une alimentation équilibrée, faire bouger les moins actifs et aider les personnes complexées à accepter leur corps : voilà la devise du pôle Alimentation et Mouvement pour les prochaines années.

[1] Ce projet de Promotion santé Valais regroupe les entités Fourchette verte, Senso5 et le Centre Alimentation et Mouvement. La page [Facebook](#). N'hésitez pas à vous abonner !

[2] Enquête suisse sur la santé, OFS, [en ligne](#).

[3] «Habitudes alimentaires, activité physique, usage des écrans et statut pondéral chez les élèves de 11 à 15 ans en Suisse.» [L'étude Health Behaviour in School-aged Children](#), HBSC, en format pdf