BONIFICATION DE L'OFFRE DANS LES DISTRIBUTRICES ALIMENTAIRES SUR LE CAMPUS DE L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL : LES CHOIX SENSÉS !

Joëlle Fogelbach Dt.P. | Andréanne Charbonneau Dt.P. MBA | Guylaine Rivard B.Sc.

ma santé au sommet

MA SANTÉ AU SOMMET

Ma santé au sommet (MSS) est le groupe de promotion des saines habitudes de vie sur le campus de l'Université de Montréal. Ses actions visent les quelques **72 000 étudiants** et **12 000 employés** de l'Université de Montréal, HEC Montréal et Polytechnique Montréal. De concert avec plusieurs partenaires sur le campus, MSS agit à 3 niveaux pour favoriser l'adoption d'un mode de vie sain.

ENVIRONNEMENTS SAINS → COMMUNICATION SANTÉ → PARTENARIATS - OFFRE DE SERVICES → ENVIRONNEMENTS SAINS

CONSTAT INITIAL : PEU DE CHOIX SAINS DANS LES DISTRIBUTRICES !

L'analyse initiale de l'offre dans les distributrices révèle que celles-ci assurent une offre alimentaire de dépannage, mais proposent un accès très limité à des aliments de haute valeur nutritive.

SONDAGE CONSOMMATEURS ET NON-CONSOMMATEURS (n = 400) PRINTEMPS 2011

CRITÈRES DE CHOIX DANS LES DISTRIBUTRICES
1) GOÛT 2) QUALITÉ NUTRITIVE 3) PRIX

CRITÈRES DE NON-ACHAT
1) ALIMENTS PEU NUTRITIFS 2) PRÉFÈRE MES PROPRES ALIMENTS

UNE DÉMARCHE RIGOUREUSE

Le comité d'experts en nutrition sur le campus[1], composé de nutritionnistes issues du milieu universitaire, s'est penché sur l'élaboration de critères nutritionnels[2] et a fourni son expertise tout au long du projet:

- **Services aux étudiants - Centre de santé et de consultation psychologique de l'UdeM**
- **Nutrium**
- **Ma santé au sommet**

Une recherche de produits conformes aux critères disponibles sur le marché a suivi.

[1] Remerciements aux membres du comité: Chantal Riopel Dt.P., Nathalie Jobin Ph.D. Dt.P., Isabelle Marcoux Dt.P., Joëlle Fogelbach Dt.P., Mylène Duplessis Brochu Dt.P. M.Sc.

[2] Fondés sur Pour un Virage santé à l'enseignement supérieur, MELS (2007) et Vision de la saine alimentation pour la création d'environnements alimentaires favorables à la santé, MSSS (2010).

BONIFICATION DE L'OFFRE DANS LES DISTRIBUTRICES

De nouveaux planogrammes ont été élaborés en partenariat avec les gestionnaires. Dans tous les pavillons et édifices, on privilégie le libre-choix en accord avec la philosophie du projet et le respect de la clientèle adulte.

50% de DISTIBUTRICES SENSÉES

	NOMBRE DE DISTRIBUTRICES	DISTRIBUTRICES SENSÉES	IMPLANTATION
UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL (26 PAVILLONS)	35 DISTRIBUTRICES	21 DISTRIBUTRICES SENSÉES: 11 À 50% ET 10 À 100%	SEPTEMBRE 2011
CAMPUS DE L'UDEM À LAVAL	2 DISTRIBUTRICES	2 DISTRIBUTRICES 50% SENSÉES	NOVEMBRE 2011
POLYTECHNIQUE MONTRÉAL (2 PAVILLONS)	10 DISTRIBUTRICES	2 DISTRIBUTRICES 100% SENSÉES	NOVEMBRE 2011
HEC MONTRÉAL (2 ÉDIFICES)	4 DISTRIBUTRICES	2 DISTRIBUTRICES 100% SENSÉES VITALI-T	NOVEMBRE 2011

CAMPAGNE DE COMMUNICATION *LES CHOIX SENSÉS*

Plusieurs actions de communication ont permis de faire la promotion de cette initiative de bonification de l'offre alimentaire auprès de la communauté universitaire :

- **Un habillage attrayant et messages au point de vente qui assurent une visibilité permanente et une mise en valeur des choix sensés**
- **28 kiosques de dégustation et d'information avec présence d'une nutritionniste et de bénévoles: 2630 personnes touchées au total**
- **Courriel massif et concours *Choisirez-vous un produit gagnant?***
- **Couverture médiatique à l'UdeM - Forum en clips, UdeMNouvelles**

Commentaires spécifiques - Produits sensés:

- **Intérêt marqué pour les produits locaux, équitables, biologiques**
- **Prix des aliments sensés jugés trop élevés**

Accueil très favorable de la communauté universitaire

RÉSULTATS

- **Bonification de l'offre de collations sur le campus**
- **Initiative pan campus et image de marque unique**
- **Mobilisation de multiples acteurs clés pouvant agir pour la création d'environnements alimentaires sains**

18 000 collations sensées vendues
(UdeM, de sept. à nov. 2011)

Produits sensés = 25% des ventes

ACTEURS CLÉS

Le succès du projet est le fruit d'un travail collectif et de l'investissement de multiples partenaires :

Comité d'experts en nutrition

Université de Montréal
- Direction des services alimentaires
- Servomax, entreprise en auto-distribution

Campus de l'UdeM à Laval
- Direction du campus
- Concessionnaires Van Houtte et Pasta Tutti Giorni Express

Polytechnique Montréal
- Association des étudiants de Polytechnique (AEP)
- Aramark, entreprise de services alimentaires

HEC Montréal
- COOP HEC
- VITALI-T, fournisseur de produits sains et d'auto-distribution

DÉFIS ET APPRENTISSAGES

- **Tenir compte des différents modes de gestion et des canaux d'approvisionnement qui influent grandement sur la capacité à offrir des produits sains, savoureux à un prix raisonnable.**
- **Agir sur l'accessibilité au « Produit », mais aussi sur le « Prix » pour rendre les produits plus attrayants face à leurs comparables.**
- **Assurer que les communications soient nuancées: les distributrices constituent une offre de dépannage, mais ne constituent pas, à elles seules, une solution pour manger sainement.**
- **Ne pas négliger l'investissement nécessaire pour en arriver à une entente de même que pour le maintien, l'évaluation et l'amélioration continue du projet.**

HEC MONTRÉAL · POLYTECHNIQUE MONTRÉAL · Université de Montréal

www.MaSanteAuSommet.com/les-choix-senses