



CANADIAN HEALTH FOOD ASSOCIATION

235 Yorkland Blvd, Suite 201 · Toronto, ON M2J 4Y8

www.chfa.ca · info@chfa.ca · (800) 661-4510

6 novembre 2024

Direction des aliments
Santé Canada

Transmis par courriel : supplementedfoods-alimentssupplementes@hc-sc.gc.ca

Objet : Commentaires sur l'initiative de sensibilisation à l'étiquetage des aliments supplémentés de Santé Canada

Au nom de l'Association canadienne des aliments de santé (CHFA), nous vous faisons parvenir un condensé des rétroactions reçues concernant l'initiative de sensibilisation à l'étiquetage des aliments supplémentés de Santé Canada.

La CHFA se réjouit de l'occasion qui lui est donnée de participer aux réunions des intervenants et à la campagne.

Aspects généraux

La CHFA a partagé les messages de Santé Canada sur ses réseaux sociaux. Les données sur les contenus originaux de Santé Canada comprennent donc l'activité recueillie lors de la republication par la CHFA. Nous avons compilé des statistiques, qui figurent dans la section « Résultats » ci-dessous, pour chacune des publications que nous avons partagées. Il est à noter que toutes les personnes qui ont généré un engagement avec les messages ne faisaient pas forcément partie du réseau de la CHFA.

Il est difficile de faire une distinction entre les engagements provenant du réseau de la CHFA et de celui de Santé Canada. En tant qu'association sectorielle de membres, la CHFA n'effectue pas un suivi continu des consommateurs sur les médias sociaux. Notre public cible est constitué de nos membres, qui comprennent des fabricants, des détaillants, des conseillers, des courtiers et des distributeurs du secteur des produits de santé naturels. Pendant la campagne de sensibilisation aux aliments supplémentés de Santé Canada, la CHFA a également participé à d'autres campagnes tout aussi pertinentes pour notre réseau. Il est difficile d'établir dans quelle mesure cela a pu avoir une incidence sur la participation de notre public, mais cela peut avoir limité la capacité de la CHFA à contribuer davantage à la campagne de Santé Canada. Nous avons constaté un plus grand engagement avec le contenu original de la CHFA.

When we all do well, Canadians live well.

Résultats

Sur les médias sociaux, la campagne semble avoir trouvé le plus d'écho sur LinkedIn. Nous supposons que cela est lié au petit nombre de praticiens de la santé suivant la CHFA sur LinkedIn. Nous suggérons de s'appuyer davantage sur LinkedIn pour des campagnes similaires à l'avenir.

La CHFA a également diffusé les messages de la campagne lors de notre webinaire sur les aliments supplémentés le 28 mars 2024, ainsi que lors des conférences sur les aliments supplémentés qui se sont tenues à la Conférence sur le droit alimentaire (septembre 2024). De nombreux membres du public présents à la conférence ont manifesté de l'inquiétude quant à la portée de la campagne, n'ayant vu aucun message eux-mêmes, et leurs familles et amis des populations cibles ne l'ayant pas signalé. La CHFA recommande que Santé Canada songe à recourir à des médias payants pour les futures campagnes afin d'en élargir la portée.

La publication portant sur l'allaitement a généré un engagement plus élevé que les autres messages. Cette publication proposait une information « ce qu'il faut faire », un ajout positif qui manquait aux autres messages. Un autre facteur susceptible de favoriser l'engagement envers ce message était probablement le nombre plus élevé de republications par des membres du secteur qui se sentaient plus à l'aise et en phase avec le contenu du message.

LinkedIn				
Date	Description	Réactions	Republications	Commentaires
22 oct. 2024	Identifiant des aliments supplémentés avec mise en garde : Lisez l'étiquette – destiné aux professionnels de la santé et aux athlètes	40	15	0
24 sept. 2024	Identifiant des aliments supplémentés avec mise en garde : Lisez l'étiquette – destiné aux professionnels de la santé	115	41	0
11 mars 2024	Aliments supplémentés : Une décennie de recherche	49	10	2

Twitter				
Date	Description	Réactions	Partages	Commentaires
13 juin 2024	Aliments supplémentés : consultez l'identifiant avec mise en garde	10	9	2
28 mai 2024	Aliments supplémentés : Non recommandé pour les femmes enceintes ou allaitantes	12	11	12
5 mai 2024	Nouvel étiquetage des aliments supplémentés	12	10	3
11 mars 2024	Aliments supplémentés : Une décennie de recherche	13	18	4
19 mars 2024	Aliments supplémentés : consultez l'identifiant avec mise en garde	2	3	1

20 mars 2024	Aliments supplémentés : Lisez l'étiquette lorsque vous voyez l'identifiant avec mise en garde	13	6	4
13 mars 2024	Un nouvel identifiant avec mise en garde sur les aliments supplémentés	19	24	4
7 mars 2024	Aliments supplémentés : Lisez l'étiquette	9	13	5
4 déc. 2023	Qu'est-ce qu'un aliment supplémenté?	13	11	6
12 déc. 2023	Saviez-vous que le nouvel identifiant avec mise en garde figure sur certains aliments et certaines boissons?	8	9	7

Recommandations :

L'objectif de la campagne était de sensibiliser les consommateurs, mais nous croyons qu'il est possible d'élargir le public cible au-delà des professionnels traditionnels qui vont relayer le message. En adaptant le message pour cibler aussi les détaillants, ceux-ci peuvent également contribuer à la diffusion du message auprès des consommateurs. Pour les futures campagnes, la CHFA recommande que la trousse à outils comprenne des documents de tailles et de formes plus variées afin de favoriser le partage sur diverses plateformes. De plus, nous recommandons d'inclure des vidéos, car nous savons qu'elles suscitent davantage d'engagement que les seules images fixes.



CANADIAN HEALTH FOOD ASSOCIATION

235 Yorkland Blvd, Suite 201 • Toronto, ON M2J 4Y8

www.chfa.ca • info@chfa.ca • (800) 661-4510

Conclusion

La CHFA se félicite d'avoir eu l'occasion de contribuer à cette initiative et nous sommes impatients de participer de nouveau à la prochaine campagne pour l'étiquetage nutritionnel sur le devant de l'emballage. En tant que partie prenante engagée, nous nous tenons prêts à mettre à votre disposition notre expertise et notre soutien pour contribuer à ces efforts, et nous espérons que notre travail de compilation vous sera utile. Nous nous réjouissons de notre collaboration continue avec Santé Canada pour aider le secteur de l'alimentation à élargir les occasions d'informer les consommateurs.

Veillez agréer mes salutations distinguées,

Kassandra Wagner,
responsable des Affaires
réglementaires et des
politiques –
Association canadienne des
aliments de santé

When we all do well, Canadians live well.