

Est-ce que les consommateurs feraient de meilleurs choix s'ils étaient mieux informés sur l'alimentation écoresponsable ?

Gabrielle Plamondon, Dt.P., Marie-Ève Labonté, Dt.P., Ph. D. et Véronique Provencher, Dt.P., Ph. D.

Volume 19, numéro 2, automne 2021

Des stratégies d'intervention en nutrition clinique et publique pour traiter l'hyperphagie, contrer la COVID-19 et favoriser l'offre alimentaire

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1084268ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1084268ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Ordre professionnel des diététistes du Québec

ISSN

2561-620X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Plamondon, G., Labonté, M.-È. & Provencher, V. (2021). Est-ce que les consommateurs feraient de meilleurs choix s'ils étaient mieux informés sur l'alimentation écoresponsable ? *Nutrition Science en évolution*, 19(2), 9–13.
<https://doi.org/10.7202/1084268ar>

Résumé de l'article

Les habitudes alimentaires peuvent grandement influencer la santé des personnes, mais également celle de la planète. En effet, le secteur de la production alimentaire serait responsable dans une large proportion des émissions de gaz à effet de serre d'origine humaine. Pour encourager des choix alimentaires sains et durables par la population, des stratégies informationnelles (comme l'affichage de logos) sont des outils communément utilisés. Cependant, les informations nutritionnelles et environnementales influencent-elles les comportements d'achat des consommateurs? Les diététistes/nutritionnistes pourraient favoriser l'adoption d'une alimentation saine et écoresponsable, ces deux caractéristiques étant fortement interreliées. Les décisions alimentaires individuelles ne sont pas toujours objectives; elles peuvent être grandement influencées par des facteurs individuels ou externes. La transmission d'informations fait partie des interventions grandement utilisées pour susciter des changements de comportements. L'information nutritionnelle qualitative et interprétative aide les individus à faire des choix plus sains lorsqu'ils mangent à l'extérieur de la maison, particulièrement en milieux institutionnels (p. ex. dans les cafétérias d'hôpitaux ou d'établissements scolaires). Il en va de même pour l'information sur l'empreinte carbone des repas, où les étiquettes de type feux de circulation suscitent des changements modestes, mais significatifs vers des choix plus écoresponsables. Lorsque ces deux types d'informations sont combinés, ils favoriseraient des choix plus sains et écoresponsables. La combinaison de deux types d'information représente donc une avenue prometteuse pour donner aux consommateurs les moyens d'action pour améliorer leurs choix alimentaires. La participation des diététistes/nutritionnistes de tous les champs de pratique est primordiale pour encourager ces changements de comportement.

EST-CE QUE LES CONSOMMATEURS FERAIENT DE MEILLEURS CHOIX S'ILS ÉTAIENT MIEUX INFORMÉS SUR L'ALIMENTATION ÉCORESPONSABLE ?

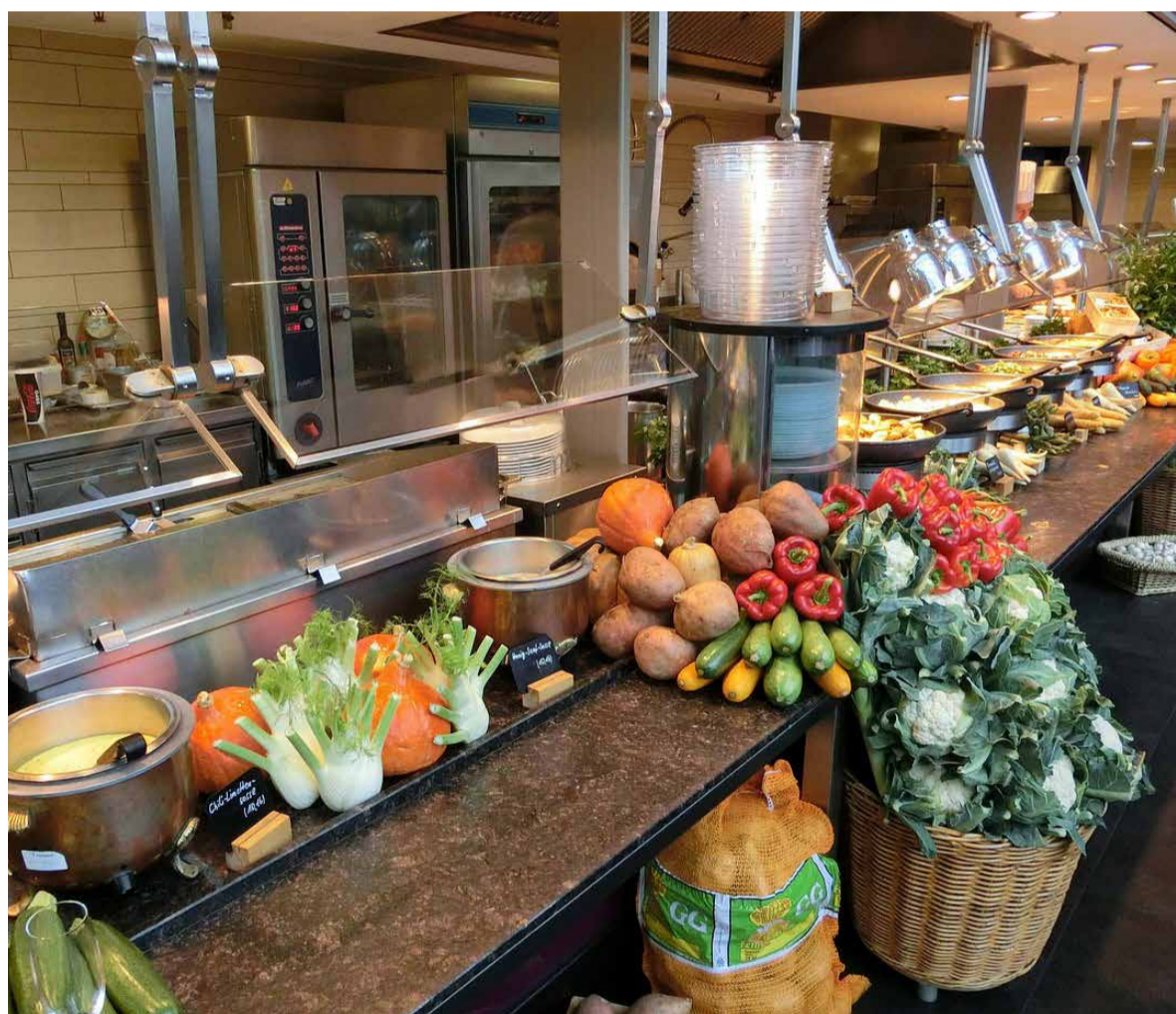
Gabrielle Plamondon, Dt.P., candidate à la maîtrise, Université Laval. **Marie-Ève Labonté**, Dt.P., Ph. D., chercheuse, Centre Nutrition, Santé et Société (NUTRISS), INAF, professeure, École de nutrition, FSAA, Université Laval.

Véronique Provencher, Dt.P., Ph. D., chercheuse, Centre Nutrition, Santé et Société (NUTRISS), INAF, professeure, École de nutrition, FSAA, Université Laval.

Introduction

L'importance de la saine alimentation dans la prévention et la prise en charge des maladies chroniques est clairement démontrée dans la littérature scientifique. En effet, une alimentation de piètre qualité représente l'un des principaux facteurs de risque de développer de telles maladies. Jusqu'à 80 % des maladies chroniques pourraient être évitées par l'amélioration des habitudes de vie et l'acquisition de saines habitudes alimentaires (1).

Nos choix alimentaires, outre leurs effets sur la santé, ont des répercussions importantes sur l'environnement, notamment sur les changements climatiques. Le seul secteur de la production alimentaire serait responsable de plus de 25 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) d'origine humaine (2).



Il est donc crucial d'encourager l'adoption de choix alimentaires salutaires et écoresponsables. Le recours à différentes stratégies informationnelles (p. ex., les logos) vise notamment à renseigner le consommateur sur le profil nutritionnel des aliments ou des repas offerts sur le marché (3, 4). De plus en plus, l'aspect durable des choix alimentaires est présenté

au consommateur ; outre l'illustration de l'empreinte carbone des produits (5, 6), la présentation de leur caractère biologique ou équitable (des attributs connus depuis longtemps) s'observe fréquemment sur les emballages des aliments. Cependant, les informations nutritionnelles et environnementales influencent-elles les perceptions et les comportements d'achat des consommateurs ?

10

Cet article vise à sensibiliser les diététistes-nutritionnistes aux enjeux liés à la fois au développement durable et à la saine alimentation. Fondé sur une revue narrative de la littérature scientifique, l'article définit l'alimentation écoresponsable, puis expose différentes stratégies informationnelles qui favoriseraient l'adoption par les consommateurs d'une alimentation écoresponsable au quotidien. Nous présentons ce qui peut être fait dans le milieu universitaire québécois en citant quelques exemples d'actualité. Pour conclure, nous soulignons l'importance pour les diététistes-nutritionnistes, quel que soit leur champ de pratique, de saisir ces enjeux prioritaires que sont la santé et l'environnement.

L'empreinte carbone variable des choix alimentaires

Plus de vingt ans après l'émergence du concept d'alimentation durable, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a proposé une définition multidimensionnelle englobant les sphères économiques, sociales, culturelles, environnementales et de santé (7). Dans cet article, le terme « alimentation écoresponsable » fera référence essentiellement aux dimensions environnementales et de santé de cette définition. Donc, l'alimentation écoresponsable est une alimentation qui contribue à une vie saine pour les générations présentes et futures et qui engendre un impact environnemental faible, tout en étant respectueuse de la biodiversité et des écosystèmes et en optimisant les ressources naturelles.

Avant d'arriver dans l'assiette du consommateur, chaque aliment a traversé plusieurs étapes. La production, la transformation, l'emballage, l'entreposage et le transport de cet aliment sont autant d'activités qui génèrent une empreinte carbone (8). Les axes prioritaires de la durabilité sont un sujet de débat

récurrent (9). La plupart des études se concentrent sur la quantification des impacts environnementaux de la production alimentaire en termes d'émissions de GES, la composante environnementale la plus utilisée dans la littérature (10). Cette composante est représentée en unités de kilogrammes (kg) d'équivalent CO₂, une mesure mieux connue sous le terme d'empreinte carbone (11). Par exemple, de 8,5 à 25 kg d'équivalent CO₂ sont émis pour produire 50 g de protéines de bœuf, comparativement à 0,4 kg d'équivalent CO₂ pour produire 50 g de protéines de légumineuses (12). De ce fait, beaucoup d'études ont tenté de déterminer le type d'alimentation produisant le moins d'émissions GES. Une revue récente de la littérature rapporte que les efforts pour réduire l'impact environnemental de l'alimentation devraient être axés sur la réduction des aliments d'origine animale, mais qu'une diminution substantielle des émissions GES serait possible sans nécessairement les exclure totalement (13).

Une alimentation saine et écoresponsable qui fait consensus

Selon la littérature scientifique, une alimentation saine et une alimentation écoresponsable sont fortement reliées. D'ailleurs en 2019, la Commission EAT-Lancet a publié un rapport qui définit des objectifs scientifiques mondiaux en matière d'alimentation saine et de production alimentaire durable (14). Ces objectifs favoriseraient une solution « gagnant-gagnant » qui protège notre planète tout en améliorant la santé collective. Concrètement, la Commission recommande entre autres « [des] changements substantiels vers des régimes alimentaires essentiellement à base de plantes », c'est-à-dire « plus d'un doublement de la consommation d'aliments sains tels que fruits, légumes, légumineuses et

noix, jointe à une réduction de plus de 50 % de la consommation d'aliments moins sains, tels que les sucres ajoutés et la viande rouge ». La nouvelle assiette santé du Guide alimentaire canadien est d'ailleurs très semblable à celle recommandée par la Commission (15).

Prise de décisions et comportements des consommateurs

Chaque jour, nous prenons de nombreuses décisions alimentaires qui ne sont pas nécessairement objectives ou logiques. L'économie comportementale suggère en effet que les décisions humaines sont influencées par le contexte, notamment par la façon dont les choix sont présentés (16). Le prix, le goût ou encore la commodité figurent parmi les principaux critères de choix des consommateurs au point d'achat contrairement à d'autres facteurs moins tangibles, comme la santé et l'environnement (17). Plusieurs facteurs individuels peuvent également influencer les perceptions et les choix, qu'il s'agisse des connaissances, des croyances et des attitudes envers les aliments (18). Par ailleurs, les inégalités sociales de santé peuvent faire en sorte que certaines personnes ne prennent pas les décisions alimentaires les plus salutaires. Ces personnes peuvent être défavorisées par un accès limité aux produits alimentaires, par certains déterminants sociaux, comme l'éducation, l'emploi et le revenu (19) ou par un faible niveau de littératie, ce qui limite la capacité à prendre des décisions favorables à la santé (20). Tant des facteurs individuels qu'environnementaux concourent à influencer la prise de décisions. La transmission d'informations fait partie des interventions utilisées pour influencer les perceptions et engendrer chez les personnes un changement de comportements lors de la prise de décision (5). Cette méthode est-elle efficace ?

Stratégies d'informations nutritionnelles et environnementales

Au Canada, la proportion du budget alimentaire allouée à la nourriture consommée à l'extérieur de la maison (dans les restaurants par exemple) (21) augmente depuis plusieurs années. Cependant, les consommateurs n'ont que très peu, voire aucune information nutritionnelle sur les repas prêts-à-manger servis à ces endroits (22), ce qui peut compliquer l'adoption ou le maintien de choix sains. En effet, les restaurants et les autres services alimentaires au Canada sont exemptés des réglementations sur l'étiquetage nutritionnel, puisque la plupart des repas qui y sont servis ne sont pas considérés comme préemballés (23). L'affichage d'informations nutritionnelles sur le menu pourrait guider les consommateurs dans leurs choix; actuellement, il est fait sur une base volontaire (23).

Une revue des études américaines réalisées uniquement dans les restaurants, dans les cantines institutionnelles et en milieu de travail indique que les consommateurs aimeraient avoir l'information nutritionnelle sur les aliments ou mets qu'ils mangent à l'extérieur de la maison (24). Plus précisément, les résultats des milieux institutionnels suggèrent que l'information nutritionnelle est relativement efficace dans les cantines pour aider les gens à effectuer des choix plus sains. Une récente revue de la littérature suggère que le fait d'afficher une information nutritionnelle qualitative (au moyen de logos « choix sains » ou encore de symboles de type feux de circulation) sur les menus des cafétérias favorise des choix alimentaires plus sains de la part des consommateurs (25). Une autre revue de littérature rapporte également que l'utilisation d'information calorique interprétative serait efficace pour guider le consommateur dans son choix de repas, bien que les autres informations nutritionnelles n'étaient pas

évaluées (26). Cependant, il semble que plusieurs facteurs individuels et contextuels puissent influencer l'effet de l'information nutritionnelle sur les choix (25, 27).

En raison de l'accroissement assez récent des préoccupations des consommateurs envers le développement durable, la littérature sur les stratégies informationnelles liées à la dimension environnementale des produits alimentaires s'est développée plus récemment. L'utilisation de l'empreinte carbone est d'ailleurs l'une des plus récentes (5, 6). Certaines études réalisées dans des cafétérias universitaires ont utilisé des étiquettes de type feux de circulation pour illustrer les émissions de GES en équivalent CO₂ de chaque repas (5, 6). Les données rapportent des changements modestes, mais significatifs à court terme en faveur de choix plus écoresponsables. Cet effet relativement faible sur la décision d'achat contraste avec l'intérêt grandissant des gens envers les répercussions environnementales de leurs choix alimentaires (28, 29). Cet écart entre l'intérêt et l'action peut être dû au fait que ces étiquettes carbone ne sont pas bien comprises par les gens ou qu'elles suscitent de la confusion (5, 28). Cependant, même si ces informations n'engendrent pas des changements énormes dans les comportements d'achats immédiats, elles permettent tout de même de sensibiliser les consommateurs aux répercussions environnementales de leurs choix alimentaires (30).

Une revue de littérature suggère de combiner plusieurs composantes, comme l'environnement et la santé, pour favoriser le changement des choix alimentaires (31). À cet effet, les quelques études sur les effets de l'information nutritionnelle combinée à la présentation de l'empreinte carbone des produits alimentaires ont surtout évalué les choix

hypothétiques des consommateurs (32, 33). Certes, une surcharge informationnelle peut engendrer l'effet opposé à celui souhaité (34). Toutefois, les résultats, plutôt encourageants, indiquent une réponse favorable de la part des consommateurs. En effet, dans l'une des études, les consommateurs ont choisi davantage des repas à plus faibles émissions de GES et à plus faible contenu calorique lorsqu'ils avaient accès aux informations environnementales et nutritionnelles (32). Dans une autre étude, les résultats variaient en fonction des produits alimentaires et des segments de consommateurs étudiés. En général, les consommateurs avaient tendance à privilégier les choix plus sains et écoresponsables lorsque des logos indiquant les choix nutritifs et l'empreinte carbone des produits étaient affichés (33). Gardons à l'esprit que si la communication de l'information est essentielle, elle ne suffit pas à promouvoir des changements de comportements. Les normes personnelles et sociales, notamment, influencent aussi grandement les comportements (35).

Des exemples québécois : initiatives en cours à l'Université Laval

Des initiatives exemplaires en matière d'alimentation écoresponsable sont prises partout à l'échelle de la province¹. Par exemple, l'Université Laval, à Québec, s'est dotée en 2008 d'une politique de développement durable (36). Les devis d'exploitation des services alimentaires du campus ont été modifiés pour inclure des clauses contractuelles associées au développement durable (36). Un poste de coordonnatrice des opérations en alimentation responsable a d'ailleurs été créé pour que les exploitants alimentaires soient bien encadrés dans ces changements.

¹ Une liste non exhaustive de ressources pour connaître d'autres exemples d'initiatives est présentée dans l'encadré à la fin de l'article.

Parallèlement à cette initiative, un grand projet de quantification des émissions de GES et d'évaluation de la qualité nutritionnelle des repas d'un exploitant alimentaire de l'Université Laval a vu le jour en 2019. Le projet reçoit une aide financière du Gouvernement du Québec dans le cadre de la mise en œuvre de son Plan d'action 2013-2020 sur les changements climatiques (37). Une fois terminé, ce projet permettra d'émettre des recommandations à l'exploitant alimentaire du campus en vue d'améliorer la qualité nutritionnelle des mets servis et de réduire leurs répercussions environnementales. Ce projet comprend l'étude de l'influence des informations sur la qualité nutritionnelle et l'impact environnemental des mets sur les perceptions et les comportements d'achat des utilisateurs des services alimentaires de l'Université. Une fois le projet terminé, il sera alors possible de déterminer si l'affichage de ces informations dans les services alimentaires pourrait être généralisé selon les résultats obtenus. Ce projet contribuera ainsi au développement et à la mise en place d'outils facilitant l'adoption de choix sains et écoresponsables.

Conclusion

Il va sans dire que l'adoption par la population de choix alimentaires sains et écoresponsables dépend de la mobilisation de l'ensemble des parties prenantes, c'est-à-dire des professionnels de la santé, comme les diététistes-nutritionnistes, des établissements publics, des industries et des consommateurs. De petits changements adoptés collectivement peuvent avoir des retombées positives considérables. Nous savons désormais qu'il peut être « gagnant-gagnant » (14) de miser sur une alimentation à la fois saine et durable.

À titre de diététiste-nutritionniste, il est primordial de guider les gens vers des changements d'habitudes alimentaires graduels et permanents.

MESSAGES CLÉS

L'atteinte d'une alimentation saine et écoresponsable pourrait être facilitée par des outils informationnels, mais également par l'action concertée des diététistes-nutritionnistes de tous les champs de pratique.

RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

[L'avenir de l'alimentation dans les soins de santé — Nourrir la santé](#)
[Le pouvoir d'achat — Réseau pour une alimentation durable](#)
[The Planetary Health Diet and You — Commission EAT-Lancet](#)
[All ecolabels on carbon — Ecolabel Index](#)

RESSOURCES À CONSULTER POUR CONNAÎTRE D'AUTRES INITIATIVES DE PROMOTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE AU QUÉBEC

[Nourrir le changement — Guide de menus durables](#)
[Stratégie nationale d'achat d'aliments québécois — Gouvernement du Québec](#)
[Un outil pour consommateurs avertis — Unpointcinq](#)

D'ailleurs, tous les champs de pratique de la nutrition sont concernés par ces enjeux prioritaires. La personne gestionnaire d'un service alimentaire privilégiera une offre alimentaire saine et durable et tentera d'améliorer les choix alimentaires en donnant des informations nutritionnelles et environnementales aux usagers des cafétérias par divers moyens (logos par exemple). La personne qui travaille dans le domaine de la nutrition clinique pourra sensibiliser sa clientèle à l'importance de faire des choix plus sains et écoresponsables; elle transmettra de l'information, favorisera une plus grande littératie alimentaire et accompagnera ses patients dans l'adoption des changements visant à améliorer leur santé et celle de la planète. La diététiste-nutritionniste qui évolue dans l'industrie bioalimentaire pourra favoriser l'optimisation de l'offre et la mise en marché d'aliments et de produits sains et durables qui permettront aux consommateurs d'accorder leurs choix à leurs valeurs et priorités. Enfin, la diététiste-nutritionniste en santé publique pourra promouvoir l'accès à une alimentation saine et écoresponsable pour toute la population en poursuivant les campagnes

de sensibilisation et d'éducation et en multipliant les interventions liées à la saine alimentation et au développement durable dans divers milieux.

Les projets en partenariat avec des instances gouvernementales, comme c'est le cas à l'Université Laval, représentent de belles occasions d'avancement. Gardons à l'esprit qu'il faut parfois créer ces occasions pour opérer des changements concrets. ■

Références

Les hyperliens insérés dans les références ci-dessous exigent parfois que vous deviez les « copier-coller » dans la barre de recherche de votre navigateur.

1. Santé Montréal, gouvernement du Québec. Maladies chroniques [En ligne]. 2018. Disponible: <https://santemontreal.qc.ca/maladies-chroniques/>
2. Poore J, Nemecek T. Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*. 2018;360(6392):987-92.
3. Cowburn G, Stockley L. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition*. 2007;8(1):21-8.
4. Freedman MR, Connors R. Point-of-Purchase Nutrition Information Influences Food-Purchasing Behaviors of College Students: A Pilot Study. *Journal of the American Dietetic Association*. 2011;111(5):S42-S6.
5. Spaargaren G, van Koppen CSAK, Janssen AM, Hendriksen A, Kolfschoten CJ. Consumer Responses to the Carbon Labelling of Food: A Real Life Experiment in a Canteen Practice. *Sociologia Ruralis*. 2013;53(4): 432-53.

6. Brunner F, Kurz V, Bryngelsson D, Hedenus F. Carbon Label at a University Restaurant – Label Implementation and Evaluation. *Ecological Economics*. 2018;146:658-67.
7. FAO. Sustainable Diets and Biodiversity: Directions and solutions for policy, research and action. Proceedings of the International Scientific Symposium BIODIVERSITY AND SUSTAINABLE DIETS UNITED AGAINST HUNGER; 3-5 nov 2010; Rome, Italy. FAO; 2012.
8. High Level Panel of Experts. Nutrition and food systems. A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee and World Food Security. Rome (IT); 2017.
9. Asioli D, Aschemann-Witzel J, Nayga RM. Sustainability-Related Food Labels. *Annual Review of Resource Economics*. 2020;12(1):171-85.
10. Jones AD, Hoey L, Blesh J, Miller L, Green A, Shapiro LF. A Systematic Review of the Measurement of Sustainable Diets. *Adv Nutr*. 2016;7(4):641-64.
11. Blomqvist O. Different types of climate labels for food products [Mémoire]. Lund (SE): Lunds Universitet; 2009.
12. Gouvernement du Québec. Le coin Rafale [En ligne]. Québec (QC); 2021. Disponible: https://www.environnement.gouv.qc.ca/jeunesse/sais_tu_que/2020/2006-alimentation-co2-12-15.htm
13. Aleksandrowicz L, Green R, Joy EJ, Smith P, Haines A. The Impacts of Dietary Change on Greenhouse Gas Emissions, Land Use, Water Use, and Health: A Systematic Review. *PLoS One*. 2016;11(11):e0165797.
14. Willett W, Rockström J, Commission EAT-Lancet. Une alimentation saine issue de production durable. *Alimentation Planète Santé*. Stockholm Resilience Centre; 2019.
15. Santé Canada. [En ligne]. Ottawa (ON): Le gouvernement; 2019. Guide alimentaire canadien. Disponible: <https://guide-alimentaire.canada.ca/fr/>
16. Samson A. The Behavioral Economics Guide 2019 (with an Introduction by Uri Gneezy) Ed 2019; 2019. Disponible: <https://www.behavioraleconomics.com>
17. Wellesley L, Happer C, Froggatt A. Changing Climate, Changing Diets Pathways to Lower Meat Consumption. Chatham House Report. 2015.
18. Contento IR. Nutrition education: linking research, theory, and practice. *Asia Pacific journal of clinical nutrition*. 2008;17(S1):176-9.
19. Agence de la santé publique du Canada. Les principales inégalités en santé au Canada: un portrait national. Ottawa (ON); 2018.
20. Conseil canadien sur l'apprentissage. Littératie en santé au Canada. Une question de bien-être. Ottawa (ON); 2008.
21. Detailed food spending, Canada, regions and provinces [En ligne]. Ottawa (ON): Statistics Canada; 2020. [Tableau], Tableau 11-10-0125-01. Disponible: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1110012501>
22. Vanderlee L, Hammond D. Does nutrition information on menus impact food choice? Comparisons across two hospital cafeterias. *Public Health Nutr*. 2014;17(6):1393-402.
23. Gouvernement du Canada [En ligne]. Ottawa (ON). Le gouvernement; 2016. Dispositions réglementaires sur l'étiquetage nutritionnel pour les aliments vendus dans les restaurants et autres établissements de services alimentaires. Disponible: <https://www.inspection.gc.ca/exigences-en-matiere-d-etiquetage-des-aliments/etiquetage/industrie/etiquetage-nutritionnel/aliments-vendus-etablissements/1409850385603/1409850437890>
24. Larson N, Story M. Menu labeling: does providing nutrition information at the point of purchase affect consumer behavior. Robert Wood Johnson Foundation. 2009.
25. Fernandes AC, Oliveira RC, Proença RP, Curioni CC, Rodrigues VM, Fiates GM. Influence of menu labeling on food choices in real-life settings: a systematic review. *Nutr Rev*. 2016;74(8):534-48.
26. Sinclair SE, Cooper M, Mansfield ED. The influence of menu labeling on calories selected or consumed: a systematic review and meta-analysis. *J Acad Nutr Diet*. 2014;114(9):1375-88 e15.
27. Feldman CH, Hartwell H, Brusca J, Su H, Zhao H. Nutrition information and its influence on menu choice within higher education establishments. *British Food Journal*. 2015;117(4):1399-410.
28. Gadema Z, Oglethorpe D. The use and usefulness of carbon labelling food: A policy perspective from a survey of UK supermarket shoppers. *Food Policy*. 2011;36(6):815-22.
29. Upham P, Dendler L, Bleda M. Carbon labelling of grocery products: public perceptions and potential emissions reductions. *Journal of Cleaner Production*. 2011;19(4):348-55.
30. Rööös E, Tjärnemo H. Challenges of carbon labelling of food products: a consumer research perspective. *British Food Journal*. 2011;113(8):982-96.
31. Hartmann C, Siegrist M. Consumer perception and behaviour regarding sustainable protein consumption: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*. 2017;61:11-25.
32. Osman M, Thornton K. Traffic light labelling of meals to promote sustainable consumption and healthy eating. *Appetite*. 2019;138:60-71.
33. Hoek A, Pearson D, James S, Lawrence M, Friel S. Healthy and environmentally sustainable food choices: Consumer responses to point-of-purchase actions. *Food Quality and Preference*. 2017;58:94-106.
34. Grunert KG, Wills JM. A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*. 2007;15(5):385-99.
35. Truelove HB, Parks C. Perceptions of behaviors that cause and mitigate global warming and intentions to perform these behaviors. *Journal of Environmental Psychology*. 2012;32(3):246-59.
36. Équiterre [En ligne]. La recette clé pour un approvisionnement alimentaire local & écoresponsable - Fiche pratique pour le milieu universitaire. https://www.equiterre.org/sites/fichiers/fiche_milieu_universitaire.pdf
37. Gouvernement du Québec. Plan d'action 2013-2020 sur les changements climatiques. Québec (QC): Gouvernement du Québec; 2012.



Des tarifs de groupe exclusivement pour vous. Et vous. Et vous. Et vous.

C'est payant de faire partie d'un groupe.
 Obtenez une soumission en ligne.
lapersonnelle.com/opdq
 1 888 476-8737

Ordre des diététistes nutritionnistes du Québec

laPersonnelle
 Assureur de groupe auto, habitation et entreprise

La Personnelle désigne La Personnelle, assurances générales inc. La marque LA PERSONNELLE^{MD} ainsi que les marques de commerce associées sont des marques de commerce de La Personnelle, compagnie d'assurances, employées sous licence. Certaines conditions, exclusions et limitations peuvent s'appliquer. Les taux et les rabais peuvent être modifiés sans préavis.