

La population peut-elle mettre en œuvre les principes de la campagne «5 par jour»? Au départ, celle-ci avait placé la barre très haut: augmenter la consommation de fruits et de légumes de cinq pour cent par année. Etaient plus particulièrement visées les personnes qui n'en mangeaient pas ou très peu. Ursula Zybach, responsable de la campagne, en tire le bilan provisoire.

«La population connaît le message»

INTERVIEW: MARIANNE BOTTA DIENER, INGENIEURE DIPL. EN TECHNOLOGIE ALIMENTAIRE EPF



Ursula Zybach

Ursula Zybach est responsable du projet «cancer du colon» de la Ligue suisse contre le cancer. Ingénieure dipl. en technologie alimentaire EPF, elle a débuté sa carrière professionnelle comme collaboratrice scientifique à l'Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Bâle et a travaillé ensuite comme responsable du service «promotion santé et prévention» de la caisse d'assurance maladie CONCORDIA. En 2002, Ursula Zybach a repris la direction de la campagne «5 par jour».

Informations sur les marchés par SMS ou sur Internet

Sur les marchés régionaux, les fruits et les légumes proposés sont particulièrement frais et sont généralement produits par des agriculteurs de la région. De nombreux stands offrent également le choix entre produits conventionnels et produits issus de la culture biologique. Afin de faciliter l'accès des Suisses aux marchés des fruits et légumes, la campagne «5 par jour» propose deux nouvelles prestations par SMS: «InfoMarché» et «MémoMarché». Ce service fournit par SMS des informations sur plus de 160 marchés dans les principales localités de Suisse (tarif normal de 20 centimes par SMS). Ces informations peuvent également être consultées sur Internet à l'adresse www.5parjour.ch.

Madame Zybach, pourquoi est-ce précisément la Ligue suisse contre le cancer qui est à l'origine de la campagne «5 par jour»? La relation entre la consommation de fruits et légumes et le cancer est pourtant fragile.

Ursula Zybach: La campagne «5 par jour» a été lancée il y a une dizaine d'années par la société américaine de recherches contre le cancer et par l'industrie fruitière américaine. A l'origine de cette initiative, on trouve des études montrant qu'une consommation accrue de fruits et de légumes réduisait les risques de cancer. Toutefois, cette conviction a quelque peu fléchi ces dernières années, de sorte que la campagne «5 par jour» s'est tournée vers une promotion générale de la santé et le bien-être.

Quelle utilité peut-on en attendre pour la santé?

Les fruits et les légumes contiennent des vitamines, des minéraux, des oligo-éléments et des fibres alimentaires, mais peu d'énergie. Ils nous apportent des



Mangez plus de

substances essentielles et remplissent l'estomac sans provoquer une impression de lourdeur. Grâce à leur faible teneur en énergie, ils jouent un rôle extraordinairement important dans la lutte contre le surpoids.

Beaucoup ont de la peine à atteindre les cinq portions quotidiennes requises. Comment la campagne a-t-elle pu faire ses preuves dans la pratique?

La population connaît le message qui lui rappelle de manger cinq portions de fruits et légumes par jour. Lors d'un sondage réalisé par l'institut d'étude de marché Link, 37 pour cent des personnes interrogées ont déclaré avoir déjà entendu parler de la campagne. Deux études menées par les initiateurs de la campagne ont par ailleurs donné des résultats intéressants. Toutes deux ont montré qu'entre avoir connaissance de la campagne et la mettre en œuvre, il y a un grand



LIGUE SUISSE CONTRE LE CANCER



e légumes et de fruits!

fossé. Il n'en reste pas moins que selon le sondage le plus récent qui date de 2005, près de 40 pour cent de la population suisse consomme quatre ou cinq portions, voire davantage, de fruits et de légumes par jour. Un adulte sur six déclare en manger cinq portions ou plus. L'objectif de la campagne «5 par jour» est ainsi atteint. En revanche, une personne sur cinq n'en mange que deux ou moins par jour.

N'aurait-il pas été préférable, au lieu de «5 par jour», de recommander simplement de manger beaucoup de fruits et de légumes, évitant ainsi un risque de frustration?

Il y a quand même 40 pour cent de la population qui mange quotidiennement quatre ou cinq portions, résultat que je juge satisfaisant. Une recommandation du genre «Mangez davantage de fruits et de légumes» paraît séduisante au premier abord, mais elle est trop peu concrète pour

Enormes courges, radis et raiforts en péril: dans le film Le mystère du lapin-garou, l'inventeur Wallace, excentrique mais charmant, et son chien Gromit (photo) luttent pour la survie de légumes en péril. «5 par jour» est le partenaire officiel de ce film d'animation couronné aux Oscars.

pouvoir la traduire dans les faits. Pour beaucoup, il est satisfaisant d'éprouver chaque jour ou chaque semaine le sentiment d'avoir atteint un objectif.

Qu'en est-il de la campagne «5 par jour» en ce qui vous concerne? Y parvenez-vous au quotidien?

A vrai dire, je préfère les douceurs aux fruits et aux légumes – mais j'arrive quand même aux cinq portions quotidiennes pendant la semaine. En fin de semaine, ce sont plutôt deux à trois portions.

Je commence le matin soit par un muesli avec des fruits frais ou congelés, soit par un jus de fruits. A midi, je mange un sandwich ou, au restaurant du personnel, un plat de légumes de saison accompagné d'aliments énergétiques. Lorsque je prépare mon repas du soir, je grignote volontiers une ou deux carottes crues et, selon le bilan de la journée, je me fais une salade, des

légumes cuits ou une soupe aux légumes. Afin d'éviter une fringale pendant le trajet que j'effectue pour me rendre au travail et en revenir, j'emporte avec moi une pomme ou une banane que je mange en route.

Le but de la campagne a une fois été formulé ainsi: augmenter de cinq pour cent la consommation de fruits et de légumes. Cet objectif a-t-il été atteint?

L'objectif consistant à augmenter de cinq pour cent la consommation de fruits et de légumes à l'aide de la campagne «5 par jour» place la barre très haut. Selon l'annuaire statistique suisse, les Suisses ont consommé en 2001 76,2 kg de légumes et 77,7kg de fruits par personne. Une hausse de cinq pour cent signifierait une consommation de 27972 tonnes supplémentaires de fruits et de légumes. En 2004, cette consommation s'est établie à 72,5 kg de légumes et 73,4 kg de fruits, ce qui correspond à un recul de cinq pour cent. De ce point de vue, l'objectif n'a pas été atteint.

La campagne «5 par jour» ne fait pratiquement plus parler d'elle. Où va donc l'argent?

Non, la campagne n'a pas baissé les bras, au contraire. En 2004, elle a pour la première fois fait l'objet d'une promotion publicitaire. Des spots humoristiques sont apparus sur les panneaux électroniques. En 2005 et au début de 2006, des spots TV ont été diffusés dans le cadre d'un partenariat avec le film *Wallace et Gromit*. Entre mai 2006 et août 2007, une exposition «5 par jour» interactive est présentée dans les grands centres commerciaux Coop. Le budget publicitaire atteint à l'heure actuelle 100 000 francs par année. □