



## **RAPPORT D'ÉVALUATION**

### ***NOURISSONS LE SPORT***

***Une initiative pour des environnements alimentaires sains***

**Rapport rédigé par :**

**Martine Poirier, Coordonnatrice principale à la recherche  
Bureau d'appui à la recherche  
Centre hospitalier universitaire Dr Georges-L.-Dumont  
Réseau de santé Vitalité**

**En collaboration avec :**

**Isabelle Caissie, Assistante de recherche  
Unité de SOUTIEN SRAP des Maritimes  
Université de Moncton**

**Juin 2017**

# **TABLE DES MATIÈRES**

## **POINTS SAILLANTS**

### **1.0 INTRODUCTION**

### **2.0 DESCRIPTION DE L'INITIATIVE *NOURRISSONS LE SPORT***

### **3.0 DESCRIPTION DE L'INTERVENTION**

### **4.0 RÉSULTATS**

#### **4.1 Données sociodémographiques**

#### **4.2 Données portant sur les habitudes d'achat actuelles dans les installations récréatives**

#### **4.3 Données relatives au budget**

#### **4.4 Données quant à des choix santé**

### **5.0 CONCLUSION**

## **RÉFÉRENCES**

## **ANNEXE I – SONDAGES D'OPINION**

## Points saillants

- En février 2017, un sondage d'opinion fut mis en ligne par le Comité *Environnements sains Péninsule acadienne*. Ce sondage voulait avoir l'opinion de la population quant à l'alimentation dans les installations récréatives;
- Au total, **233 personnes** ont rempli le questionnaire. Environ 80% des répondants étaient des femmes âgées entre **30-59 ans**;
- Les répondants proviennent en majorité de **Tracadie, Caraquet et Shippagan**;
- Présentement, **4 personnes sur 5 achètent des aliments ou boissons** dans les installations récréatives, et ce pour eux-mêmes, leurs enfants ou leur conjoint;
- Les aliments **habituellement achetés** sont : les frites/poutines, les croustilles et les boissons sucrées;
- Les achats d'**options santé** déjà effectués sont : eau en bouteille, barres granola/barres de céréales, craquelins et fromage en cubes, lait aromatisé;
- 40% des répondants dépensent entre **5\$-10\$** par visite à une installation récréative et 60% des répondants sont prêts à payer un prix comparable pour l'achat d'aliments/boissons santé;
- Les choix santé les plus susceptibles d'être achetés sont : bouteilles d'eau, légumes frais et trempette, sandwichs/wraps, craquelins et cubes de fromage;
- Plus de la moitié des répondants achèteraient des aliments/boissons plus souvent si des choix santé étaient offerts;
- Plus de la moitié des répondants indiquent le fait d'avoir des aliments/boissons santé dans des installations récréatives comme **extrêmement important**.

## 1.0 INTRODUCTION

---

Au cours des 30 dernières années, le nombre d'enfants, d'adolescents et d'adultes au Nouveau-Brunswick (N.-B.) qui ont un surplus de poids ou qui sont obèses a augmenté considérablement (1). Au Canada, la prévalence de l'obésité chez les adultes et les jeunes a doublé entre 1981 et 2009 (1,2). En 2014, au Canada, un jeune sur quatre de 12 à 17 ans faisait de l'embonpoint ou était obèse (3). Près de trois jeunes sur dix et plus de trois enfants sur dix au N.-B. sont en surpoids ou obèses (4). Le N.-B. se situe au troisième rang des pires provinces pour ce qui est du taux signalé de surpoids et d'obésité chez les jeunes (4).

Les recherches démontrent que l'obésité de l'enfant nuit à son bien-être physique, social et psychologique et c'est un facteur de risque connu pour l'obésité à l'âge adulte et pour les maladies non transmissibles. Il est urgent d'agir pour améliorer la santé de la génération actuelle et de celle du futur (6).

En 2014, seulement 39,5% des Canadiens de 12 ans et plus ont déclaré avoir consommé des fruits et des légumes au moins cinq fois par jour, comparativement à 2009 où le taux était de 45,6% (3). Ce taux était de 34,3% pour le N.-B., soit inférieur à la moyenne nationale. Selon le sondage sur le mieux-être des élèves du N.-B., seulement 51% des enfants de 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> année (2013-2014) et 46% des jeunes de la 6<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année (2015-2016) mangent au moins 5 portions de fruits et légumes par jour (4). La recherche indique que les enfants et les adolescents qui mangent des fruits et des légumes cinq fois et plus par jour sont nettement moins susceptibles d'avoir un surpoids ou d'être obèses que ceux qui en consomment moins souvent (3).

Selon le sondage sur le mieux-être réalisé auprès des élèves du N.-B. en 2015-2016, 58% des jeunes de la 6<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année avaient consommé des boissons sucrées non nutritives et 86% d'entre eux avaient consommé des aliments malsains (frites, friandises, chocolat, beignes, etc.) le jour précédant le sondage (5). Au cours des 7 jours précédant le sondage, 62% des élèves de la 6<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année ont rapporté avoir mangé au moins une fois dans un restaurant-minute et 13% d'entre eux ont rapporté y avoir mangé 3 fois ou plus (5). Au N.-B., au moins sept enfants et jeunes sur dix consomment des aliments non nutritifs (4).

Restreindre la consommation des aliments et boissons riches en calories, en gras, en sucre et en sel est une étape importante vers une meilleure santé et un poids santé (7). La consommation excessive et régulière de boissons non nutritives nuit à l'équilibre alimentaire et à l'apport en nutriments essentiels nécessaires à la croissance et au développement, ainsi qu'à une composition corporelle et une santé optimales (8,9).

L'augmentation de la consommation d'aliments non nutritifs est un facteur clé de la propagation de l'épidémie mondiale d'obésité. La consommation d'aliments non nutritifs augmente l'apport en calories et peut mener à l'embonpoint ou à l'obésité (10).

La disponibilité et l'accessibilité des aliments nutritifs sont des éléments essentiels à une alimentation saine, laquelle est un facteur important de la promotion du poids santé.

L'OMS lance des recommandations provenant de la commission pour « Mettre fin à l'obésité de l'enfant » qui viennent appuyer fortement l'initiative *Nourrissons le sport*, soit de demander aux lieux comme les écoles, les structures de garde et les installations et manifestations sportives destinées aux enfants, entre autres, d'instaurer un environnement alimentaire sain (6). Il est également recommandé que les écoles, les structures de garde et les installations sportives soutiennent les efforts visant à améliorer la nutrition de l'enfant en s'assurant que les produits alimentaires sains soient l'option la plus facile, en ne distribuant ni ne vendant aucun aliment ni boisson nocifs pour la santé (6). La recherche démontre que les jeunes qui font du sport consomment plus de malbouffe et de boissons sucrées que les jeunes qui n'en font pas (11).

## **2.0 DESCRIPTION DE L'INITIATIVE *NOURRISSONS LE SPORT***

---

*Nourrissons le sport*, c'est une campagne d'information, de sensibilisation et de promotion au sujet de :

- l'importance de l'alimentation saine pour la performance sportive et la santé
- l'impact de l'environnement sur les choix alimentaires

Les personnes ou groupes visés par cette initiative sont les parents, les enfants et les jeunes, les municipalités, les installations récréatives et sportives, les entraîneurs, les associations sportives et récréatives, les clubs de sports et de loisirs et les concessionnaires alimentaires.

Les objectifs de l'initiative sont :

- 1) Informer et sensibiliser à l'importance d'une saine alimentation pour la santé et le sport ;
- 2) Informer et sensibiliser sur l'influence et l'impact de l'environnement sur les choix alimentaires ;
- 3) Susciter un questionnement, des réflexions, des discussions et des démarches au sein des communautés concernant leurs environnements alimentaires ;
- 4) Appuyer les démarches qui favorisent des environnements alimentaires sains dans tous les milieux et événements ;
- 5) Encourager une offre alimentaire saine dans les lieux où les gens bougent et se divertissent afin que les choix santé y soient les plus faciles.

L'initiative *Nourrissons le sport* vise la création d'environnements alimentaires sains. Comme première étape, une campagne de promotion fut lancée le 27 février 2017. Le but de l'initiative était de sensibiliser les collectivités et les décideurs à l'importance d'avoir des environnements favorables à la saine alimentation où les enfants et les jeunes pratiquent le sport et se divertissent. Cette campagne de promotion comprend la production et la diffusion de quatre (4) vidéos de 30 secondes disponibles en français et en anglais afin de promouvoir la saine alimentation auprès de la communauté. Les sports visés par la

campagne sont le hockey, la natation, le baseball et le soccer. Des enfants et jeunes sportifs des communautés de la Péninsule acadienne ont participé à la création des vidéos de sensibilisation.

Le porteur de l'initiative *Nourrissons le sport* est le comité *Environnements sains Péninsule acadienne*. Ce comité est composé de membres ayant un intérêt commun et un certain niveau d'influence. Nos principaux partenaires sont la *Société médicale du N.-B.*, le *Collège des médecins du N.-B.*, le *Réseau de santé Vitalité*, le *ministère du Développement social*, le *ministère du Tourisme, du Patrimoine et de la Culture* et le *Réseau mieux-être Péninsule acadienne*. Le comité envisage de recruter d'autres partenaires clés. Il s'engage à travailler en collaboration avec ses partenaires envers la création d'environnements alimentaires sains là où les gens bougent et se divertissent.

### **3.0 DESCRIPTION DE L'INTERVENTION**

---

En janvier et février 2017, un sondage d'opinion fut développé par un Groupe de travail de la zone 6 (dirigé par Mme Jacqueline LeBouthillier) et le Bureau d'appui à la recherche du Réseau de santé Vitalité. Ce sondage d'opinion a permis de recueillir de l'information auprès de la population au sujet de leur consommation d'aliments et de boissons dans les installations récréatives. La population visée inclut les parents et les jeunes âgés de 12 ans et plus qui fréquentent les installations récréatives/sportives du Nord-Est du N.-B. sur une base régulière. L'annexe I présente les versions française et anglaise du sondage.

En février, avant le lancement de la campagne de promotion de *Nourrissons le sport*, le comité *Environnements sains Péninsule acadienne* a mis en ligne le sondage d'opinion sur le site Internet de la *Coalition pour une saine alimentation et l'activité physique (CSAAP)* du N.-B. Le questionnaire a pu être rempli pendant une période de 2 semaines. Plusieurs partenaires ont partagé le lien pour promouvoir une participation optimale. Des copies papier étaient également disponibles à certains événements sportifs de la Péninsule acadienne.

## 4.0 RÉSULTATS

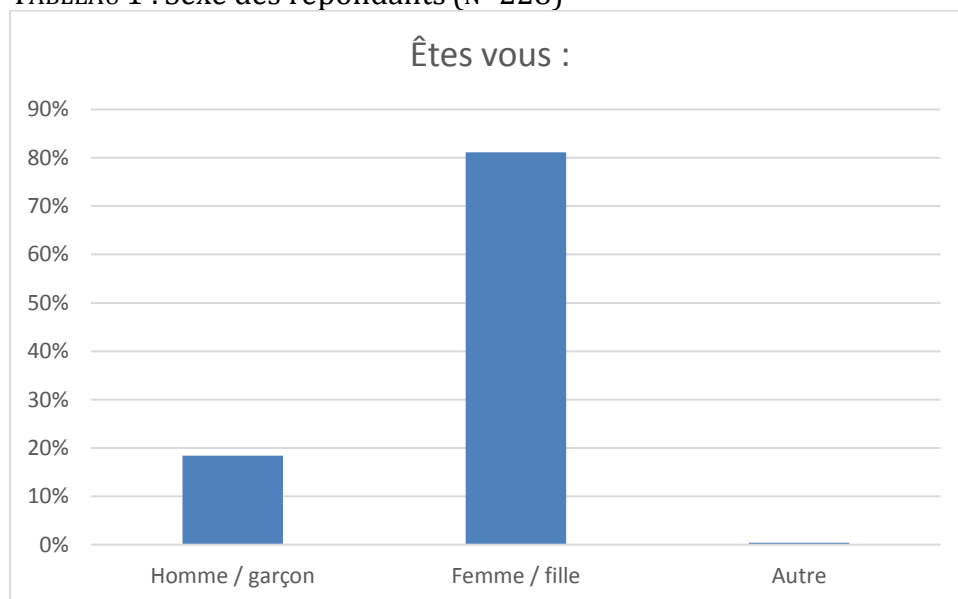
---

Les résultats du sondage représentent l'opinion de la population ayant rempli le questionnaire avant le lancement de la campagne de promotion *Nourrissons le sport*.

Les statistiques ont été effectuées en utilisant les logiciels statistiques SAS et Excel. En tout, il y eut **233 répondants**. Les tableaux suivants représentent les résultats des réponses aux questions du sondage, compilés en 4 thèmes. Dans le titre des tableaux, le nombre de répondants à chaque question est indiqué (N=). Dans le cas où plusieurs choix de réponses étaient possibles, le nombre de réponses est également indiqué (N=).

### 4.1 DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

TABLEAU 1 : Sexe des répondants (N=228)



Les questions relatives aux données sociodémographiques sont les questions 9, 10 et 11 du sondage. La majorité des répondants au sondage étaient des femmes (81%).



TABLEAU 2 : Groupe d'âge des répondants (N=233)

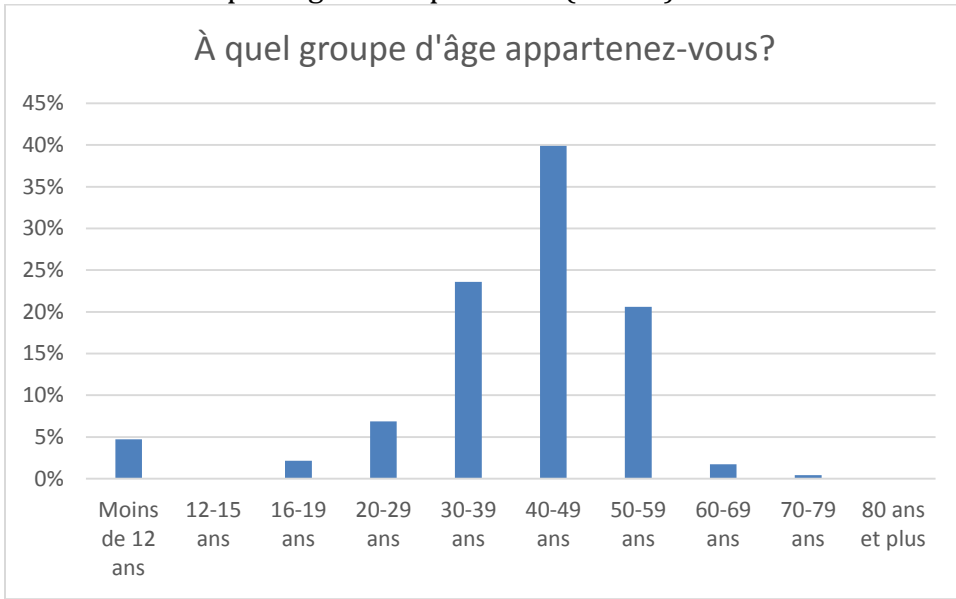
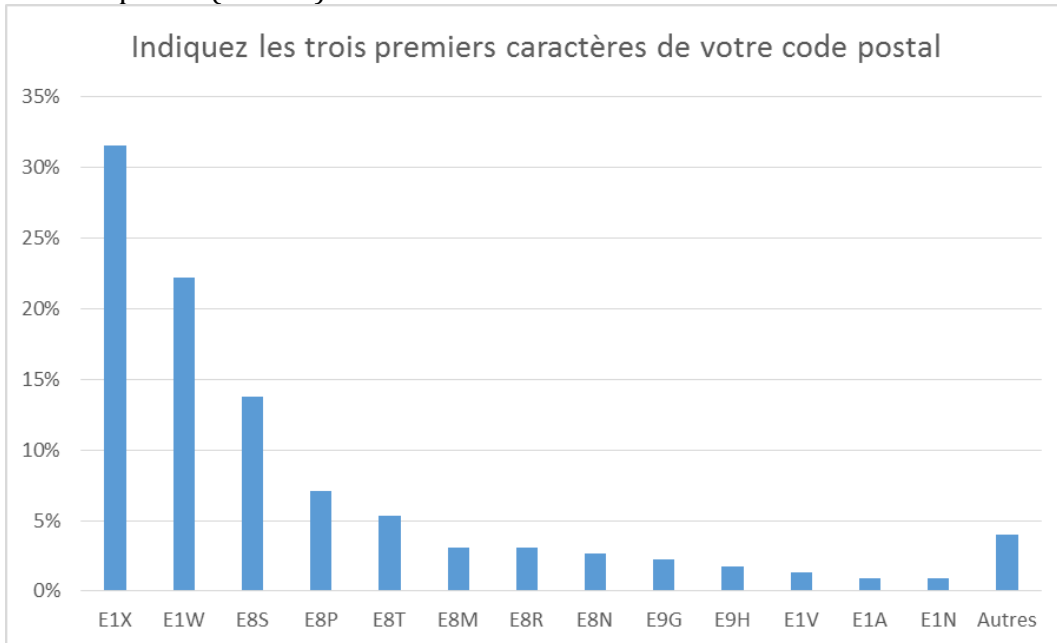


TABLEAU 3 : Répartition des répondants selon les 3 premiers caractères du code postal (N=225)



La grande majorité des participants avaient entre 30 et 59 ans (85%). L'information que nous fournissent les 3 premiers caractères du code postal indique que la plus grande proportion des répondants sont de la région de Tracadie à 32%, suivi de Caraquet (22%), et de Shippagan (14%).

## 4.2 DONNÉES PORTANT SUR LES HABITUDES D'ACHAT ACTUELLES DANS LES INSTALLATIONS RÉCRÉATIVES

TABLEAU 4 : Habitudes d'achat d'aliments ou de boissons dans les installations récréatives (N=214)

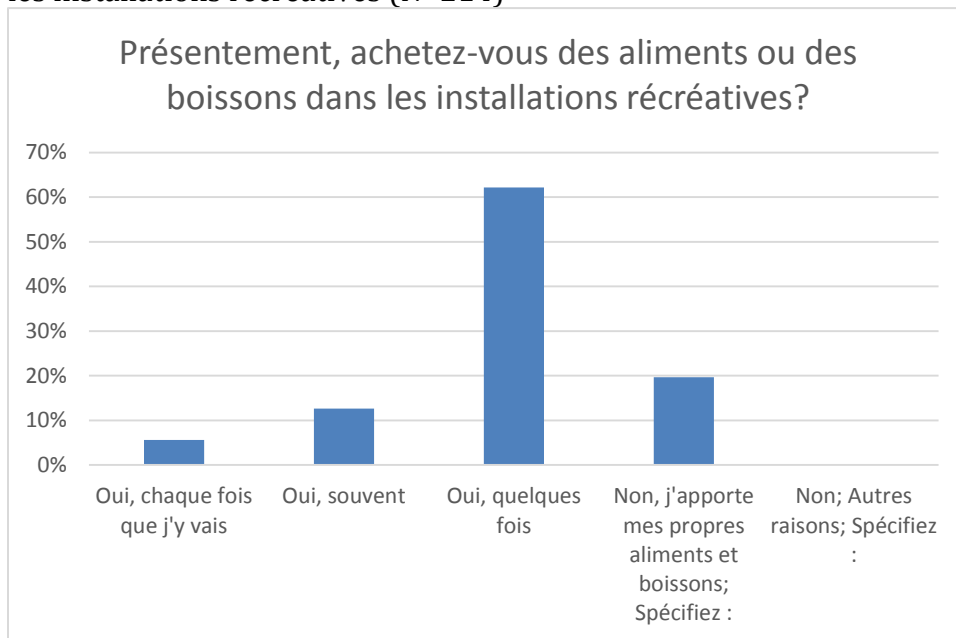
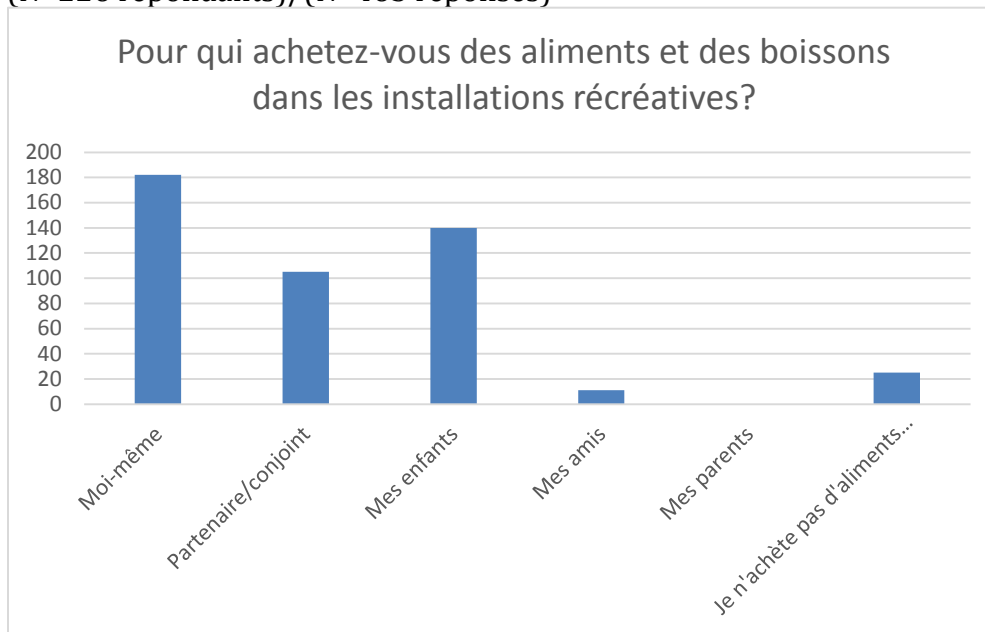
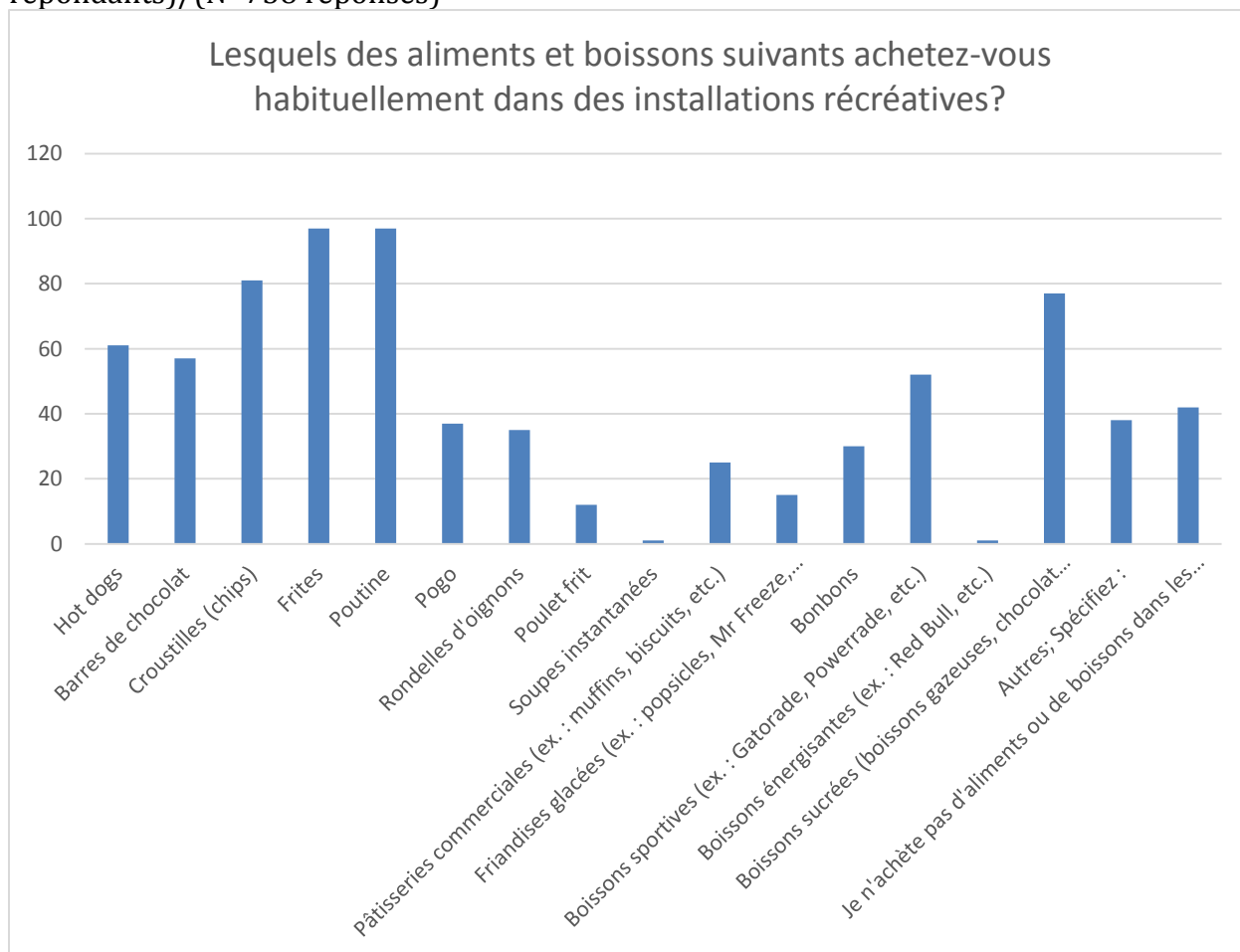


TABLEAU 5 : Qui sont les personnes pour qui vous achetez des aliments et des boissons dans les installations récréatives (N=226 répondants)/(N=463 réponses)\*



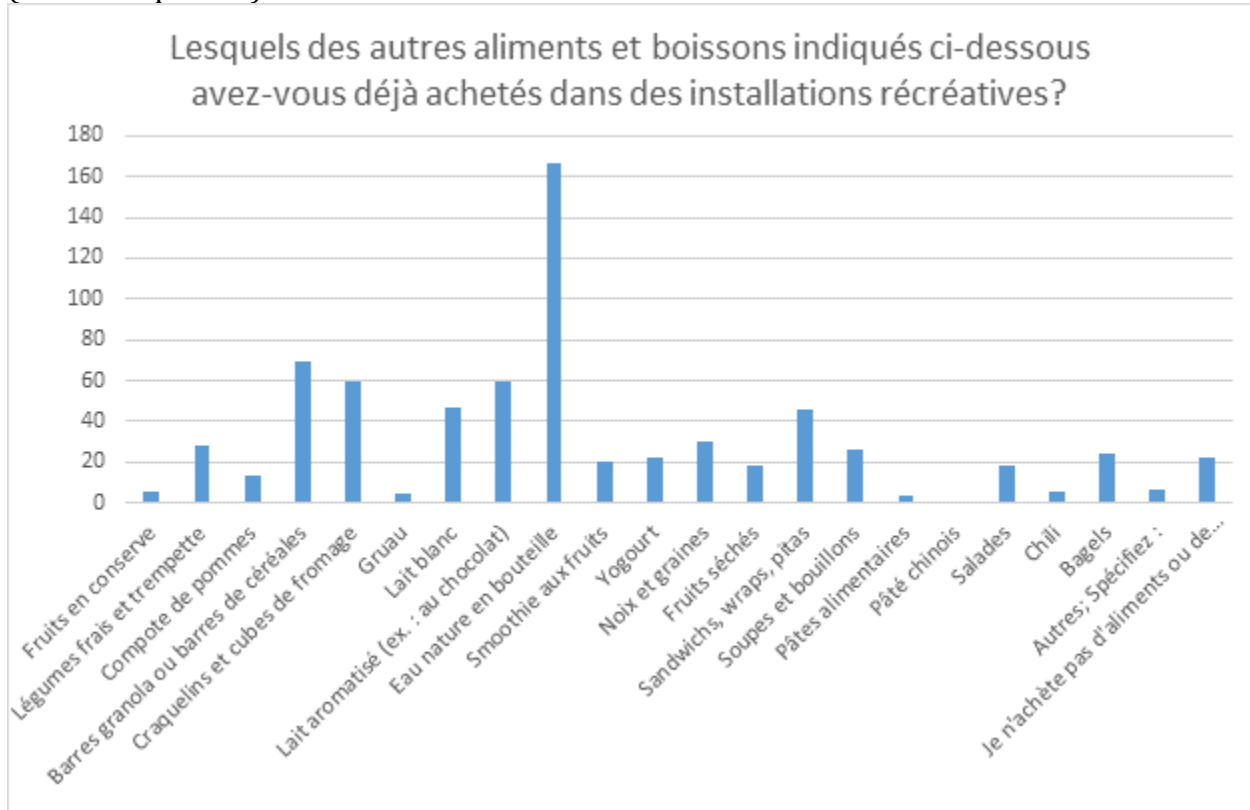
\*plusieurs choix de réponses possibles par répondant

TABLEAU 6 : Aliments et boissons les plus achetés dans les installations récréatives (N=226 répondants)/(N=758 réponses)\*



\*plusieurs choix de réponses possibles par répondant

TABLEAU 7 : Aliments déjà achetés dans des installations récréatives (N=219 répondants)/ (N= 699 réponses)\*



\*plusieurs choix de réponses possibles par répondant

Les données portant sur les habitudes d'achat d'aliments et boissons dans les installations récréatives représentent les questions 1 à 4 du sondage.

En ce qui a trait aux caractéristiques concernant l'achat d'aliments ou de boissons dans les installations récréatives, on remarque que 4 personnes sur 5 achètent des aliments ou des boissons dans les installations récréatives tandis que 1 personne sur 5 n'achète pas d'aliments ni de boissons, mais en apporte de la maison. La plupart des répondants disent en faire l'achat quelques fois (62%).

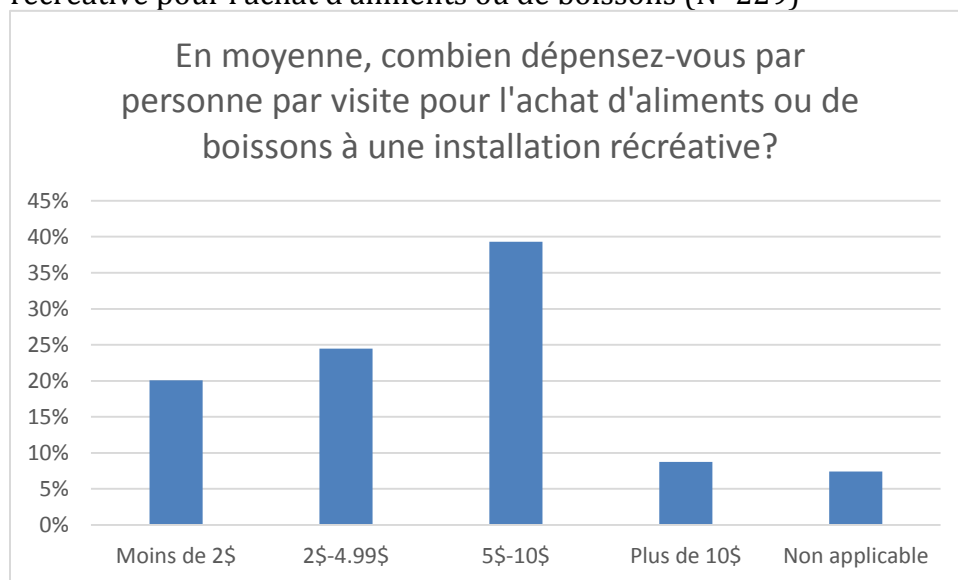
La grande majorité des répondants achètent des aliments ou des boissons pour 1) eux-mêmes, 2) leurs enfants ou 3) leurs partenaires.

Les aliments et boissons achetés **habituellement** par les répondants sont, en ordre d'importance : des frites/poutines, des croustilles et des boissons sucrées. Dans la section 'Autres, spécifiez :', les deux réponses les plus populaires étaient l'eau et le café.

Lorsque nous demandons aux répondants **ce qu'ils ont déjà acheté**, parmi une liste d'aliments santé, les choix sont (en ordre d'importance) : de l'eau en bouteille, des barres granola/barres de céréales, craquelins et cubes de fromage, lait aromatisé. Dans la section 'Autres, spécifiez :', les commentaires populaires étaient en lien avec le fait qu'ils ne voient pas ce genre d'aliments (choix santé) dans les installations récréatives, et qu'ils aimeraient en voir dans les cantines d'arénas.

### 4.3 DONNÉES RELATIVES AU BUDGET

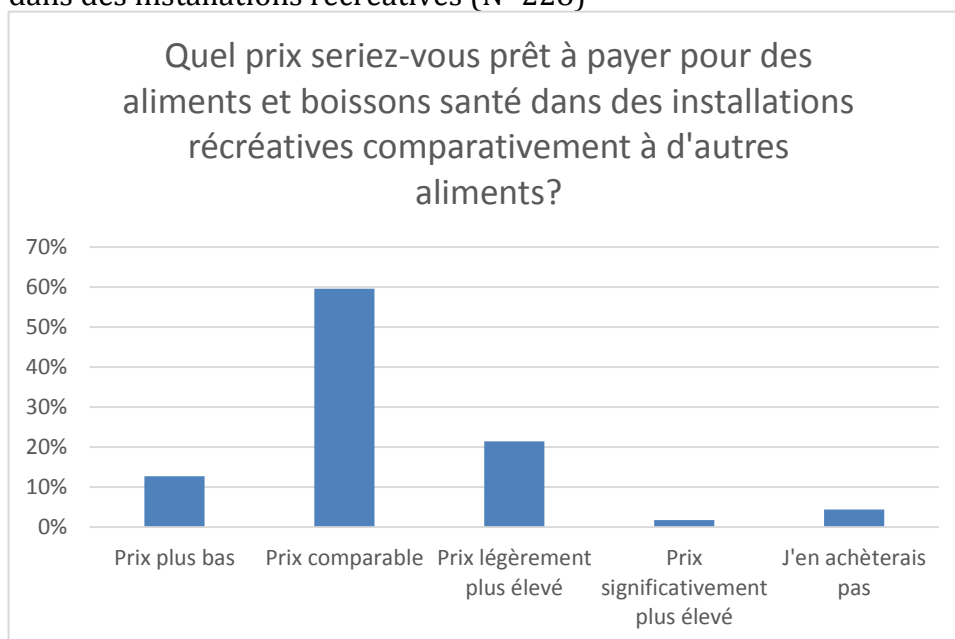
TABLEAU 8 : Montant dépensé par personne par visite à une installation récréative pour l'achat d'aliments ou de boissons (N=229)



Presque 40% des répondants indiquent dépenser **entre 5\$ et 10\$ par visite** à une installation récréative. Plus de la moitié des participants au sondage (60%) indiquent

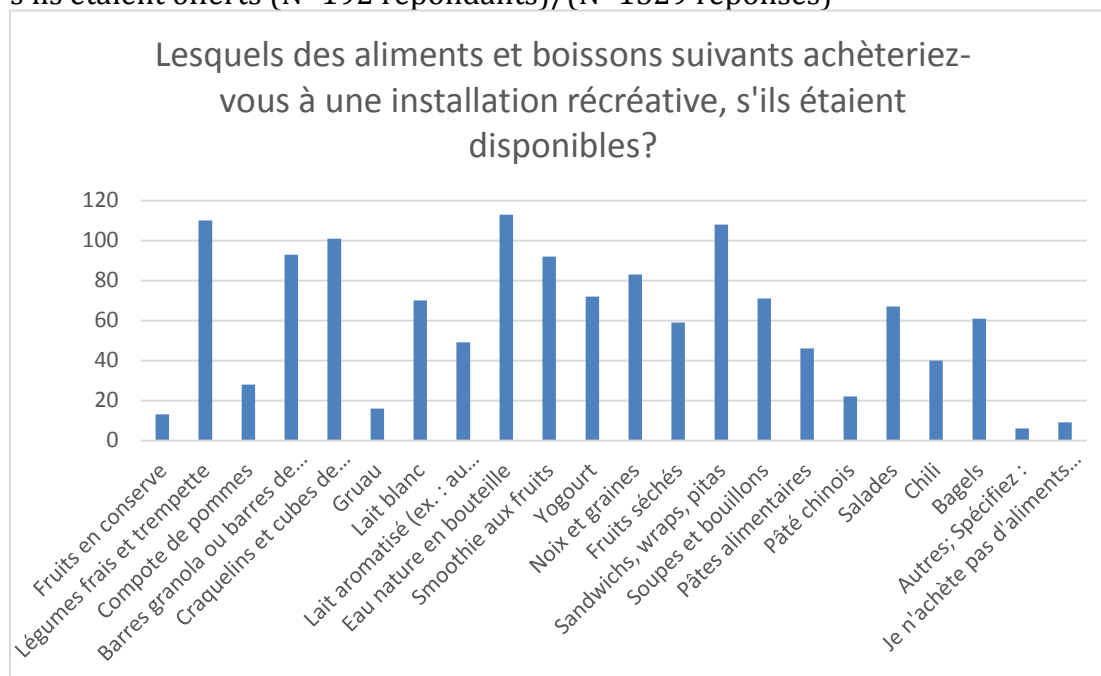
qu'ils seraient prêts à payer un prix comparable à d'autres aliments, pour des aliments santé. Ces données représentent les questions 5 et 8 du sondage.

TABLEAU 9 : Prix qui serait payé pour des aliments et boissons santé dans des installations récréatives (N=228)



#### 4.4 DONNÉES QUANT À DES CHOIX SANTÉ

TABLEAU 10 : Aliments et boissons qui seraient achetés à des installations sportives, s'ils étaient offerts (N=192 répondants)/(N=1329 réponses)\*



\*plusieurs choix de réponses possibles par répondant

TABLEAU 11 : Fréquence d'achat si les aliments et boissons désirés étaient offerts (N=229)

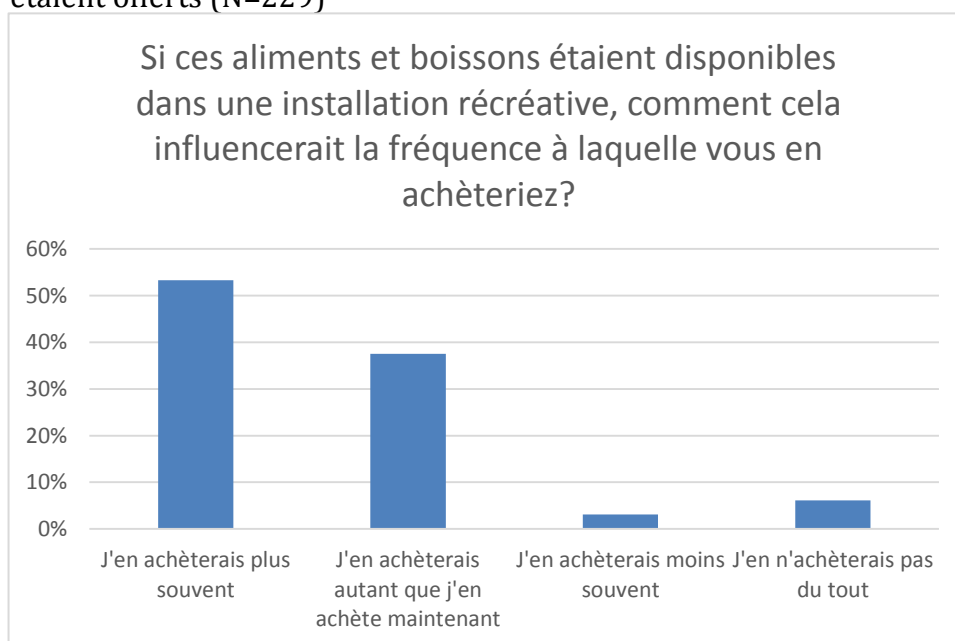
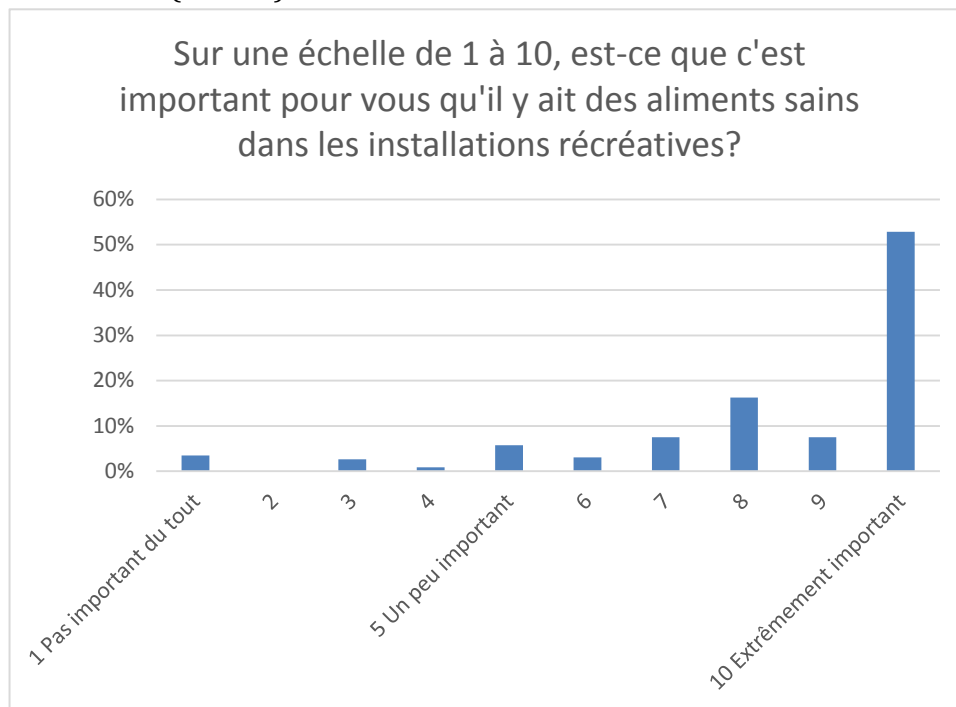


TABLEAU 12 : Importance d'avoir des aliments sains dans les installations récréatives (N=227)



Les données en lien avec les choix santé représentent les questions 6, 7 et 13 du sondage.

S'ils étaient disponibles, les aliments santé les plus susceptibles d'être achetés par les répondants sont : des bouteilles d'eau, des légumes frais avec trempette, des sandwiches/wraps, des craquelins avec cubes de fromage. Dans la section 'Autres, spécifiez:', un choix de réponse populaire était : **fruits frais**.

Si des aliments santé étaient offerts dans les installations récréatives, plus de la moitié des répondants ont indiqué qu'ils en achèteraient plus souvent, tandis que 38% en achèteraient autant que maintenant.

Il est intéressant de constater que plus de la moitié des répondants (53%) considèrent comme extrêmement important le fait d'avoir accès à des aliments et boissons santé dans des installations récréatives. De plus, 86% des répondants ont répondu 6 ou plus sur



l'échelle d'importance de 1 à 10, ce qui démontre qu'ils accordent un certain degré d'importance envers l'offre d'options santé dans les installations récréatives.

Une autre question fut posée aux répondants quant au meilleur moyen de partager avec eux de l'information au sujet de l'offre alimentaire dans les installations récréatives.

Différentes options sont préconisées. Les médias sociaux constituent la méthode préférée des répondants, suivis par la radio et le courrier électronique.

## 5.0 CONCLUSION

---

Les avantages pour la santé de manger sainement sont nombreux. Les gens se réunissent souvent dans les installations récréatives pour des manifestations sportives et des activités récréatives, et ils devraient avoir accès à des aliments sains pendant qu'ils y sont. Les installations récréatives comprennent les arénes, les patinoires, les piscines, les centres pour jeunes, les centres communautaires, les pistes de curling, les salles de quilles et de nombreuses autres installations. Chacune de ces installations exerce une influence directe sur les choix alimentaires des utilisateurs.

Les communautés peuvent aider à faire en sorte que le choix d'aliments sains soit le choix le plus facile pour les athlètes, les jeunes, ainsi que leur famille. On peut les aider à faire de meilleurs choix alimentaires en augmentant la disponibilité d'aliments sains dans les endroits où ils se divertissent. Les installations récréatives jouent déjà un rôle essentiel pour ce qui est de garder les gens en santé en leur fournissant un espace sécuritaire et public pour l'activité physique. Lorsque ces installations offrent aussi des choix alimentaires sains, elles peuvent avoir une influence considérable sur la santé de la collectivité. En faisant en sorte que des aliments plus sains soient faciles à se procurer partout dans la collectivité, et ainsi favoriser les choix santé, nous pouvons contribuer à améliorer la santé de la population. De plus, les gens en bonne santé sont plus portés à utiliser les installations récréatives.

Le sondage effectué auprès de la population du Nord-Est de la province a majoritairement été répondu par une population adulte qui fréquente des installations récréatives. Présentement, l'offre d'aliments et de boissons dans ces endroits semble être constituée principalement de choix non santé. Pourtant, 4 répondants sur 5 indiquent acheter ces produits dans ces installations. Si des choix santé étaient offerts, environ 90% des répondants indiquent qu'ils en achèteraient plus souvent ou aussi souvent que maintenant. Également, plus de la moitié des répondants indiquent comme extrêmement important le fait d'avoir des options saines d'aliments et de boissons dans les installations récréatives.

Ces constatations positives indiquent que les gens sont prêts à un changement, qu'ils réalisent que leur alimentation est importante et appuieraient un changement au niveau des choix d'aliments et de boissons dans les installations récréatives.

Il serait intéressant d'avoir l'opinion des hommes et des enfants/jeunes face à de tels changements, vu que la majorité des répondantes étaient des femmes.

Il serait aussi intéressant de vérifier, après le lancement des 4 vidéos, si l'opinion du public a changé.

## RÉFÉRENCES

1. Bulletin sur la santé de la population, Bureau du médecin-hygiéniste en chef du NB, 2012, p.3
2. Agence de la santé publique du Canada et Institut canadien d'information sur la santé, Obésité au Canada, Ottawa, 2011.
3. Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes. 2014.
4. Conseil de la santé du Nouveau-Brunswick, « Les enfants et les jeunes du N.-B. : du passé vers l'avenir », 2016 [en ligne]
5. Conseil de la santé du Nouveau-Brunswick. Sondage sur le mieux-être des élèves du Nouveau-Brunswick. De la 6<sup>e</sup> à la 12<sup>e</sup> année. 2015-2016.
6. Organisation mondiale de la santé, Rapport de la commission pour mettre fin à l'obésité de l'enfant, 2016.
7. Santé Canada. Bien manger avec le Guide alimentaire canadien: Éducateurs et communicateurs, 2011. Cat.: H164-38/1-2011F, ISBN: 978-1-100- 07926-7
8. Seifert, S.M.; Schaechter, J.L.; Hershorin, E.R; Lipshultz, S.E. « Health effects of energy drinks on children, adolescents, and young adults. », 2011. Volume 127, Issue 3.
9. Committee on Nutrition and the Council on Sports Medicine and Fitness (USA). « Sports drinks and energy drinks for children and adolescents: Are they appropriate? », 2011. Volume 127, Issue 6.
10. Ludwig DS, «Childhood Obesity – The Shape of Things to Come », 2007. New England Journal of Medicine, 357: 2325-2327. DOI: 10.1056/ NEJMp0706538. Extrait de <http://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp0706538>
11. Nelson TF, Stovitz SD, Thomas M, LaVoi NM, Bauer KW, Neumark-Sztainer D. Do youth sports prevent pediatric obesity? A systematic review and commentary. Curr Sports Med Rep. 2011 Nov-Dec;10(6):360-70.

**ANNEXE I**  
**LES SONDAGES D'OPINION**

## Sondage sur la consommation d'aliments et de boissons dans les installations récréatives

*Exemples d'installations récréatives : aréna, piscine, terrain de soccer, terrain de baseball, centre plein air, centre de curling, salon de quilles, centre de ski, etc.*

**Par :** Le comité Environnements sains Péninsule acadienne

**But :** Recueillir de l'information auprès de la population au sujet de leur consommation d'aliments et de boissons dans les installations récréatives.

**Les réponses seront confidentielles.**

**1. Présentement, achetez-vous des aliments ou des boissons dans les installations récréatives? Cochez une seule réponse.**

- Oui, à chaque fois que j'y vais
- Oui, souvent
- Oui, quelques fois
- Non, j'apporte mes propres aliments et boissons; spécifiez :
- Non; Autres raisons; spécifiez :

**2. Lesquels des aliments et boissons suivants achetez-vous habituellement dans des installations récréatives? Cochez toutes les réponses applicables.**

- Hot dogs
- Barres de chocolat
- Croustilles ('chips')
- Frites
- Poutine
- Pogo
- Rondelles d'oignons
- Poulet frit
- Soupes instantanées
- Pâtisseries commerciales (ex. : muffins, biscuits, etc.)
- Friandises glacées (ex. : popsicles, Mr Freeze, Drumstick, etc.)
- Bonbons
- Boissons sportives (ex. : Gatorade, Powerade, etc.)
- Boissons énergisantes (ex. : Red Bull, etc.)
- Boissons sucrées (boissons gazeuses, chocolat chaud, punch aux fruits, etc.)
- Autres; spécifiez :
- Je n'achète pas d'aliments ou de boissons dans les installations récréatives

**3. Lesquels des autres aliments et boissons indiqués ci-dessous avez-vous déjà achetés dans des installations récréatives? Cochez toutes les réponses applicables.**

- Fruit frais
- Fruits en conserve
- Légumes frais et trempette
- Compote de pommes

- Barres granolas ou barres de céréales
- Craquelins et cubes de fromage
- Gruau
- Lait blanc
- Lait aromatisé (ex. : au chocolat)
- Eau nature en bouteille
- Smoothies aux fruits
- Yogourt
- Noix et graines
- Fruits séchés
- Sandwichs, roulés, pitas
- Soupes et bouillons
- Pâtes alimentaires
- Pâté chinois
- Salades
- Chili
- Bagels
- Autres; spécifiez : \_\_\_\_\_
- Je n'achète pas d'aliments ou de boissons dans les installations récréatives

**4. Pour qui achetez-vous des aliments et des boissons dans les installations récréatives? Cochez toutes les réponses applicables.**

- Moi-même
- Partenaire/conjoint
- Mes enfants
- Mes amis
- Mes parents
- Je n'achète pas d'aliments ou de boissons dans les installations récréatives

**5. En moyenne, combien dépensez-vous par personne par visite pour l'achat d'aliments ou de boissons à une installation récréative? Cochez une seule réponse.**

- Moins de 2\$
- 2\$-4.99\$
- 5\$-10\$
- Plus de 10\$
- Non applicable

**6. Lesquels des aliments et boissons suivants achèteriez-vous à une installation récréative, s'ils étaient disponibles? Cochez toutes les réponses applicables.**

- Fruit frais
- Fruits en conserve
- Légumes frais et trempette

- Compote de pommes
- Barres granolas ou barres de céréales
- Craquelins et cubes de fromage
- Gruau
- Lait blanc
- Lait aromatisé (ex. : au chocolat)
- Eau nature en bouteille
- Smoothies aux fruits
- Yogourt
- Noix et graines
- Fruits séchés
- Sandwichs, roulés, pitas
- Soupes et bouillons
- Pâtes alimentaires
- Pâté chinois
- Salades
- Chili
- Bagels
- Autres; spécifiez : \_\_\_\_\_

**7. Si ces aliments et boissons étaient disponibles dans une installation récréative, comment cela influencerait la fréquence à laquelle vous en achèteriez? Cochez une seule réponse.**

- J'en achèterais plus souvent
- J'en achèterais autant que j'en achète maintenant
- J'en achèterais moins souvent
- J'en n'achèterais pas du tout

**8. Quel prix seriez-vous prêt à payer pour des aliments et boissons santé dans des installations récréatives comparativement à d'autres aliments? Cochez une seule réponse.**

- Prix plus bas
- Prix comparable
- Prix légèrement plus élevé
- Prix significativement plus élevé
- J'en n'achèterais pas

**9. Êtes-vous :**

- Homme / garçon
- Femme / fille



Autre

**10. À quel groupe d'âge appartenez-vous? Cochez une seule réponse.**

- Moins de 12 ans
- 12-15 ans
- 16-19 ans
- 20-29 ans
- 30-39 ans
- 40-49 ans
- 50-59ans
- 60-69 ans
- 70-79 ans
- 80 ans et plus

**11. Indiquez les trois premiers caractères de votre code postal (ex. : E2C) : \_\_\_\_\_**

**12. Quel est le meilleur moyen de partager avec vous de l'information au sujet de l'offre alimentaire dans les installations récréatives? Cochez toutes les réponses applicables.**

- Radios
- Médias sociaux : Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc.
- Journaux
- Télévisions
- Courrier électronique
- Autre; spécifiez :
- Je ne veux pas recevoir d'information

**13. Sur une échelle de 1 à 10, est-ce que c'est important pour vous qu'il y ait des aliments sains dans les installations sportives? Cochez une seule réponse.**

- 1 Pas important du tout
- 2
- 3
- 4
- 5 Un peu important
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 Extrêmement important

**Merci beaucoup de votre participation!**

## Survey regarding the consumption of food and drinks in recreational facilities

*Examples of recreational facilities are; arenas, swimming pools, soccer fields, baseball fields, outdoor centres, curling clubs, bowling alleys, ski clubs, etc.*

**By :** Comité Environnements sains Péninsule acadienne

**Goal :** To collect information from the public regarding their consumption of food and drinks in recreational facilities

**The answers will remain confidential.**

### 1. Do you currently purchase food or drinks at the recreational facilities you attend?

Check **only one** answer.

- Yes, each time I go
- Yes, quite often
- Yes, sometimes
- No, I always bring my own food and drinks; Please specify:
- No, for other reasons; Please specify:

### 2. Which of the following foods and drinks do you normally buy in recreational facilities? Please check off **all that apply**.

- Hot dogs
- Chocolate bars
- Chips
- Fries
- Poutine
- Pogo
- Onion rings
- Fried chicken
- Instant or canned soups
- Commercially packaged pastries (i.e.: muffins, cookies, cakes, etc.)
- Frozen treats (i.e.: popsicles, Mr. Freeze, Drumsticks, etc.)
- Candies
- Sport Drinks (i.e.: Gatorade, Powerade, etc.)
- Energy Drinks (i.e.: Red Bull, etc.)
- Sweet drinks (i.e.: soda, hot chocolate, fruit punch, etc.)
- Other; please specify: \_\_\_\_\_
- I do not purchase food or drinks in recreational facilities

### 3. Among the list of foods and drinks indicated below, which are the ones you have already purchased in recreational facilities? Please check off **all that apply**.

- Fresh fruit
- Canned fruit

- Fresh vegetables and dip
- Applesauce
- Granola bars or cereal bars
- Crackers and cheese cubes
- Oatmeal (porridge)
- White milk
- Flavored milk (i.e.: chocolate)
- Unflavored bottled water
- Fruit smoothies
- Yogurt
- Nuts and seeds
- Dried fruit
- Sandwiches, wraps, pitas
- Homemade soups or stews
- Pasta
- Shephards' pie
- Salads
- Chili
- Bagels
- Other; please specify: \_\_\_\_\_

**4. Who do you purchase foods and drinks, in recreational facilities, for? Please check off all that apply.**

- Myself
- Partner/spouse
- My children
- My friends
- My parents
- I do not purchase food or drinks in recreational facilities.

**5. On average, how much do you spend per person, per outing, on food or drinks, in recreational facilities? Check off only one answer.**

- Less than \$2
- \$2-\$4.99
- \$5-\$10
- More than \$10
- Non applicable

**6. Which of the following foods and drinks would you purchase, if they were available in recreational facilities? Please check off all that apply.**

- Fresh fruit
- Canned fruit
- Vegetables and dip

- Applesauce
- Granola bars and cereal bars
- Crackers and cheese cubes
- Oatmeal (porridge)
- White milk
- Flavored milk (i.e.: chocolate)
- Unflavored bottled water
- Fruit smoothies
- Yogurt
- Nuts and seeds
- Dried fruit
- Sandwiches, wraps, pitas
- Homemade soups and stews
- Pasta
- Shephards`pie
- Salads
- Chili
- Bagels
- Other; Please specify: \_\_\_\_\_
- None of the above

**7. If those foods and drinks listed above were available in recreational settings, how would it influence the frequency at which you would buy them? Please check off only one answer.**

- I would purchase more often
- I would purchase as much as I am now
- I would purchase less
- I would not purchase at all

**8. What price would you be willing to pay for healthy food and drink choices in recreational facilities, in comparison to unhealthy food choices? Please check off only one answer.**

- Lower price
- Comparable price
- Slightly higher price
- Considerably higher price
- I wouldn't purchase

**9. Are you? Check off only one answer.**

- Man/boy
- Woman/girl

Other

**10. What age group do you belong to? Check off only one answer.**

- Less than 12 years
- 12-15 years
- 16-19 years
- 20-29 years
- 30-39 years
- 40-49 years
- 50-59 years
- 60-69 years
- 70-79 years
- 80 years and over

**11. Please indicate the first three figures of your area code (i.e.: E2C):**

**12. Which would be the best way to share with you, information regarding food choices in recreational facilities? Please check off all that apply.**

- Radio
- Social Media, i.e. Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc.
- Newspapers
- Television
- Email
- Other; Please specify:
- I do not wish to receive information.

**13. On a scale of 1 to 10, is it important to you to have healthy foods available in recreational settings? Choose only one answer.**

- 1 Not important
- 2
- 3
- 4
- 5 Somewhat important
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 Extremely important

**Thanks a lot for your participation!**