



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de la santé

HESA • NUMÉRO 052 • 3^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 1^{er} mars 2011

Présidente

Mme Joy Smith

Comité permanent de la santé

Le mardi 1^{er} mars 2011

• (1530)

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal (Edmonton—Sherwood Park, PCC)): Je déclare la séance ouverte.

Je vous souhaite la bienvenue, mesdames et messieurs, à la séance n° 52 du Comité permanent de la santé. Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous effectuons une étude intitulée « Vivre en santé ».

Nous recevons des invités aujourd'hui qui nous feront part de leur témoignage. À titre personnel, nous accueillons Véronique Provencher, professeure sous octroi et chercheuse scientifique du Département des sciences des aliments et de nutrition. De Boissons rafraîchissantes Canada, nous recevons Justin Sherwood, président. Du Conseil canadien du canola, nous recevons Robert Hunter, vice-président des communications, et Shaunda Durance-Tod, gestionnaire de programme. Des Diététistes du Canada, nous recevons Paul-Guy Duhamel, gestionnaire des affaires publiques.

Vous aurez chacun de cinq à sept minutes pour vos déclarations préliminaires, et nous commencerons par Mme Provencher.

[Français]

Mme Véronique Provencher (professeure sous octroi, chercheuse scientifique, Département des sciences des aliments et de nutrition, Institut des nutraceutiques et des aliments fonctionnels, à titre personnel): Bonjour et merci de l'invitation.

Je dirai tout simplement pour commencer que, dans la tête des gens, la saine alimentation fait certainement partie des facteurs qui influencent de plus en plus les choix alimentaires et que l'étiquette alimentaire est la source d'information qui est utilisée par les gens pour faire des choix. Des études soulignent que les individus qui lisent les étiquettes nutritionnelles font de meilleurs choix alimentaires. Par contre, est-ce vraiment tout le monde qui lit les étiquettes alimentaires? C'est la deuxième question que je soulèverai.

Des études menées au Canada montrent que 57 p. 100 des gens rapportent consulter l'étiquette alimentaire sur une base régulière. Pourquoi ne consulte-t-on pas suffisamment les étiquettes? C'est probablement parce que beaucoup de nos achats sont faits de façon automatique. On a aussi peu de temps quand vient le temps d'acheter des aliments, et ce n'est pas toujours facile pour les gens de bien comprendre toutes les informations qui sont sur une étiquette. Comment les gens finissent-ils donc par faire leurs choix? Selon leurs perceptions, les connaissances qu'ils ont et l'apparence des aliments, ils en arrivent à évaluer et à catégoriser les aliments afin savoir s'ils sont bons ou mauvais. Souvent, on a tendance à catégoriser les aliments selon l'aspect santé et l'aspect moins santé.

Voici ce qu'on a vu dans les travaux de recherche de mon laboratoire et aussi dans les travaux d'autres équipes de recherche. Par exemple, en ce qui a trait à l'estimation du contenu en calories des aliments, quand un aliment est perçu comme étant bon pour la

santé, on va souvent sous-estimer le contenu en calories de cet aliment, alors que lorsqu'un aliment est perçu comme étant mauvais pour la santé, on va plutôt surestimer le contenu en calories de cet aliment. On fait souvent cela parce qu'on a tendance à associer la santé et la perte de poids. Cela revient à dire que lorsqu'un aliment est bon pour la santé, il favorise aussi la perte de poids.

Et comment cela peut-il se traduire dans l'assiette du consommateur? Selon une étude menée auprès des femmes, en vertu de laquelle on présentait à un groupe des biscuits à l'avoine et aux raisins comme étant une collation santé et, à un autre groupe, ces mêmes biscuits comme étant tout simplement une collation comportant du sucre et du beurre, quand on décrivait la collation comme étant plus santé, les femmes mangeaient 35 p. 100 plus que lorsqu'on la décrivait selon les caractéristiques habituelles des biscuits.

La seule façon de présenter les aliments, en donnant une impression plus santé, peut aussi influencer le comportement du consommateur. Pourquoi? Parce que cela peut créer un faux sentiment de sécurité et que cela peut aussi changer la norme. On peut se dire dès lors que c'est plus acceptable de manger davantage si c'est bon pour sa santé et qu'on a le droit d'en manger.

Tout cela pour dire qu'il faut réfléchir aux actions que nous menons auprès de la population et à la façon dont on intervient, mais il faut aussi se demander si on veut aller vers la complexité ou plutôt vers la simplicité. Je crois qu'on a aussi ces questions à se poser. Par exemple, en ce qui a trait aux recommandations, on peut tenir compte de la valeur globale d'un aliment avant d'apposer une allégation particulière. En outre, l'utilisation des logos pourrait être réglementée de façon à ce que ce soit normalisé. C'est clair. Enfin, il faudrait aussi favoriser l'éducation et l'intérêt des gens envers la nutrition.

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup. Nous allons maintenant entendre le représentant de Boissons rafraîchissantes Canada.

M. Justin Sherwood (président, Boissons rafraîchissantes): Bonjour, monsieur le président.

Merci beaucoup de me donner l'occasion de discuter avec vous aujourd'hui. Je m'appelle Justin Sherwood, et je suis le président de Boissons rafraîchissantes Canada.

Boissons rafraîchissantes Canada, qui deviendra bientôt l'Association canadienne des boissons, est l'association nationale qui représente les entreprises qui produisent et distribuent les boissons rafraîchissantes non alcoolisées consommées au Canada. Les produits des membres comprennent les boissons gazeuses, les boissons pour sportifs, les thés glacés, les boissons énergisantes et plusieurs marques d'eau embouteillée.

Depuis l'apparition des premières boissons sans calorie et hypocaloriques au début des années 1980, le secteur des boissons a adopté une position proactive pour ce qui est de fournir aux consommateurs un large éventail de produits afin de satisfaire aux divers goûts et préférences. En fait, aucune autre catégorie d'aliments n'a été aussi active que le secteur des boissons sur ce plan.

Je sais que diverses délégations ont à plusieurs reprises mentionné à ce comité le secteur des boissons et ses produits, et je souhaite saisir cette occasion pour fournir certains faits en réponse aux principales déclarations faites par ces groupes.

Premièrement, les boissons sucrées ne sont pas le seul facteur contribuant à l'obésité. Aucun aliment et aucune boisson n'ont été déterminés comme étant le seul facteur contribuant à l'obésité. L'obésité survient en cas de consommation excessive de calories par rapport aux besoins de l'organisme pendant une période donnée. Depuis 2006, 10 examens systématiques ont étudié le lien entre la consommation de boissons sucrées et l'obésité: six d'entre eux n'ont déterminé aucun lien, deux ont indiqué un lien probable et deux autres ont signalé l'existence d'un lien. Les résultats scientifiques sont par conséquent très incohérents et il est inadmissible de déclarer que les boissons sucrées sont associées à l'obésité étant donné qu'aucun lien n'a été établi.

Le lien entre les boissons gazeuses et l'IMC n'est pas simple et peut être décrit comme suit: certaines personnes qui ne consomment pas de boissons gazeuses ont un IMC très élevé, certaines personnes qui consomment une grande quantité de boissons gazeuses ont un IMC faible.

Les boissons gazeuses sont une source d'apport calorique faible ou à la baisse chez les Canadiens. Selon l'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes de 2004 entreprise par Statistique Canada, les boissons gazeuses et les autres boissons additionnées de sucre telles que les boissons de fruits représentent seulement 4 p. 100 de l'apport calorique du régime alimentaire des Canadiens, ce qui signifie que plus de 96 p. 100 de nos calories proviennent d'autres sources. De ces 4 p. 100, seuls 2,5 p. 100 proviennent de la consommation de boissons gazeuses et de nos jours, sept ans plus tard, en raison de la baisse généralisée de la consommation de boissons gazeuses et de la consommation accrue de boissons sans calorie et hypocaloriques, ce chiffre se situe bien en deçà des 2 p. 100.

Statistiques sur les aliments, un rapport publié par Statistique Canada en 2009, a établi que la consommation de boissons gazeuses au Canada a diminué de 28 p. 100 de 1999 à 2009. Pourtant, selon l'étude, le pourcentage de Canadiens atteints d'obésité a continué d'augmenter pendant cette période.

En offrant de nouvelles boissons sans calorie et hypocaloriques, les producteurs canadiens de boissons ont diminué la teneur en calories de l'ensemble de leurs boissons de 20 à 25 p. 100. De plus, selon l'industrie, 33 p. 100 des choix de boissons se portent sur les produits sans calorie et hypocaloriques. Cette initiative a donc permis d'éliminer des milliards de calories de la consommation annuelle des Canadiens.

J'aimerais profiter de cette occasion pour vous décrire certaines solutions proactives mises en place par l'industrie. Tout d'abord, notre secteur ne fait pas de publicité destinée aux enfants. En 2008, les producteurs d'aliments et de boissons se sont engagés à participer à l'initiative pour la publicité destinée aux enfants, parrainée par les normes canadiennes de la publicité, ce qui a permis de renforcer davantage les méthodes de commercialisation responsable. Dans le

cadre de ce programme, les membres de Boissons rafraîchissantes ne font pas de publicité destinée aux enfants âgés de moins de 12 ans.

En 2006, nous avons lancé les lignes directrices relatives à la vente de boissons dans les écoles. À la fin de l'année scolaire 2009-2010, nous avons tenu notre promesse faite aux Canadiens. Nous avons de façon bénévole éliminé les boissons gazeuses ayant la teneur normale en calories et nous les avons remplacées par des boissons moins caloriques ou par de plus petites portions dans les écoles élémentaires, intermédiaires et secondaires du pays. Cette initiative bénévole a diminué de façon considérable les calories attribuables aux boissons vendues dans les écoles ravitaillées par les membres de Boissons rafraîchissantes Canada.

En février 2011, l'industrie a annoncé l'initiative nationale bénévole *Les calories, nous en faisons une chose claire!* visant à fournir aux consommateurs des renseignements sur les calories à chaque point de vente: sur les emballages, sur les distributrices et sur les fontaines à boissons de l'entreprise. L'industrie placera l'étiquette *Les calories, nous en faisons une chose claire!* à l'avant des contenants afin que les consommateurs sachent rapidement et facilement combien de calories le produit de leur choix contient.

Voici comment nous allons procéder en fonction de la taille de l'emballage et du type de boisson. Pour les contenants renfermant une portion, notamment les boissons gazeuses, les thés glacés, les jus à 100 p. 100, les boissons de jus et les autres boissons vendues en contenant de 591 millilitres ou moins, nous afficherons le nombre total de calories à l'avant du contenant pour l'ensemble du contenant.

Pour les boissons pour sportifs et les eaux aromatisées jusqu'à 750 millilitres, également perçues comme des portions uniques, nous afficherons le nombre total de calories pour l'ensemble du contenant.

● (1535)

Pour les contenants supérieurs à 591 millilitres renfermant plusieurs portions, pour les boissons gazeuses, les thés glacés et les autres boissons, nous indiquerons le nombre de calories pour 355 millilitres, ce qui constitue un changement par rapport à la pratique actuelle d'étiquetage par 250 millilitres. Tous les jus à 100 p. 100, les boissons de jus, les boissons pour sportifs et les eaux embouteillées, nous respecterons les exigences de Santé Canada par portion de 250 millilitres pour les contenants renfermant plusieurs portions.

En résumé, le secteur des boissons est heureux de prendre des mesures utiles pour aider les familles canadiennes à atteindre un équilibre et à faire des choix éclairés. Depuis longtemps, nous créons des produits et mettons en oeuvre des programmes destinés à résoudre des problèmes liés à l'environnement ou à la santé. Nous pensons que les familles canadiennes ont droit à des renseignements exacts et fondés sur la science qui les aideront à prendre des décisions éclairées.

Merci beaucoup.

● (1540)

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup.

Nous allons maintenant entendre le Conseil canadien du canola.

M. Robert Hunter (vice-président, communications, Conseil canadien du canola): Merci, et merci au comité de cette invitation lancée au Conseil canadien du canola pour que nous comparaissons devant vous aujourd'hui. J'aimerais également présenter ma collègue, Shaunda Durance-Tod. Elle est gestionnaire de programme au Conseil canadien du canola et diététiste.

Le Conseil canadien du canola est une association intégrée verticalement qui représente tous les secteurs de l'industrie du canola au Canada, des producteurs de semences et des agriculteurs en passant par les transformateurs d'oléagineux et les exportateurs. Nous sommes très heureux d'avoir l'occasion de vous parler de l'avenir d'un mode de vie sain au Canada. Notre industrie est fermement résolue à favoriser la santé et a un attachement profond envers le Canada. Le canola est la seule culture née au Canada et a été mise au point par des phytogénéticiens à l'Université du Manitoba et à Agriculture Canada à Saskatoon. Il s'agit maintenant d'un des plus importants produits agricoles au Canada et il s'agit de la récolte la plus rentable des agriculteurs.

L'industrie du canola occupe une large part de l'économie canadienne, générant environ 14 milliards de dollars en activités économiques. L'huile de canola est l'huile végétale la plus consommée au Canada, occupant environ 52 p. 100 du marché. Malgré la forte demande intérieure de canola au Canada, les exportations à partir du Canada représentent environ 85 p. 100 des récoltes de canola. Ces exportations s'expliquent par le fait que le canola est devenu une huile de choix dans le monde entier en raison de ses bienfaits considérables pour la santé. L'huile de canola a la plus faible teneur en gras saturés de toutes les huiles de cuisine et a une forte teneur en gras oméga-3 et en gras monoinsaturés. Ce profil bien équilibré fait de l'huile de canola l'une des huiles les plus saines pour le cœur.

Puisque notre industrie tient la santé à cœur, nous prenons la question de vivre en santé très sérieusement et pensons qu'il n'y a pas vraiment de solution unique. Pour vivre en santé, il faut adopter un ensemble d'habitudes, soit bien s'alimenter, être actif physiquement et avoir accès à des renseignements qui permettent de faire des choix éclairés à propos de la santé et de la nutrition.

L'industrie du canola connaît bien les problèmes liés à l'alimentation. Le débat sur les gras trans, qui a fait couler beaucoup d'encre au cours des 10 dernières années, a été notre pain quotidien durant cette période. Nous pensons que le problème des gras trans est une étude de cas utile lorsque l'on tente de résoudre d'autres problèmes liés à la nécessité de vivre en santé. Pourquoi? Parce qu'il s'agit d'un bon exemple de collaboration entre l'industrie et le gouvernement, d'innovation dans l'approvisionnement alimentaire et de sensibilisation efficace des consommateurs.

Au début des années 2000, dans l'industrie des gras et des huiles, on discutait beaucoup des gras trans et de la nécessité de les éradiquer du régime alimentaire. Grâce à la mise sur pied du Groupe de travail sur les gras trans de Santé Canada et à la surveillance subséquente de l'approvisionnement alimentaire canadien, une collaboration a vu le jour entre le gouvernement et l'industrie alimentaire afin d'atteindre un objectif commun: éliminer les gras trans du régime alimentaire, accroître les connaissances des consommateurs en matière de bons et de mauvais gras, et encourager l'industrie alimentaire à apporter des changements. Bien que l'enjeu ait donné lieu à bon nombre de discussions houleuses à propos de la capacité d'apporter ces changements, en bout de ligne, une réduction des gras trans dans l'approvisionnement alimentaire a été possible. On y est parvenu sans réglementation. Il s'agissait d'une collaboration entre le gouvernement et l'industrie alimentaire pour apporter ce changement. C'était très clair.

Nous sommes d'accord pour dire que le processus ne s'est pas fait sans anicroche, mais il a donné lieu à des résultats concluants. Parallèlement au débat sur les gras trans, les consommateurs ont également été sensibilisés aux répercussions néfastes de la consommation des gras trans. Lors d'une étude menée auprès des

consommateurs en 2010 par Nielsen, la majorité des répondants ont dit qu'ils essayaient d'éviter ou de réduire leur consommation de gras trans. Ce genre de sensibilisation de masse des consommateurs à propos d'un ingrédient représente un exemple positif du comportement du consommateur lorsqu'il est bien informé.

L'autre aspect du problème des gras trans que j'aimerais souligner est celui de l'innovation — pas seulement l'innovation typique en science alimentaire, mais l'innovation en agriculture. Lorsqu'il a fallu retirer les huiles hydrogénées de l'approvisionnement alimentaire, c'est grâce à la mise au point de nouvelles variétés de graines de canola et à l'intérêt des agriculteurs à semer ces variétés que nous avons trouvé une solution. L'une des plus grandes occasions d'éliminer les gras trans de l'approvisionnement alimentaire était la capacité de l'industrie d'établir des profils plus sains pour des huiles dont le rendement était aussi bon lors de la transformation, dont l'huile de canola à forte teneur en acide oléique. L'huile de canola à forte teneur en acide oléique est plus stable que l'huile de canola classique, ce qui se traduit par une plus grande tolérance à la chaleur et à une plus grande durée de vie pour les produits transformés. Aujourd'hui, des grandes compagnies alimentaires telles que Frito-Lay, McDonald's et Boston Pizza peuvent offrir des produits plus sains à leurs consommateurs car ils utilisent des produits innovateurs tels que l'huile de canola à forte teneur en acide oléique, et c'est seulement grâce à un engagement des agriculteurs canadiens que les entreprises alimentaires ont un approvisionnement généreux.

• (1545)

Cet exemple montre que l'industrie agricole a un rôle vital à jouer pour ce qui est d'améliorer la santé au Canada et d'offrir des choix plus sains aux consommateurs. La ferme canadienne occidentale moyenne présente une grande variété de récoltes saines et un seul agriculteur peut produire les cultures suivantes: blé, avoine, canola, lin, légumineuses. Il s'agit là d'une barre granola très saine cultivée par une seule ferme agricole familiale.

Nous oublions souvent le rôle que joue l'agriculture pour nous approvisionner en aliments de base sains. L'exemple de l'huile de canola à forte teneur en acide oléique montre que lorsqu'on leur présente un défi, les agriculteurs répondent aux besoins en santé du consommateur et aux besoins fonctionnels de l'industrie alimentaire. C'est pour cette raison qu'il est crucial que l'industrie agricole continue de jouer un rôle actif dans les discussions sur l'avenir de vivre en santé au Canada. Cet engagement envers un monde plus sain se manifeste clairement dans l'industrie du canola. Chaque agriculteur sait que ses produits de canola offrent des bienfaits pour les consommateurs, une cuillerée à table à la fois. En fait, un cultivateur de canola albertain a déjà dit que le degré de succès de l'industrie du canola pouvait être mesuré par le nombre de crises cardiaques évitées par acre, une déclaration très puissante qui fait un lien direct entre l'engagement de notre industrie et la santé des Canadiens.

En résumé, je voudrais souligner les points clés dont j'aimerais que le comité se souvienne. Premièrement, nous pensons qu'une vie saine passe à la fois par la consommation d'aliments sains, une vie active et l'accès à des renseignements pertinents sur la santé et la nutrition. Deuxièmement, le problème des gras trans est une bonne étude de cas canadienne sur la collaboration entre des intervenants clés tels que le gouvernement, l'industrie alimentaire et les professionnels de la santé et comment cette collaboration peut apporter un grand changement. Enfin, l'innovation en vue de trouver des solutions pour vivre de façon plus saine peut se faire directement chez l'agriculteur. Des grands ciels bleus et des champs de canola doré peuvent faire germer de grandes idées pour un avenir plus sain.

Je vous remercie de votre temps et de votre attention.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Maintenant, nous entendrons les Diététistes du Canada.

[Français]

M. Paul-Guy Duhamel (gestionnaire des affaires publiques, Diététistes du Canada): Bonjour à tous. Je m'appelle Paul-Guy Duhamel, je suis responsable des affaires publiques à Diététistes du Canada. Je tiens à remercier les membres du comité de nous avoir invités afin de partager avec eux notre vision de l'étiquetage nutritionnel.

[Traduction]

Diététistes du Canada est une association professionnelle nationale qui représente plus de 6 000 diététistes au pays. Les diététistes représentent une profession réglementée dans le domaine de la santé dans toutes les provinces canadiennes. Nous avons une formation universitaire et nous sommes reconnus comme source crédible et fiable en matière d'alimentation et de nutrition. L'enquête du Conseil canadien des aliments et de la nutrition, « Tracking Nutrition Trends », le confirme. Nous servons le public en tant qu'éducateurs, décideurs de politique publique, chercheurs et gestionnaires. Nous travaillons dans une variété de secteurs, y compris en soins de santé, dans l'industrie, dans le milieu universitaire, au gouvernement et dans les organisations non gouvernementales. Nous appuyons et faisons la promotion de pratiques exemplaires qui sont fondées sur des preuves en diététique et l'organisme unique de connaissances en alimentation et en nutrition de la profession. La promotion et l'appui visant une vie saine pour tous les Canadiens grâce à de bonnes habitudes alimentaires constitue l'une des priorités des Diététistes du Canada.

L'étiquette nutritionnelle est un des outils clés dont se servent les consommateurs pour faire des choix alimentaires éclairés, y compris les tableaux des valeurs nutritionnelles, la liste des ingrédients, les données sur la santé et les mises en garde pour les allergies. En fait, plus des deux tiers des Canadiens lisent les étiquettes nutritionnelles afin de décider quel aliment acheter et consommé. Les diététistes tiennent à aider les consommateurs à choisir des aliments plus sains en se servant de l'étiquette nutritionnelle. L'information nutritionnelle doit être très visible, claire, cohérente et facile à trouver par les consommateurs. Nos préoccupations clés aujourd'hui portent sur la cohérence: la constance lors de l'utilisation de critères pour les programmes de nutrition au point de vente, la constance dans la taille de la portion utilisée dans les tableaux des valeurs nutritionnelles et la constance dans la façon dont sont réglementés les aliments au Canada.

Les programmes de nutrition au point de vente ont proliféré, y compris les programmes d'étiquetage de face et ceux dans les supermarchés, les restaurants et les cafétérias des écoles. Bien que l'intention de nombreux programmes soit de faciliter la tâche des consommateurs pour qu'ils puissent choisir des aliments plus sains, dans de nombreux cas, ces pratiques ont semé davantage de confusion et pourraient mener à un manque de confiance au sein des consommateurs. Contrairement aux tableaux des valeurs nutritionnelles, aux listes des ingrédients et aux données nutritionnelles sur les produits alimentaires, ces programmes ne sont pas réglementés; de surcroît, les produits alimentaires non emballés tels que les fruits frais et les légumes, dont nous encourageons les Canadiens à consommer davantage, ne sont généralement pas inclus.

● (1550)

[Français]

Si on regarde de plus près ces programmes, nous constatons un certain manque de rigueur. Certains critères mettent l'accent sur des nutriments tels les vitamines et les minéraux alors que d'autres se concentrent sur l'absence de nutriments comme le gras, le sucre ou encore le sel. Les symboles et les logos utilisés par les entreprises agroalimentaires varient grandement, passant de crochets à une multitude de couleurs.

[Traduction]

L'avis donné par les Diététistes du Canada au sujet des programmes de nutrition disponibles aux points de vente ressemble à la recommandation faite par votre comité en 2007. Tous les programmes privés de nutrition disponibles aux points de vente seraient encore plus avantageux pour les consommateurs canadiens s'ils utilisaient tous les mêmes critères et les mêmes affirmations. Les diététistes ont justement des compétences uniques pour guider le processus, et d'ailleurs, ils souhaitent travailler avec les autres principaux intervenants afin d'élaborer les critères en question, tout cela sous la houlette du gouvernement fédéral.

Les tableaux indiquant la valeur nutritive des aliments préemballés sont réglementés et sont jugés fort utiles par bon nombre de Canadiens. Toutefois, il est difficile de se servir de ces renseignements de manière efficace, surtout lorsqu'on a de la difficulté à lire ou qu'on a une instruction limitée. La récente initiative conjointe lancée par Santé Canada et Produits alimentaires et de consommation du Canada pour aider les Canadiens à comprendre les renseignements relatifs à la valeur quotidienne imprimée sur l'étiquette sera peut-être utile, et nous appuyons d'ailleurs cet effort. Cela dit, il demeure difficile pour les consommateurs de comparer le pourcentage de la valeur quotidienne des produits lorsque la taille d'une portion varie, même lorsqu'on compare des aliments semblables.

[Français]

J'ai préparé pour vous trois exemples. Voici trois céréales que mes enfants mangent. La portion de la première céréale est d'une tasse ou 58 g, la seconde est de trois quarts de tasse ou 29 g, et la troisième est de 20 biscuits ou 54 g. Cette situation est pour le moins hétérogène et rend la vie des Canadiens pour le moins difficile.

Pour comparer les produits entre eux, il faut se munir d'une calculatrice, maîtriser la célèbre règle de trois et répéter cette opération pour chacun des 13 éléments nutritifs qui figurent au tableau des valeurs nutritionnelles. Vous aurez compris que tant pour les professionnels qui ont la tâche d'enseigner l'utilisation de l'étiquette nutritionnelle que pour les Canadiens qui s'y réfèrent quotidiennement pour faire des choix éclairés, il serait avantageux d'avoir des portions standard. Il serait alors possible de faire des comparaisons entre les produits.

[Traduction]

On calcule le pourcentage de la valeur quotidienne en utilisant des recommandations relatives à l'apport quotidien en nutriments vieilles de 20 ans. Or, depuis cette époque, nos connaissances en alimentation ont progressé et les recommandations relatives à l'apport quotidien ont donc évolué. Il faudrait que le pourcentage de la valeur quotidienne reflète cette évolution.

Passons maintenant à une autre catégorie d'aliments: les produits de santé naturels présentés sous forme comestible. Je peux vous en donner quelques exemples ici.

Ces produits ressemblent à d'autres aliments et boissons disponibles sur le marché et réglementés en tant qu'aliments. Ils ressemblent donc aux aliments et boissons réglementés en vertu de la loi actuelle, mais n'en font pas partie. Ils sont en effet réglementés en tant que produits de santé naturels, et dans cette catégorie, les normes portant sur la formulation du produit et son étiquetage sont très différentes. On reconnaît ces aliments sur les étagères ou dans les distributrices au fait qu'ils ne comportent pas d'étiquette avec un tableau des nutriments et parfois parce qu'ils portent un numéro de produit de santé naturel, le PSN. Des centaines de ces produits sont en vente à côté d'aliments et de boissons qui leur ressemblent, mais qui sont réglementés en tant qu'aliments en vertu de la Loi sur les aliments et drogues. Le consommateur n'est pas en mesure de comparer la teneur en calories, en gras saturés, en gras trans ou en sodium de ces aliments. Cette incohérence de l'étiquetage ne représente toutefois qu'une de nos préoccupations par rapport aux produits de santé naturels. Nous avons d'ailleurs fait part de nos idées sur la question dans notre document intitulé *Position on Discretionary Fortification of Foods with Vitamins and Minerals and the Natural Health Products/Food Interface*, disponible sur notre site Internet. Il a recueilli l'appui de la Fondation des maladies du cœur du Canada et de l'Association canadienne de santé publique.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Je vous remercie, monsieur Duhamel. Je dois vous demander de vous arrêter ici.

Nous allons maintenant laisser les membres de notre comité vous poser des questions. Au cours de ce premier tour, chaque intervenant aura sept minutes, à commencer par M. Dosanjh.

L'hon. Ujjal Dosanjh (Vancouver-Sud, Lib.): Je vous remercie tous de votre présence parmi nous et de vos exposés.

J'ai quelques questions à vous poser. Mon collègue pourra ensuite prendre le reste de mon temps de parole, le cas échéant.

Ma question s'adresse surtout à M. Sherwood, mais vous pouvez tous y répondre si vous le souhaitez.

Au cours de ma vie politique, qui est maintenant assez longue, j'ai fini par comprendre que lorsque des gens font des exposés, ils font de leur mieux pour expliquer leurs sujets. Cependant, ce n'est pas toujours ce qui se produit. Je ne vous accuse de rien, monsieur Sherwood, de rien du tout; j'essaie simplement de vous expliquer le contexte de ma question.

Dans le paragraphe de votre communication qui commence par « Les boissons sucrées ne sont pas le seul facteur contribuant à l'obésité », j'ai un peu cette impression, car selon les témoignages que nous avons entendus ici, le sucre est effectivement l'un des importants facteurs liés à l'obésité. Il ne fait aucun doute qu'il y en a d'autres, mais ce paragraphe me laisse perplexe. J'aimerais bien que vous me disiez comment vous pouvez affirmer qu'aucun aliment ou aucune boisson n'a de lien de causalité à l'obésité. Comment pouvez-vous affirmer que le sucre en soi — des quantités excessives de sucre ou une consommation continue de quantités excessives de sucre — n'est pas lié à l'obésité? Il me semble assez difficile de prouver qu'il ne l'est pas.

• (1555)

M. Justin Sherwood: Permettez-moi de jeter de la lumière sur cette remarque et, je l'espère, de répondre à votre question.

L'obésité est une question de calories. Or, les calories proviennent de nombreuses sources — le gras, le sucre et les produits ou ingrédients à forte concentration énergétique. L'obésité est liée à la surconsommation de calories au fil du temps. Certains obèses ne

consomment aucune boisson gazeuse. D'autres en consomment quelques-unes. Aussi, certaines personnes très minces — par rapport à leur IMC — consomment pour leur part beaucoup de boissons gazeuses.

Lorsqu'on étudie l'obésité, la difficulté tient à sa complexité. Elle comporte de multiples aspects. On peut affirmer que la surconsommation de calories pendant une certaine période mène à l'obésité, mais il est impossible de cerner un seul aliment ou une seule boisson. Les régimes varient, tout comme les activités physiques et les sources de calorie. On peut devenir obèse en ne buvant rien d'autre que du lait, boisson parmi les plus saines aux yeux de la plupart des gens.

J'espère avoir répondu à votre question. Pour ce qui est des preuves scientifiques établissant un lien de causalité entre un aliment ou une boisson et l'obésité, j'estime avoir été assez transparent. J'ai dit que vous trouverez certaines études pour affirmer qu'il existe un tel lien. Vous en trouverez aussi une vaste gamme concluant qu'il n'y en a pas. Ce que j'affirme, c'est qu'à ce jour, aucun lien de causalité n'a été établi. Pour ce faire, on doit effectuer davantage de recherches scientifiques afin d'établir un lien clair fondé sur la prépondérance de la preuve.

L'hon. Ujjal Dosanjh: Pour ce qui est des boissons énergisantes, je me reporte ici aux propos du sénateur Charles Schumer, prononcés à Washington le 17 novembre 2010, où il affirme que la Food and Drug Administration s'apprête à statuer que la caféine « est un additif alimentaire dangereux lorsque mêlé à des boissons alcoolisées ». Je parle ici de boissons énergisantes. Le sénateur estime que cela revient à interdire les boissons réunissant les deux. Or, vous représentez précisément ce genre de boisson.

M. Justin Sherwood: Non, je ne les représente pas. Je représente les boissons non alcoolisées. Notre secteur s'est prononcé catégoriquement sur le fait que les boissons énergisantes ne doivent pas être combinées à de l'alcool.

L'hon. Ujjal Dosanjh: Mais elles peuvent comporter une forte concentration de caféine.

M. Justin Sherwood: Il s'agit de concentrations autorisées en vertu des règlements régissant les produits de santé naturels. Si vous tenez à savoir à quelle quantité de caféine cela correspond, en règle générale, c'est à peu près une demi-tasse de café. C'est ce que vous trouverez dans une boisson énergisante.

L'hon. Ujjal Dosanjh: Ces boissons sont vendues à des enfants.

M. Justin Sherwood: Le marché cible des boissons énergisantes est la tranche des jeunes adultes. Il ne s'agit pas des enfants. On ne commercialise pas ce produit auprès des enfants et on n'en fait pas non plus la publicité auprès d'eux.

• (1600)

L'hon. Ujjal Dosanjh: Si un enfant de 11 ans va au dépanneur, où l'on vend des boissons énergisantes, qu'est-ce qui peut...

M. Justin Sherwood: Aucun mécanisme ne peut empêcher qu'il en achète, à part l'intervention des parents, ni qu'il se rende à quelque part pour acheter du café, qui contient le double de caféine, ou un frappuccino moka, qui contient aussi le double de caféine, ou encore une autre boisson caféinée largement disponible.

L'hon. Ujjal Dosanjh: Je ne connais pas beaucoup d'enfants de 9 ou 10 ans qui achètent du café, mais j'en connais qui achètent des boissons gazeuses ou des boissons énergisantes.

M. Justin Sherwood: Ils peuvent aussi acheter des frappuccinos mokas de votre vendeur de café local.

L'hon. Ujjal Dosanjh: Ils le peuvent, mais je ne connais pas beaucoup d'enfants de 10 ou 11 ans qui le feraient. Et vous?

J'ai une petite-fille de quatre ans, eh bien, dès qu'elle entre dans un dépanneur, elle court vers les boissons gazeuses.

M. Justin Sherwood: Des cappuccinos glacés...

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Je vous remercie, monsieur Dosanjh.

Nous allons maintenant donner la parole à M. Malo.

[Français]

M. Luc Malo (Verchères—Les Patriotes, BQ): Merci beaucoup, monsieur le président.

Bonjour à l'ensemble des invités d'aujourd'hui, en cette autre séance du comité dont le sujet à l'étude est de vivre en santé.

Madame Provencher, dans votre présentation, vous avez dit qu'il était important d'évaluer l'aliment dans sa globalité avant d'apposer un logo. En Grande-Bretagne, c'est un peu de cette façon qu'on évalue les aliments. On utilise ce qu'on appelle un feu de circulation: on appose la couleur verte, jaune ou rouge. Cependant, des témoins qui ont comparu devant ce comité nous ont dit qu'il pouvait être hasardeux d'utiliser cette technique, puisqu'elle rendait difficile l'évaluation d'un aliment dans sa globalité.

Pouvez-vous me dire de quelle façon on peut y arriver sans trop de biais ou sans trop déformer la réalité?

Mme Véronique Provencher: C'est une bonne question. En fait, c'est vrai que c'est difficile, parce qu'on tombe encore une fois dans la catégorisation des aliments, en départageant ce qui est bon pour la santé de ce qui ne l'est pas. En fait, c'est un peu là le danger de trop vouloir étiqueter les choses et de mettre sur un piédestal des aliments qui semblent être sains et de mettre complètement à l'écart et de bannir d'autres aliments. On doit donc porter une attention particulière à cet aspect.

Jusqu'à maintenant, les études qu'on commence à mener au sujet de la méthode du feu de circulation démontrent tranquillement que cette pratique permet d'informer les gens sur les bienfaits d'un aliment sur leur santé et de déterminer si un aliment est meilleur qu'un autre sur le plan de ses qualités nutritionnelles, mais que cette pratique ne semble pas, par contre, influencer le choix final des individus ou avoir un effet direct sur le comportement d'achat et de consommation.

Ce n'est pas parce que les gens vont percevoir un aliment comme étant meilleur pour leur santé qu'ils vont automatiquement le choisir. On doit aussi tenir compte des questions de prix, de goûts et d'habitudes d'achat. La décision d'achat est complexe, et c'est la même chose du point de vue de la consommation, car plusieurs autres facteurs entrent aussi en ligne de compte.

M. Luc Malo: Selon vous, observe-t-on la même chose ici, avec les différents logos et les différentes allégations santé qu'on retrouve sur les produits? Est-ce que cela influence véritablement le consommateur, au bout du compte?

Mme Véronique Provencher: En fait, je crois que cela peut créer de la confusion, d'une certaine façon. Par exemple, lorsqu'on mentionne « faible en gras » ou « sans gras trans », cela dénote effectivement une qualité positive de cet aliment. Cependant, si on appose la même étiquette sur un aliment plus dense en calories, comme des biscuits ou d'autres sortes de collation, cela peut donner l'impression que puisqu'il n'y a pas de gras trans ou de gras saturés, on peut en manger autant qu'on veut parce que c'est bon pour la santé. Cela crée finalement un biais dans la norme acceptable, et on

se dit que puisque c'est meilleur pour la santé, on peut se permettre d'en manger un peu plus.

C'est un peu l'idée qui ressort de nos travaux. On peut, de façon objective, dénoter la qualité nutritionnelle d'un aliment comparativement à un autre, mais il faut faire attention aux inférences qui peuvent être faites quant aux allégations qu'on lit. Ce n'est pas de la mauvaise volonté de la part des gens et ce n'est pas qu'ils ne soient pas intelligents, c'est seulement parce qu'on a 50 000 décisions à prendre par jour et qu'il faut parfois faire des choix très rapidement. Cela peut donc être un facteur d'influence.

• (1605)

M. Luc Malo: Monsieur Duhamel, pour votre part, vous parliez de critères comparables, de critères systématisés, si on veut. De quelle façon peut-on établir ces critères? Est-ce que ce serait facile? Combien de temps faudrait-il pour réunir des gens autour d'une table pour s'entendre sur des critères?

On a vu des groupes de réflexion sur les gras trans — M. Hunter y faisait référence — et des groupes sur le sel. Or, cela prend du temps, parce qu'il y a l'industrie, il y a les consommateurs, il y a les spécialistes. Différents biais entrent en ligne de compte quand vient le temps d'établir des critères comparables.

Est-ce que c'est possible de le faire? Si oui, comment pensez-vous qu'on peut y arriver?

M. Paul-Guy Duhamel: Sur le comment, je laisserais plutôt les responsables de Santé Canada vous donner la réponse adéquate, car ce sont généralement eux qui sont pris avec le problème.

M. Luc Malo: Donnez-nous quelques indices.

M. Paul-Guy Duhamel: La beauté de ce problème est qu'il est relativement simple. On s'entend dans une certaine mesure sur des portions standard pour certains types de produits comparables. Dans le cas des gens qui sont atteints de diabète, il y a des portions standard par type d'aliments. Il existe donc déjà des précédents sur lesquels on pourrait se baser pour trouver et identifier des portions standard. Faire en sorte que tout le monde s'entende là-dessus, c'est déjà une étape supplémentaire, mais comme je vous le disais, le précédent existe déjà. Ce qui suffirait par la suite, c'est qu'on s'entende sur la mise en oeuvre de ces portions standard. On est loin du problème des gras trans où il fallait trouver des produits de substitution ou avec d'autres types de produits où il faudrait absolument trouver une alternative. On n'est pas dans une situation où on doit trouver une alternative. Il y a un précédent. Il suffit qu'on s'entende sur la nature de la mise en oeuvre du précédent.

M. Luc Malo: Par exemple, cela pourrait prendre une semaine pour modifier les portions indiquées sur les contenants de céréales que vous avez?

M. Paul-Guy Duhamel: Je ne voudrais pas m'avancer pour l'industrie agroalimentaire ou sur des impératifs de cette nature.

M. Luc Malo: Non, mais si tout le monde s'entend pour mettre une tasse, on y va avec la tasse.

M. Paul-Guy Duhamel: Il serait intéressant de se fier à ce qui se fait déjà actuellement auprès d'autres groupes. Je prends toujours l'exemple des diabétiques parce que pour eux, c'est un impératif important de pouvoir avoir un comparable. Ils ont déjà cette notion de portion standard. Le Guide alimentaire canadien fournit déjà la dimension d'une portion standard, à savoir ce qu'est une portion standard de céréales. Ce qu'il suffirait de faire serait de rassembler tout le monde autour de la table pour s'entendre en vue d'utiliser ces mêmes portions standard. On est très loin d'une problématique scientifique. Il suffit d'avoir la volonté pour que tout le monde s'entende.

M. Luc Malo: Par exemple, monsieur Sherwood, est-ce que ce serait...

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Je vous remercie, monsieur Malo.

[Français]

M. Luc Malo: Est-ce que ce serait facile d'établir une portion standard pour...

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): C'est tout. Je vous remercie.

Madame Leslie, vous avez sept minutes.

Mme Megan Leslie (Halifax, NPD): Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup à tous les témoins d'être ici.

[Français]

Mes questions s'adressent à M. Duhamel et à Mme Provencher.

[Traduction]

Tout d'abord, monsieur Duhamel, je vous ai entendu dire à la fin de votre exposé que votre position en ce qui a trait aux boissons et aux produits de santé naturels est... En fait, c'est ce que j'ai écrit ici: « être... ».

Des voix: Oh, oh!

Mme Megan Leslie: Pouvez-vous me dire quelle est votre position? Vous pourriez peut-être profiter de cette occasion pour nous l'expliquer un peu plus en détail.

M. Paul-Guy Duhamel: Notre position est assez claire à cet égard, alors je vous remercie de me donner l'occasion de répondre à la question et de faire part au comité de notre énoncé à ce sujet. Nous aimerions que les produits de santé naturels qui sont vendus en tant qu'aliments soient étiquetés et évalués en tant qu'aliments. Ce sont des produits alimentaires et ils sont vendus comme tels, et il est très difficile pour le consommateur de voir la différence entre une bouteille comme celle-ci...

Mme Megan Leslie: C'est un produit de santé naturel.

M. Paul-Guy Duhamel: Non, c'est considéré comme un produit alimentaire et une boisson; on y a apposé une étiquette nutritionnelle.

Il n'y en a pas sur celle-ci.

Mme Megan Leslie: Donc, il s'agit d'un produit de santé naturel. Très bien.

M. Paul-Guy Duhamel: Prenons maintenant celle-ci, pour avoir ainsi deux produits comparables. Ils sont vendus dans le même distributeur automatique. Il est très difficile de déterminer la différence et de faire une comparaison. Si l'on veut savoir ce que l'on boit, il est très difficile de faire la comparaison; c'est même

difficile pour un professionnel de la santé de le faire, alors nous demandons que tout ce qui est vendu comme aliment et qui est censé être consommé comme un aliment soit étiqueté en vertu de la même loi, et y soit assujéti, c'est-à-dire en vertu de la Loi sur les aliments et drogues au Canada.

Mme Megan Leslie: Afin de m'assurer d'avoir bien compris, vous dites que cela concerne les produits qui sont vendus en tant qu'aliments. Les boissons, par exemple, sont clairement vendues comme aliments...

M. Paul-Guy Duhamel: Eh bien, ce sont des exemples que j'ai ici.

Mme Megan Leslie: Exact, mais vous ne voulez pas parler, disons, des pilules. Lorsque je prends mes pilules pour mes allergies...

M. Paul-Guy Duhamel: Non, non, pas les pilules; les pilules ne sont évidemment pas consommées comme si elles étaient des aliments, ou du moins je l'espère.

Mme Megan Leslie: Non.

M. Paul-Guy Duhamel: Tout type de produit alimentaire qui est vendu, tout produit de santé naturel qui est vendu en tant qu'aliment et qui est consommé comme tel devrait être réglementé en vertu de la même loi.

• (1610)

Mme Megan Leslie: Évidemment.

Merci.

M. Paul-Guy Duhamel: Il n'y a pas de quoi.

Mme Megan Leslie: Mes questions suivantes reprennent en fait celles qui ont été posées par M. Malo. Elles portent sur l'étiquetage et la façon de changer l'étiquetage.

Je pense aux choses qui devraient être minimisées — le sucre, le gras, le sel. Je lis les étiquettes. Je suis une fanatique de la nutrition. Je fais très attention au gras. Je veux m'assurer de consommer suffisamment de vitamine C. J'étais loin de penser que j'étais en train de m'empoisonner avec le sel juste en mangeant mes céréales au petit déjeuner. C'est fou.

Pour les choses qu'il faut minimiser, notamment le sucre, le gras ou le sel, comment pouvons-nous changer les étiquettes afin qu'elles puissent être plus conviviales pour les consommateurs?

[Français]

Mme Véronique Provencher: J'ai l'impression que c'est un changement qui va au-delà des étiquettes. Il s'agit davantage de changer le produit lui-même. De nouvelles actions sont nécessaires de la part de l'industrie au chapitre de la reformulation des aliments. On peut aussi travailler sur la quantité de sel qui est déjà contenue dans les aliments. Si c'est indiqué que la quantité de sel est extrêmement élevée, quel est l'autre choix par la suite? On peut voir que c'est élevé, mais il faut quand même manger. Je crois qu'il faut agir sur le plan de la reformulation des aliments. C'est un travail qui est difficile parce que, par exemple, le sel a un impact sur le goût. Il change le goût des aliments. En effet, c'est un travail qui est difficile, mais quand vous parliez d'innovation, ce sont là des exemples d'innovation qui peuvent aussi être mis en oeuvre.

[Traduction]

Mme Megan Leslie: Lorsque nous avons fait notre étude sur le sodium, une diététiste nous a dit que le palais avait besoin d'environ trois semaines pour s'adapter à un changement au niveau du sel. On ne parle pas ici de décennies. Ce n'est pas si long que cela.

[Français]

Mme Véronique Provencher: L'étiquette alimentaire sert à informer le consommateur, mais quand on parle de diminuer ou d'augmenter la consommation de certains nutriments, par exemple les fibres alimentaires, je crois qu'il y a un travail à faire concernant la formulation des produits. Je suis d'accord pour dire qu'il faudrait mettre cela en valeur sur l'étiquette, mais à mon avis, il faut que ce soit fait d'une façon standardisée, en évitant de mettre à l'avant-plan uniquement une certaine catégorie de produits.

Vous disiez, par exemple, qu'on essayait d'augmenter la consommation quotidienne de fruits et de légumes, mais je vous ferai remarquer qu'il n'y a pas d'étiquettes sur les fruits et les légumes. Les étiquettes sont généralement apposées sur les produits transformés. On donne beaucoup d'information aux gens sur les produits transformés, mais on en donne peu sur les produits de base. On doit donc essayer de remettre en quelque sorte les aliments sur un pied d'égalité et de diminuer les écarts sur ce qui est bon et ce qui est mauvais.

[Traduction]

Mme Megan Leslie: Merci.

Monsieur Duhamel, aimeriez-vous ajouter quelque chose?

M. Paul-Guy Duhamel: Véronique vient de nous expliquer gentiment que nous pourrions certainement reformuler les étiquettes alimentaires. Si l'étiquette nutritionnelle nous permettait de comparer les produits, ce serait plus facile. Par exemple, dans votre cas, vous pourriez choisir des céréales qui contiennent moins de sodium. À l'heure actuelle, si vous allez au marché, vous aurez beaucoup de mal à le faire avec l'étiquette nutritionnelle actuelle. Ce choix serait beaucoup plus facile à faire si on avait une étiquette nutritionnelle qui permettait de faire facilement des comparaisons.

Mme Megan Leslie: Est-ce que l'un d'entre vous aurait des études qui démontrent que les étiquettes nutritionnelles fonctionnent?

[Français]

Mme Véronique Provencher: En fait, les études démontrent à ce jour que les gens qui rapportent lire les étiquettes alimentaires rapportent également avoir de meilleures habitudes alimentaires. Par contre, je tiens ici à souligner le mot « rapportent ». Ils disent être préoccupés par leur alimentation et lire les étiquettes, mais quand ils font la liste de ce qu'ils mangent, on constate qu'il y a un biais de désirabilité. Les gens ont souvent tendance à rendre les choses un peu plus belles qu'elles ne le sont en réalité. On n'a pas fait d'études d'observation. Or présentement, l'observation directe de l'effet d'une allégation ou d'une étiquette sur le comportement est quelque chose qui manque dans la littérature. Si je me rappelle bien, une étude a démontré que ça n'avait pas nécessairement un impact significatif. Il s'agissait d'un cas précis où une étiquette était associée à un aliment. Quand les gens ne savaient pas qu'on mesurait l'apport alimentaire, l'étiquette n'avait pas d'effet. C'est le point important. Par contre, quand les gens savent que cela va être mesuré, il y a un biais au niveau de la mesure.

• (1615)

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup.

Allez-y, monsieur Carrie.

M. Colin Carrie (Oshawa, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je voudrais remercier les témoins d'être ici aujourd'hui. Mes antécédents font en sorte que j'attache beaucoup d'importance à un

mode de vie sain. Je suis de ceux qui lisent aussi les étiquettes, qui tentent de faire de l'exercice et d'avoir un mode de vie équilibré. D'après les témoignages que nous avons entendus, pour les gens, il y a deux catégories d'aliments: les aliments sains et les aliments mauvais pour la santé. Je pense que Véronique vient tout juste de dire que nous devons cesser de voir les aliments comme étant bons ou mauvais et de faire plutôt des choix éclairés. Il semble que les gens aiment compartimenter les régimes alimentaires.

Monsieur Hunter, vous représentez le canola, qui est une matière grasse. En d'autres termes, nous avons entendu beaucoup de gens dire que le gras est mauvais, mais toutes les cellules de notre corps ont besoin de gras. Le gras est nécessaire et tous les êtres humains en ont besoin pour survivre.

Pouvons-nous parler du rôle que la recherche et l'éducation doivent jouer pour encourager la nutrition, plutôt que de catégoriser les aliments comme étant bons ou mauvais? Pouvons-nous parler du travail que vous faites sur le plan de la recherche et de l'éducation?

M. Robert Hunter: Vous faites ressortir un excellent point. L'industrie des huiles et des gras a eu ses hauts et ses bas avec les régimes alimentaires sans gras, à faible teneur en gras, de bons gras et de mauvais gras. Il s'agit en réalité d'éduquer les consommateurs pour qu'ils comprennent que les gras sont différents. Tous les gras ne sont pas les mêmes, et il faut consommer une plus grande quantité de bons gras et moins de mauvais gras.

Je vais vous donner un exemple pour illustrer comment l'étiquetage peut jouer un rôle très important à cet égard. Aux États-Unis, sur les bouteilles d'huile de canola, il y a une étiquette alimentaire qui dit que ce produit peut réduire le risque de maladie cardiovasculaire lorsqu'il est utilisé pour remplacer d'autres gras. On explique précisément aux consommateurs les avantages de consommer un gras sain, mais de ne pas augmenter la consommation de ce gras. Cette allégation santé a été très importante pour notre secteur. Aux États-Unis, notre secteur a connu une croissance considérable, et cette allégation santé nous a beaucoup aidés. Cela montre que l'éducation fonctionne auprès des consommateurs, car ils commencent à comprendre la différence qu'un gras saturé est un mauvais gras, de sorte qu'ils doivent en utiliser ou en consommer moins. L'huile de canola est une excellente huile car elle a un contenu peu élevé en gras saturés. Les consommateurs font ce lien.

M. Colin Carrie: J'ai moi-même remarqué certaines choses au fil des ans. Auparavant, c'était le beurre par rapport à la margarine, et il fallait manger ceci plutôt que cela, et il y avait beaucoup de renseignements erronés. Vous avez dit qu'aux États-Unis, il est possible de faire une allégation santé sur l'étiquette. Pour la gouverne du comité, pourriez-vous nous dire si vous faites cette allégation au Canada?

M. Robert Hunter: Nous ne faisons pas d'allégation précise au sujet de l'huile de canola dans un produit ici au Canada. Nous sommes en fait en train de travailler avec Santé Canada pour monter un dossier en ce qui a trait au canola. Avant de pouvoir faire une allégation santé ici au Canada, il faut en fait effectuer beaucoup plus de recherche qu'aux États-Unis. Nous sommes en train de mener d'autres études pour Santé Canada afin de pouvoir faire cette allégation au Canada, car à notre avis, il devrait être possible de faire une telle allégation pour l'huile de canola.

M. Colin Carrie: En d'autres termes, parfois les gras peuvent être une bonne chose.

M. Robert Hunter: Certainement.

M. Colin Carrie: J'aimerais également poser une question à M. Sherwood.

D'abord, merci de votre exposé. J'ai lu attentivement votre déclaration selon laquelle la consommation de boissons gazeuses au Canada a chuté bien que l'obésité continue d'augmenter. Cette affirmation contredit d'autres témoignages et suggestions que nous avons entendus au sujet d'innovations dans la commercialisation de la vente de boissons à faible teneur en calories dans les écoles.

J'aimerais revenir au dernier point que vous avez abordé lorsque vous parliez de choix éclairés pour les familles canadiennes. J'imagine que vous savez qu'à l'automne dernier, le gouvernement a annoncé qu'il mènerait une campagne de sensibilisation sur les faits nutritionnels, de concert avec Produits alimentaires et de consommation du Canada. J'aimerais bien que vous nous parliez du rôle de la sensibilisation des consommateurs afin de les aider à prendre davantage leur santé en main. J'aimerais également que vous nous parliez du rôle que la sensibilisation joue pour encourager un mode de vie sain et permettre aux gens de comprendre l'étiquetage des aliments que votre industrie veut souligner en apportant ces modifications.

M. Justin Sherwood: J'aimerais tout d'abord vous parler de notre initiative « Les calories, nous en faisons une chose claire! ». Je sais que des représentants de Produits alimentaires et de consommation du Canada comparaitront devant votre comité plus tard au cours de la semaine. Bien entendu, nous trouvons qu'il s'agit d'une excellente initiative. Tout renseignement que vous pouvez mettre à la disposition des consommateurs est, bien franchement, l'outil que l'on utilise le plus souvent afin de prendre des décisions éclairées.

Cette initiative se divise en trois parties. Elle répond à plusieurs enjeux soulevés par les diététistes, dont, tout d'abord, la normalisation des portions. Comme je l'ai souligné — il y a une brochure dans le document que je vous ai donné qui l'explique —, nous percevons maintenant la bouteille comme représentant une seule portion. Il s'agit d'une transition par rapport à l'ancienne position de l'industrie dans laquelle, les plus grandes bouteilles, comme celles que l'on consomme ici, étaient considérées comme représentant plusieurs portions et étaient étiquetées en fonction d'une quantité de 250 millilitres. Si le consommateur buvait toute la bouteille, alors il obtenait deux ou trois fois le contenu calorique affiché. Ainsi, tout d'abord, nous allons modifier comment nous décrivons nos portions.

Deuxièmement, l'étiquette contenant les faits nutritionnels qui se trouve à l'arrière de la bouteille sera modifiée pour témoigner de ce changement et l'icône sera clairement en évidence à l'avant de la bouteille. On ne se prononcera pas quant au caractère sain ou malsain de l'aliment, mais on expliquera simplement l'apport calorique du contenant. Nous estimons que ces renseignements permettront aux Canadiens de prendre des décisions éclairées quant à l'apport calorique d'une boisson sans avoir besoin de tourner la bouteille pour l'apercevoir.

• (1620)

M. Colin Carrie: J'aimerais maintenant vous poser une question à propos de la technologie. Comme vous pouvez voir, nous nous servons tous de nos BlackBerry.

On m'a beaucoup parlé d'aliments qui sont bons pour la santé. Je crois fermement en une diète saine, car il faut arriver à un équilibre. Et une diète personnelle peut être composée de beaucoup de choses. Je me demandais si vous aviez entendu parler d'une technologie qui permettrait de fournir plus de renseignements dans les magasins au sujet de l'étiquetage des aliments.

Ainsi, par exemple, avec un téléphone intelligent, je pourrais utiliser le code à barre d'un produit, qu'il se trouve dans une armoire ou au magasin, le lire et dire: « Colin veut incorporer x calories et x

gras dans sa diète ». Est-ce que vous savez si de telles technologies existent?

Je vois que deux personnes veulent intervenir.

M. Justin Sherwood: Je serai bref. Je pense qu'il existe de telles technologies, mais je ne sais pas à quel point elles ont été normalisées ni à quel point elles sont vérifiables.

M. Paul-Guy Duhamel: J'ai quelques applications de ce genre sur mon iPhone. Malheureusement, elles ne fonctionnent pas au Canada. Elles ne fonctionnent qu'aux États-Unis.

M. Colin Carrie: Très bien, alors cela a déjà commencé. Merci.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Nous allons passer à un deuxième tour de table.

Madame Dhalla, vous disposez de cinq minutes.

Mme Ruby Dhalla (Brampton—Springdale, Lib.): Merci beaucoup d'être venu comparaître aujourd'hui et de nous avoir fourni des renseignements intéressants.

Monsieur Sherwood, vous avez parlé de l'initiative « Les calories, nous en faisons une chose claire! » et vous nous avez donné des renseignements à ce sujet. Comment toutes les parties concernées ont-elles accueilli la mise sur pied de cette initiative? Les parties concernées, soit les compagnies elles-mêmes, ont-elles mis du temps à décider de fournir aux consommateurs des renseignements caloriques plus transparents et peut-être plus précis?

M. Justin Sherwood: Les choses ne sont pas si faciles quand vous réunissez un groupe diversifié de parties concernées autour d'une table. Quiconque est passé par là saura vous le dire. Vous trouveriez ennuyeux que je vous relate des conversations qui ont duré cinq semaines sur les avantages des comprimés carrés par rapport aux comprimés ronds. Toutefois, l'adhésion à cette initiative et l'accueil qu'on lui a réservé ont été presque immédiats.

L'initiative a également été prise aux États-Unis. Michelle Obama l'a annoncée avec le slogan « Bougeons! ». La discussion sur la façon d'adapter cette campagne au contexte canadien a duré assez longtemps, mais ce qui est révélateur, c'est que la campagne a été annoncée aux États-Unis au mois de février de l'an dernier, et ce n'est que maintenant que les choses se concrétisent. Quant à nous, nous l'avons annoncée en février de cette année et des mesures concrètes seront prises dès le mois de mai.

Mme Ruby Dhalla: Est-ce que ce sera obligatoire pour tous les fabricants...

M. Justin Sherwood: Ce sera obligatoire pour tous nos membres.

Mme Ruby Dhalla: Quelles autres mesures auraient pu être prises? Ceci est un tremplin initial. Quelles seront les prochaines étapes pour fournir plus de renseignements aux consommateurs?

M. Justin Sherwood: Je doute que les Canadiens soient nombreux à savoir vraiment quels sont leurs besoins caloriques ou comment choisir des produits leur permettant de ne pas sans cesse dépasser leurs besoins caloriques. En ce qui concerne plus précisément la gestion du poids et l'obésité, je pense qu'on peut éduquer les consommateurs canadiens pour les informer de leurs besoins caloriques et leur apprendre à compter les calories correctement.

Mme Ruby Dhalla: Cela m'amène à ma question suivante. Dans votre mémoire, vous annoncez ce que vous faites du point de vue de la publicité destinée aux enfants pour veiller à ce que Boissons rafraîchissantes et vos membres ne ciblent pas des enfants de moins de 12 ans. Ensuite, vous parlez de la réduction des boissons riches en calories dans les écoles et vous dites avoir retiré volontairement les boissons gazeuses riches en calories pour les remplacer par des boissons à teneur faible en calories et offertes dans des contenants plus petits, et ce dans les écoles élémentaires, intermédiaires et secondaires.

Or, d'après ce dont je me souviens de mes visites hebdomadaires dans les écoles, on y trouve des distributeurs automatiques affichant en gros caractères le logo de « Coca-Cola » ou celui d'un autre fabricant de boissons. N'est-ce pas là de la publicité? Comment pouvez-vous dire, d'une part, que vous ne faites pas de publicité, et d'autre part...

• (1625)

M. Justin Sherwood: Nous désignons comme publicité toute promotion d'un produit, payé à une chaîne de télévision ou de radio ou à un autre type de média. Les distributeurs automatiques ne sont que des machines. Nous n'avons pas discuté — et je ne sais pas si nous le ferons un jour — de la présence de ces logos en particulier.

Je pense que c'est la meilleure réponse que je puisse vous donner.

Mme Ruby Dhalla: Vous dites que vous n'avez pas parlé de ces machines distributrices ni examiné la situation pour qu'elles ne fassent pas la promotion des boissons gazeuses. Le plus souvent, on y trouve, outre de l'eau...

M. Justin Sherwood: En effet.

Mme Ruby Dhalla: ... des boissons gazeuses.

M. Justin Sherwood: Nos discussions n'ont pas porté là-dessus, et c'est la première fois que quelqu'un soulève la question.

Toutefois, en vertu des lignes directrices que nous avons élaborées pour les écoles élémentaires, nous préconisons une plus petite portion pour le jus, c'est-à-dire 250 millilitres, mais nous ne produisons pas de lait. Cela vaut pour les écoles élémentaires et intermédiaires. Pour les écoles secondaires, nous offrons des produits faibles en calories ou sans calorie, de l'eau et des jus. Certaines provinces ont adopté des règlements plus restrictifs. Cependant, dans les provinces où il n'y a pas de réglementation, nous avons tenu notre engagement et retiré les produits riches en calories.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup, madame Dhalla.

La parole est à M. Brown.

M. Patrick Brown (Barrie, PCC): Merci, monsieur le président. Nous recueillons des observations intéressantes sur le sujet.

Il y a environ un an, nous avons discuté de la teneur en caféine dans les boissons, mais il est bon de reprendre la discussion là-dessus. On a dit alors que bien des jeunes consommaient des boissons énergisantes. Je ne pense pas que ce soit le cas. Je pense que la modération est de mise en toute chose.

Les élèves des écoles secondaires sont très friands de cafés glacés. À Barry, alors que je visitais des centres récréatifs au printemps, j'ai vu des publicités pour le café glacé. Je ne pense pas que Tim Hortons fasse quoi que ce soit de répréhensible en essayant d'accaparer une part du marché et je pense que la caféine consommée avec modération n'est pas nuisible. Il serait trompeur de prétendre que plus de jeunes consomment des boissons énergisantes plutôt que des cafés glacés. Sur le marché, à mon avis, ce sont les cafés glacés qui

dominent au chapitre de la consommation de caféine. Les parlementaires devraient s'intéresser à des choses beaucoup plus importantes qu'à une guerre contre Tim Hortons ou la caféine. Les Canadiens sont friands de caféine et je pense qu'il n'y a rien de mal à la consommer avec modération.

Justin, le Canada soutient-il la comparaison avec les autres pays sur le plan de la réglementation des boissons gazeuses et de la caféine? Le Canada a-t-il tendance à réglementer davantage?

M. Justin Sherwood: Absolument. Je vais d'abord vous parler des boissons gazeuses et ensuite des boissons énergisantes et de la caféine en général.

Ce sont la Loi sur les aliments et drogues et les règlements connexes qui réglementent la quantité de caféine que peuvent contenir les boissons gazeuses. Cette quantité ne doit pas dépasser 60 milligrammes, si je ne m'abuse, ce qui est l'équivalent du tiers de la caféine que contient une tasse de café ordinaire. Fait intéressant, Santé Canada vous dira — et cela figure sur le site Web du ministère — que la caféine consommée par les Canadiens a pour source le café à 60 p. 100, le thé à 30 p. 100 et tous les autres produits à 10 p. 100. Il s'agit de la consommation chez les adultes. Pour ce qui est des plus jeunes, je pense que la caféine qu'ils consomment provient à 30 p. 100 de boissons de type cola. C'est peut-être un peu plus que cela. Le fait est que ces statistiques existent et que la caféine provient de toute une gamme de sources.

Je le répète, cette substance est assez réglementée. La Loi sur les aliments et drogues et les règlements pris en vertu de cette loi sont plutôt précis, et récemment, on a permis l'utilisation de la caféine dans des boissons qui ne sont pas de type cola. Que je sache, je ne pense pas qu'il existe sur le marché une boisson gazeuse qui ne soit pas de type cola et qui contienne de la caféine, même si cette modification est entrée en vigueur il y a un an. Si c'est le cas, je ne suis pas au courant.

Les boissons énergisantes sont fortement réglementées au Canada. Dans 160 pays de par le monde, elles font l'objet d'une réglementation. Je pense que nous sommes d'accord avec les diététistes sur une chose: nous souhaiterions que ces boissons soient réglementées comme des aliments. Toutefois, au Canada, elles sont commercialisées en vertu des règlements sur les produits de santé naturels. Le contenant signale la teneur en caféine, comme c'est le cas pour tous les produits qui en contiennent. Les exigences sont très strictes au Canada, beaucoup plus que dans tout autre pays, en ce qui a trait à la composition, la salubrité, l'efficacité, notamment.

• (1630)

M. Patrick Brown: L'Union européenne n'a-t-elle pas mené une vaste étude sur les boissons énergisantes? Quelles en sont les conclusions?

M. Justin Sherwood: Plusieurs études sur les boissons énergisantes ont été réalisées dans divers pays. C'est une catégorie de boissons dont on parle beaucoup. En Europe, il a été question d'imposer des normes d'étiquetage plus élevées, semblables à ce que nous avons au Canada, mais en fin de compte, on a découvert que ce n'était absolument pas nécessaire et que ces boissons étaient tout à fait salubres.

M. Patrick Brown: Pour ce qui est de mener un mode de vie sain, il y a évidemment toute une gamme d'éléments à prendre en considération. Nous parlons des boissons riches en calories, mais je suis tout aussi inquiet des tablettes de chocolat et de la malbouffe qui sont omniprésentes, si bien qu'il est injuste de s'en tenir à un seul produit. En ce moment, je bois un Pepsi Diète qui n'est certainement pas riche en calories. Est-ce l'un de vos produits?

M. Justin Sherwood: Oui. À la bonne vôtre.

M. Patrick Brown: Je n'y manquerai pas. J'ai l'intention d'en boire un chaque fois que le comité se réunira.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci, monsieur Brown.

La parole est à M. Malo.

[Français]

M. Luc Malo: Monsieur le président, je vais poursuivre dans le sens de ma précédente intervention.

On se dit que l'usage de portions identiques en vue de comparer des produits pourrait être assez rapidement adopté. J'ai demandé à M. Sherwood si une telle chose était possible dans son industrie. Il a opiné du bonnet pour indiquer que c'était effectivement possible.

Cependant, d'après la réponse qu'il a fournie à Mme Dhalla, il semblerait que ce soit un peu plus compliqué. Il y a eu plusieurs négociations et de nombreux échanges de courriels. Beaucoup de temps s'est écoulé avant qu'on en arrive à quelque chose. Je vois que l'entreprise Boissons rafraîchissantes s'est donné jusqu'à la fin de 2013, donc presque trois ans, pour appliquer un étiquetage similaire à l'ensemble de ses produits. Ne trouvez-vous pas que c'est long, trois ans, pour appliquer un petit logo qui indique le nombre de calories contenues dans une bouteille?

[Traduction]

M. Justin Sherwood: Permettez-moi de vous répondre en anglais.

Il ne suffit pas de mettre un petit logo sur une bouteille. Si cela suffisait, je pense que nous l'aurions fait il y a longtemps. Une reformulation s'impose pour que des produits faibles en calories ou ne contenant pas de calorie du tout restent libres de calorie en vertu des règles d'arrondissement. Il y a aussi les tableaux de valeur nutritive. Cela concerne des milliers de produits, à l'emballage primaire comme à l'emballage secondaire, pour lesquels des modifications s'imposent. Ensuite, je dirais qu'il y a environ 100 000 distributeurs automatiques au pays dont il nous faut modifier les boutons et je ne sais combien de fontaines également.

Nous parlons ici d'une approche par étapes. On va commencer par voir des changements sur les produits emballés. Une fois que ce sera fait, nous nous attaquerons aux fontaines, etc. La mise en oeuvre est une vaste entreprise qui coûte des dizaines de millions de dollars.

Cela dit, s'entendre sur des portions déterminées communes n'exige pas une longue discussion dans mon secteur car notre groupe est plutôt homogène. Vous me demandez si l'on peut s'attendre à une entente sur une portion déterminée commune. Nous y sommes parvenus très rapidement. Ce sont tous les autres éléments qui prennent du temps.

• (1635)

[Français]

M. Luc Malo: Monsieur Duhamel, ça ne se fera pas du jour au lendemain, mais il faut quand même commencer les discussions et inviter l'ensemble de l'industrie à agir rapidement. C'est ce que je comprends.

M. Paul-Guy Duhamel: Tout à fait. Il existe des précédents. Quand Santé Canada a décidé il y a six ans de procéder au changement de l'étiquette nutritionnelle, on s'est donné deux ans. Il faut dire qu'il y a eu des travaux préliminaires qui ont quand même duré un certain temps, mais il reste qu'en moins de trois ans, c'était fait. On n'est pas dans le domaine de l'impossible. C'est plutôt une question de volonté.

M. Luc Malo: Monsieur Sherwood, je reviens à vous.

Nous avons reçu à ce comité un groupe qui se portait à la défense du sucre. Ces gens nous ont dit que des compagnies appartenant à votre groupe indiquaient sur leurs étiquettes que le produit contenait du sucre. Ils ont fait valoir qu'il faudrait modifier l'étiquette afin de remplacer le mot « sucre » par le terme « sirop de maïs à haute teneur en fructose », comme on le fait aux États-Unis. Qu'en pensez-vous?

[Traduction]

M. Justin Sherwood: Tout d'abord, nous utilisons une gamme d'édulcorants. Il y a des produits du sucre et également des édulcorants non nutritifs comme l'acésulfame-K, l'aspartame, etc.

La nomenclature et les termes que nous utilisons sur une étiquette sont dictés par Santé Canada, et il faudrait s'adresser aux représentants du ministère à ce propos.

[Français]

M. Luc Malo: Mais qu'en pensez-vous? Selon vous, est-ce un problème pour les gens de l'industrie?

[Traduction]

M. Justin Sherwood: Je ne sais pas si cela poserait problème. Je n'ai jamais posé la question.

Le sucre et le sirop de maïs à forte teneur en fructose sont à toutes fins utiles identiques. Dans un cas, cela provient...

[Français]

M. Luc Malo: Ça clarifie un point. C'est parfait.

[Traduction]

M. Justin Sherwood: Oui. Je vous répondrai que je ne sais pas.

[Français]

M. Luc Malo: Mais vous me dites que ce sont deux produits essentiellement identiques. C'est ce que je comprends de votre réponse.

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Monsieur Malo, il vous reste 10 secondes.

[Français]

M. Luc Malo: Monsieur Hunter, on m'a dit que votre site Internet n'était pas en français et j'aimerais savoir pourquoi.

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Excusez-moi, mais nous n'aurons pas le temps d'entendre la réponse.

La parole est à Mme Davidson.

Mme Patricia Davidson (Sarnia—Lambton, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président, et merci à chacun de vous d'être venu cet après-midi.

Comme vous avez pu le constater, nous avons entendu un grand nombre de témoins sur ce sujet et des sujets connexes, mais il y a encore bien des éléments qui sont nébuleux. Une des questions qui revient le plus souvent dans la bouche de mes électeurs, parce qu'ils savent que je siège au comité de la santé, concerne l'étiquetage et l'absence totale de cohérence en la matière. Vous êtes nombreux à y avoir fait allusion aujourd'hui.

Je vais poser ma question et celui ou celle d'entre vous qui voudra bien y répondra. Si vous voulez tous répondre, c'est très bien.

On nous a sans cesse répété qu'il fallait voir la situation dans son ensemble. Il faut prendre en compte l'équilibre alimentaire, l'exercice, et toute une gamme de facteurs, mais comment le Canadien moyen sait-il comment choisir les aliments qui lui garantiront une alimentation saine? Si vous êtes diabétique, vous choisissez des aliments faibles en sucre et pour ce faire, il faut lire l'étiquette. Si votre régime est un régime sans gras, vous optez pour des aliments faibles en gras. Si vous devez manger une nourriture faible en sodium, vous choisissez à l'avenant. Toutefois, les aliments faibles en gras sont très souvent riches en sodium ou en calories. Comment le Canadien moyen peut-il démêler tout cela, et comment peut-on changer l'étiquetage pour promouvoir une hygiène de vie saine?

Deuxièmement, est-ce que l'un ou l'une d'entre vous sait si on a fait de la recherche sur les risques potentiels pour la santé d'une mauvaise compréhension des tableaux de la valeur nutritive des aliments?

Madame Provencher, voulez-vous commencer?

[Français]

Mme Véronique Provencher: Je pense que le Guide alimentaire canadien est l'outil de base qui permet aux consommateurs de faire des choix alimentaires équilibrés.

[Traduction]

Pardonnez-moi de répondre en français.

Mme Patricia Davidson: Volontiers.

[Français]

Mme Véronique Provencher: Ensuite, on doit tenir compte de la fréquence. Il y a aussi une certaine éducation à faire auprès des consommateurs. Par contre, je trouve qu'on intellectualise de plus en plus l'alimentation, que tout ça devient très calculé et qu'on essaie de tout contrôler. Or de façon générale, les gens ont une bonne idée de ce qui les aide à être en santé et de ce qui est moins intéressant sur le plan nutritionnel. Je crois qu'ils devraient se faire confiance concernant leurs choix alimentaires.

• (1640)

[Traduction]

Mme Patricia Davidson: Allez-y, monsieur Duhamel.

M. Paul-Guy Duhamel: La conversation que nous tenons actuellement est tout à fait révélatrice de la situation que vous décrivez. Les gens parlent beaucoup de nutriments mais pas exactement de nutrition. C'est une chose que de parler de nutriments. Parler de nutrition en est une autre. Quand on met énormément l'accent sur le sodium, le gras ou sur des nutriments particuliers, comme je le disais tout à l'heure, on oublie le tableau d'ensemble.

En ce qui concerne l'alimentation des Canadiens, il y a certains éléments dont il faut s'occuper. Les Canadiens ne mangent pas assez de fruits et de légumes. Actuellement, il n'y a pas d'étiquetage pour ces aliments. C'est un problème. Les Canadiens ne consomment pas assez de lait ou de produits laitiers. C'est un autre problème. Le

problème n'est pas le sucre ou le gras. Il y a ces classes d'aliments essentiels que nous ne consommons pas en assez grande quantité.

Il y a donc un certain nombre de problèmes à cet égard. Quand on met l'accent sur les nutriments, on oublie le tableau d'ensemble et, comme l'a dit ma collègue Mme Provencher, il nous faut fournir aux Canadiens les outils leur donnant accès à une alimentation holistique.

On a pris certaines initiatives. J'aime bien citer l'initiative lancée par le gouvernement du Québec l'année dernière, *La Vision de la saine alimentation*. Ce faisant, on donne aux aliments une certaine perspective, en mettant l'accent sur l'aliment et non pas sur les nutriments. Les gens consomment de la nourriture et non pas des nutriments. Les lignes directrices du département américain de l'Agriculture, rendues publiques à la fin du mois de janvier, reconnaissent cet aspect.

Cessons de mettre l'accent sur les nutriments et accordons plus d'importance aux aliments, avec un étiquetage à l'avenant. Actuellement, les nutriments sont en vedette sur les étiquettes et cela sème la confusion.

Mme Patricia Davidson: Ai-je encore du temps?

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Vous avez environ 10 secondes.

Mme Patricia Davidson: D'accord.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Allez-y, monsieur Lamoureux.

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je voudrais poursuivre la discussion avec MM. Duhamel et Sherwood en ce qui concerne la teneur en sucre des boissons gazeuses. Qu'il s'agisse d'obésité, de diabète ou de maladies cardiaques, ces problèmes de santé consomment une part toujours plus grande des budgets de soins de santé au Canada.

Au Manitoba, l'un des problèmes, par exemple, plus particulièrement dans le Nord de la province, tient au fait qu'une bouteille de deux litres de boisson gazeuse coûte malheureusement beaucoup moins cher qu'une bouteille de lait. On s'inquiète énormément de la teneur en sucre de ces boissons, mais vous semblez penser qu'il n'y a pas lieu nécessairement de s'inquiéter.

Je me tourne vers vous, représentants du secteur, pour m'éclairer. Pensez-vous qu'il y a un nombre de canettes de boisson gazeuse recommandé — une canette équivaut à une portion de 255 millilitres — qu'un enfant de 10 ans peut consommer par semaine?

M. Justin Sherwood: Quant à moi, c'est une question très personnelle. Les parents doivent s'en occuper quand ils envisagent d'enseigner à leurs enfants comment bien s'alimenter.

Si c'est à moi que vous posez la question, j'ai deux garçons; l'un d'eux a quatre ans et ne boit aucune boisson gazeuse. L'autre a sept ans et en boit la moitié d'une canette par semaine.

À propos des collectivités du Nord, je crois qu'en règle générale, les intervenants reconnaissent qu'elles sont aux prises avec des difficultés. Cela dit, à mon avis, c'est dans le monde entier que les boissons gazeuses coûtent moins cher que le lait. Cela tient surtout au fait que le lait provient d'un animal dont les soins sont à notre charge. De plus, au Canada, des structures de prix ont une influence déterminante sur le prix d'achat. À cela s'ajoute enfin la difficulté que représente le transport de fruits et de légumes frais jusque dans les collectivités éloignées et du Nord. Personne ne conteste qu'il y a lieu de se pencher sur ce problème.

Maintenant, est-ce que je recommanderais à un parent une quantité précise de boissons gazeuses que leur enfant devrait consommer? Non, mais à mon avis, il appartient quand même aux parents de se renseigner. Le *Guide alimentaire canadien* est une excellente source; il propose un certain nombre de quantités maximales. Il existe aussi des solutions de rechange sans calorie ou à très faible teneur en calories et ne contenant pas la moindre quantité de sucre.

L'objectif est que les parents soient en mesure de faire des choix et des achats éclairés.

• (1645)

M. Kevin Lamoureux: Monsieur Duhamel, ou madame Provencher, pourriez-vous nous donner votre avis au sujet des quantités recommandées? Si je ne m'abuse, dans un reportage de la BBC, on affirme que la consommation de trois cannettes de 255 millilitres par semaine est excessive.

M. Paul-Guy Duhamel: Si vous permettez, je ne vais pas aborder ce sujet. Ainsi que je l'ai déjà dit plus tôt, le problème à l'heure actuelle, c'est que nous nous concentrons trop sur les nutriments et nous négligeons de tenir compte de la situation dans son ensemble. Or, à l'heure actuelle, les Canadiens ne consomment pas certaines catégories d'aliments, surtout les fruits et légumes et les produits laitiers. Indiquer la quantité de boissons gazeuses qu'un enfant peut ou ne peut pas boire ne résoudra pas ce problème, n'améliorera pas son alimentation générale, ni ne lui permettra d'avoir une vie saine plus tard. Il faut que nous encourageons la consommation des autres aliments, mais que nous n'interdisions pas nécessairement les mauvais. Il s'agit vraiment de rendre ces autres aliments plus disponibles.

Dans les documents que nous vous avons envoyés la semaine dernière, je crois que notre position sur les boissons gazeuses y est énoncée. Nous sommes d'avis que de taxer ces boissons gazeuses afin de les mettre sur un pied d'égalité avec les autres boissons meilleures pour la santé serait une bonne chose et aiderait les Canadiens à atteindre les objectifs qui nous sont chers, à savoir manger davantage d'aliments nécessaires au maintien d'une bonne santé.

M. Kevin Lamoureux: Le gouvernement tient à encourager une vie saine et à véhiculer un message cohérent. Lorsqu'on compare un contenant de lait et la même quantité de Coca-cola régulier, il se peut que les deux boissons contiennent la même quantité de calories. Dans un tel cas, laquelle des deux recommanderiez-vous, et pourquoi?

M. Paul-Guy Duhamel: Le lait serait mon premier choix en raison de tous les autres nutriments qu'il contient. Faut-il cependant exclure les autres? Selon moi, il ne faut pas les exclure.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Je vous remercie beaucoup.

Mme O'Neill-Gordon sera la prochaine à prendre la parole.

Mme Tilly O'Neill-Gordon (Miramichi, PCC): Merci, monsieur le président. J'aimerais vous remercier tous d'être ici cet après-midi. Vos exposés sont certainement d'une grande utilité pour nous.

Comme nous le savons, l'étiquetage des aliments aide les consommateurs à faire des choix éclairés à propos des aliments qu'ils achètent et qu'ils consomment. Je pense que nous sommes de l'avis que nous devons nous informer davantage sur les bienfaits des aliments. Nous le faisons probablement en lisant bien plus souvent les étiquettes. Je sais que c'est mon cas. Il y a également la Fondation des maladies du coeur, qui affiche son logo sur les aliments bons pour le coeur.

S'agit-il d'une technique que vous recommanderiez pour des groupes semblables? Connaissez-vous d'autres groupes qui commenceront à adopter cette pratique? Nous sommes seulement au courant de la Fondation des maladies du coeur qui affiche son logo sur certains aliments. Y a-t-il d'autres organisations qui vont faire ce genre de choses?

De plus, dans ma région, nous avons un restaurant qui utilise le symbole d'une mangue pour nous indiquer lorsqu'un repas est bon pour la santé. Êtes-vous au courant d'autres moyens entrepris pour promouvoir ce genre d'idées?

[Français]

Mme Véronique Provencher: Ce sont des initiatives qui peuvent être intéressantes car elles informent. Par contre, le problème, c'est que ce n'est justement pas du tout standardisé. C'est fait sur une base volontaire. Certains peuvent décider d'afficher un logo et d'autres non, ce qui peut créer des disparités entre certains aliments.

Un aliment qui a un logo peut donc paraître plus sain que l'autre à côté qui n'en a pas. Toutefois, celui qui n'a pas de logo est peut-être aussi bon sur le plan nutritionnel que celui qui n'en a pas. Si un logo devait être adopté, il faudrait que ce soit appliqué de façon systématique à l'ensemble des aliments, et non pas que cela relève de la volonté de chacun de l'afficher ou pas.

Cela peut en effet être un outil, mais il faudrait y réfléchir et encadrer un peu mieux le processus grâce à des normes. Aussi, il faudrait que ce soit fait de façon systématique et standardisée.

• (1650)

M. Paul-Guy Duhamel: Actuellement, le plus grand problème qu'on a, ce n'est pas qu'il existe plusieurs systèmes de normalisation et de promotion de la saine alimentation, des programmes tel le programme de la Fondation des maladies du coeur, mais c'est que ces initiatives sont souvent noyées dans une mer d'initiatives de même nature, ce qui fait que le consommateur ne s'y retrouve plus. Pire, trop souvent le consommateur se méfie maintenant de ces signes et nous fait part de sa méfiance à l'endroit de ces signes. Lequel croire? Est-ce le logo jaune, le logo bleu, le logo rouge? Cela devient extrêmement difficile de s'y retrouver. Puisqu'on ne peut donc pas s'y fier, on ne s'y fie plus du tout.

C'est donc pour cela que Diététistes du Canada aimerait voir une forme de standardisation des allégations et des systèmes d'allégations pour, justement, permettre de retravailler et de développer auprès du consommateur ce niveau de confiance dont on a besoin pour que l'alimentation puisse jouer son rôle de maintien de la santé.

[Traduction]

Mme Tilly O'Neill-Gordon: Quelqu'un d'autre veut-il intervenir?

Mon autre question porte sur votre remarque à propos du fait que vous pourriez scanner un produit si vous étiez aux États-Unis. Je me demande de quelle façon l'étiquetage des aliments au Canada a eu une incidence sur les habitudes d'achat des Canadiens et comment il se compare aux autres pays en matière d'étiquetage.

M. Paul-Guy Duhamel: Je n'ai pas de données à ce sujet.

[Français]

Mme Véronique Provencher: Peu d'études se sont penchées spécifiquement sur cette question. Certaines études ont été faites aux États-Unis à ce sujet, ou peut-être était-ce en Allemagne; peu importe. Si je me rappelle bien, une étude en particulier montrait que le fait d'inscrire une allégation faisait augmenter la décision d'environ 10 p. 100. Le fait d'inscrire une allégation peut donc avoir un petit impact sur la décision d'achat. Néanmoins, sur le plan de la consommation, il n'y a pas de données sur la consommation réelle. Il n'y a donc presque pas d'études sur l'impact d'une allégation ou de l'étiquetage sur la consommation directe.

[Traduction]

M. Paul-Guy Duhamel: Il y a un autre problème sur lequel nous ne nous penchons pas suffisamment, à savoir qu'un nombre considérable de Canadiens ne peuvent ni lire ni comprendre cette information de base. Environ 40 p. 100 de la population canadienne n'a pas les compétences nécessaires pour lire et comprendre les étiquettes. Nous devons également régler ce problème. Nous devons arrêter de penser que seul l'étiquetage résoudra notre problème. Nous devons déployer d'autres efforts pour transmettre ces messages en matière de nutrition.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Allez-y, madame Leslie.

Mme Megan Leslie: Je n'ai pas de question, monsieur le président.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): D'accord.

M. Stanton a la parole.

M. Bruce Stanton (Simcoe-Nord, PCC): Merci, monsieur le président, et j'aimerais remercier tous les témoins d'être ici aujourd'hui.

Après l'université, j'ai passé 10 ans dans la cuisine à préparer et à acheter des aliments, j'admire donc énormément votre travail. À cette étape de ma vie, je trouve que les progrès qui ont été faits pour ce qui est de la qualité des aliments, de la nutrition et de l'emballage sont très encourageants.

J'aimerais revenir à cette question sur l'uniformisation des portions. Certains d'entre vous semblaient dire que ce serait assez facile à faire, mais je me demande comment vous pourriez y parvenir à la lumière des nombreux choix qu'il faut faire. M. Duhamel a fait référence aux différents produits de céréales. Certains consommateurs se basent sur le poids ou la taille. Il est difficile de prendre même une seule de ces mesures, lorsque l'on se rend compte qu'il y en a tant d'autres à prendre, mais peut-être qu'une de ces mesures pourrait être facilement entreprise. C'est le genre de chose que le comité peut envisager en tant que mesure pratique. J'aimerais entendre une brève observation de chacun d'entre vous à ce sujet.

Allez-y, monsieur Sherwood.

M. Justin Sherwood: Je pense que pour certaines catégories de produits, ce type d'uniformisation est probablement un peu plus facile. Il y a d'autres catégories de produits pour lesquels c'est presque impossible, soit parce qu'il s'agit d'un produit à poids variable ou encore parce que le produit est vendu au poids et est consommé de

façon différente. Dans le cas des repas au restaurant, je pense qu'il s'agit d'un véritable cauchemar. Cela dépend de la catégorie de produits. M. Malo m'a demandé à quel point c'était facile. Eh bien, c'est assez facile pour notre catégorie, mais pour d'autres catégories, c'est un véritable cauchemar.

• (1655)

M. Paul-Guy Duhamel: J'aimerais être précis. Je n'ai pas dit que ce serait facile; j'ai dit qu'il existait un précédent. Le *Guide alimentaire canadien* propose des tailles pour les portions, tout comme des outils pour les diabétiques, donc il existe un précédent.

M. Bruce Stanton: Puis il y a certaines normes sur lesquelles vous pourriez vous fonder.

M. Paul-Guy Duhamel: Oui, en effet.

M. Bruce Stanton: Pensez-vous qu'on serait intéressé à accepter ce genre de tendance du côté de l'industrie de l'emballage pour ce type d'aliments au détail? Les gens sont-ils disposés à aller de l'avant?

M. Justin Sherwood: Je pense qu'il faudrait poser la question à l'industrie de l'emballage lorsque ses représentants témoigneront ici plus tard au cours de la semaine.

M. Paul-Guy Duhamel: Je l'espère. Cela accroît la confiance qu'ont les consommateurs envers les aliments offerts. Si nous voulons avoir un Canada sain, nous devons tabler sur la confiance. Nous devons disposer d'outils simples, de choses simples de ce genre, pour susciter la confiance.

M. Bruce Stanton: Monsieur Hunter, le canola est un produit canadien génial, mais lorsque l'on parle des aliments qui sont moins sains, on constate souvent que les produits de friture ont une mauvaise réputation. Je sais que ma question porte davantage sur l'aspect des services de restauration, mais est-ce qu'on a noté des améliorations au chapitre de la santé avec l'utilisation de cet article pour l'ensemble des produits frits?

M. Robert Hunter: Oui, on a adopté le canola à haute teneur en acide oléique, que l'on a utilisé pour remplacer les huiles hydrogénées. Une entreprise de restauration dispose de statistiques qui montrent qu'elle a retiré de l'alimentation non seulement les gras trans, mais aussi les gras saturés. Remplacer l'huile de soya par l'huile de canola réduira de moitié la quantité de gras saturés.

M. Bruce Stanton: Est-ce une pratique commune au sein de l'industrie?

M. Robert Hunter: Le secteur de l'huile de canola a connu une croissance considérable, pas seulement au Canada, mais aussi aux États-Unis, où la consommation d'huile de canola est passée de 10 à 13 p. 100 environ. Il s'agit d'une petite majoration, mais elle présente des avantages et permet d'éliminer les gras trans, de même que les gras saturés, de l'alimentation.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Nous allons maintenant improviser une petite série de questions. Je vais permettre à M. Malo d'obtenir une réponse à sa question, puis nous poserons quelques autres questions rapides, alors soyez brefs.

[Français]

M. Luc Malo: Monsieur Hunter, pourquoi votre site Internet est-il disponible en anglais et en espagnol mais non en français?

J'ai une autre question pour vous. Lorsque les gens de l'industrie de la pâtisserie sont venus nous voir pour nous dire à quel point il était difficile pour eux d'adopter d'autres produits pour remplacer, par exemple, les gras trans dans la production et la fabrication des produits qu'ils destinent au consommateur, ils nous ont parlé de stabilité. Selon eux, ils ne sont pas capables de trouver des produits de remplacement stables. Est-ce que, par exemple, le canola peut servir ou aider dans la recherche de produits de substitution stables?

[Traduction]

M. Robert Hunter: Je pense que c'est là où l'industrie s'est tournée vers l'innovation. Encore une fois, excusez-moi de répondre en anglais. On a mis du temps à trouver des solutions en matière d'alimentation dans ce domaine. En 2006, nous sommes venus ici et avons déclaré que nous avions besoin de plus de temps pour trouver des solutions aux gras trans. Au cours des quatre dernières années, un nombre croissant de produits qui ont été élaborés avec de l'huile de canola constituaient des solutions à certains problèmes en lien avec le shortening ou des produits de boulangerie. Trouver ce genre de solution prend du temps, mais l'industrie s'est lancée activement dans l'élaboration de produits de rechange et a présenté nombre d'options à l'ensemble du secteur alimentaire.

• (1700)

[Français]

M. Luc Malo: Je n'ai toujours pas ma réponse à propos de votre site Internet?

[Traduction]

M. Robert Hunter: Je suis désolé; le site Web de notre entreprise n'est qu'en anglais, mais le site Web pour nos consommateurs, canolainfo.org, est offert en anglais, en français et en espagnol.

[Français]

M. Luc Malo: Pourquoi est-ce que votre site corporatif n'est pas disponible en français?

[Traduction]

M. Robert Hunter: Nous y travaillons, mais il n'est pas encore prêt.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci, monsieur Malo. Monsieur Carrie, c'est votre tour.

M. Colin Carrie: Merci, monsieur le président.

J'ai une brève question. On nous a parlé de problèmes de coûts touchant, disons, le lait et les boissons gazeuses. On a dit que c'était soit l'un soit l'autre, mais personne n'a parlé de l'eau. L'eau est gratuite. L'eau est bonne pour la santé.

Ma question est assez simple. Nous n'avons pas vraiment abordé la question de l'eau. Monsieur Duhamel ou monsieur Sherwood, si vous le voulez bien, j'aimerais que vous commentiez la question. Les Canadiens boivent-ils suffisamment d'eau, et l'eau est-elle importante pour la santé?

M. Paul-Guy Duhamel: En effet, boire beaucoup d'eau contribue à mener une vie saine.

Il ne faut surtout pas oublier que les Canadiens ingèrent beaucoup trop de calories provenant de produits liquides. Nous oublions de boire de l'eau. Vous avez absolument raison. Nous devrions faire la promotion de calories provenant d'autres types d'aliments plutôt que de calories liquides. Nous devrions mettre l'accent sur les fruits, les légumes et les produits à grains entiers — soit d'autres aliments — et arrêter de nous soucier autant des aliments dont nous ne voulons pas.

M. Colin Carrie: Donc, les parents n'ont pas à choisir entre le lait et le soda. Il y a donc d'autres options qui s'offrent à eux, n'est-ce pas?

M. Paul-Guy Duhamel: Je crois que dans un régime alimentaire sain, il y a de la place pour tout. Or, pour y arriver, il faut d'abord qu'il y ait d'autres produits.

M. Colin Carrie: Merci beaucoup.

Voudriez-vous intervenir à ce sujet?

M. Justin Sherwood: J'avancerais qu'en moyenne, un adulte a besoin de consommer de 2,5 à 3 litres de liquides par jour. Il s'en trouve dans les fruits, les légumes et d'autres aliments. Ces liquides peuvent provenir des boissons gazeuses, du lait ou de l'eau du robinet, qui d'ailleurs est accessible gratuitement au Canada et qui est d'excellente qualité.

M. Colin Carrie: Merci beaucoup.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup.

Avant de céder la parole à M. Lamoureux, si le comité le permet, j'aimerais formuler une petite observation.

Monsieur Duhamel, vous avez évoqué la possibilité de taxer les boissons gazeuses au même niveau que les jus. Durant la semaine de relâche, j'ai discuté avec quelqu'un à Sherwood Park qui m'a dit que dans un cinéma, la boisson gazeuse se vend au même prix que le jus. Il se vend beaucoup de boissons gazeuses dans un cinéma. Le prix est maintenu artificiellement élevé, mais n'empêche que les boissons gazeuses se vendent beaucoup plus que les jus et elles sont probablement plus populaires que l'eau en fontaine.

En fin de compte, ne s'agit-il pas d'une question d'éducation? Est-ce la solution?

M. Paul-Guy Duhamel: Je vous remercie de me redonner l'occasion d'aborder ce point.

Dans notre toute dernière publication, qui d'ailleurs peut être distribuée aux membres du comité, nous avons présenté un énoncé de position où nous expliquons que la taxation peut constituer un outil permettant d'égaliser les prix des aliments dans l'espoir d'influencer les choix, ou du moins de rendre certains aliments plus accessibles.

Deuxièmement, nous devons nous demander s'il est possible d'en faire plus. Je crois que nous le pouvons. Les données ne sont pas nécessairement là pour appuyer cette position. Bien sûr, comme les aliments sains sont beaucoup plus cher que les autres, il est donc facile de comprendre pourquoi les gens choisissent les aliments moins sains. Nous voulions simplement nous assurer que la taxation peut être envisagée à titre d'outil permettant de rabaisser le coût de ces aliments pour qu'il soit similaire aux autres.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Monsieur Sherwood, désirez-vous prendre la parole?

M. Justin Sherwood: Je crois qu'il est naïf de penser ainsi lorsque nous discutons d'obésité et de santé. Dès qu'on laisse tomber le message, on s'aperçoit que le sujet est incroyablement complexe. Il y a un nombre incalculable de facteurs qui sont en jeu, notamment le temps passé devant le petit écran, le manque d'exercice et les types d'aliments ingérés. Vous allez en entendre parler encore et encore. Je crois qu'il est naïf d'espérer atténuer un problème aussi complexe que l'obésité en taxant un seul type d'aliment ou de boisson. Voilà mon premier point.

Deuxièmement, aux États-Unis, en Virginie-Occidentale et en Arkansas, on a imposé des taxes sur les boissons gazeuses pendant un certain temps. Ces deux États occupent la deuxième et neuvième place aux États-Unis en ce qui a trait à l'obésité.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci.

Madame Provencher, allez-y rapidement.

[Français]

Mme Véronique Provencher: L'exemple que vous donnez démontre vraiment que le comportement alimentaire est un comportement social. Quand on va au cinéma, ce n'est pas nécessairement pour prendre un gros verre d'eau. Au cinéma, on a tendance à acheter des boissons gazeuses et du pop-corn. Ça va ensemble. C'est important de faire remarquer qu'en différentes occasions, l'alimentation varie. Il y a un aspect social, affectif ou familial lié à cela. C'est également important de le souligner.

• (1705)

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Très bien. Merci.

Monsieur Lamoureux, vous avez la parole.

M. Kevin Lamoureux: Monsieur le président, je remercie les témoins de leurs propos. Ce serait très intéressant de poursuivre le débat en continuant d'aborder les thèmes de l'éducation, des modes de vie sains, des différents rôles et des répercussions.

Par contre, j'aimerais revenir sur la question des tableaux des valeurs nutritionnelles que l'on retrouve sur les étiquettes. Je constate qu'il y a de plus en plus de gens qui les lisent, et c'est une bonne chose, mais je n'ai aucune donnée pour appuyer cette affirmation. Il s'agit d'une observation générale. J'estime toutefois que c'est assez compliqué, et comme certaines personnes l'ont dit, les très petits caractères en sont un exemple.

Je me demandais s'il existe des recommandations ou des suggestions provenant de spécialistes ou d'études, par exemple, qui permettraient d'améliorer la lisibilité des étiquettes pour les consommateurs. Ainsi, davantage de gens seraient en mesure de tirer parti des indications sur les étiquettes. Y a-t-il des études ou des recherches sur la question qui sont réalisées?

M. Paul-Guy Duhamel: J'invite Mme Provencher à compléter ma réponse. Comme nous l'avons dit plus tôt, en matière d'étiquetage, le grand problème, c'est qu'il n'y a aucune cohérence d'un produit à l'autre, ce qui rend très difficile toute comparaison. Rien qu'en adoptant une norme standard pour les portions, on rendrait les comparaisons beaucoup plus faciles et on améliorerait l'utilisation des étiquettes.

De plus, il y a probablement une limite à la simplification de la nutrition. La nutrition, ce n'est pas sorcier, mais c'est tout de même une science difficile. Il y a donc une limite à la simplification à outrance. La nutrition étant ce qu'elle est, elle demeure compliquée. Néanmoins, il faudrait que les données soient présentées simplement, de sorte que les gens puissent établir de simples comparaisons également.

[Français]

Mme Véronique Provencher: Je suis d'accord. L'information doit être la plus objective possible. Un tableau de la valeur nutritionnelle demeure objectif. L'idée de comparer des aliments nécessite une base qui permet de le faire.

Je lisais un article paru récemment qui mentionnait que quand on donne le temps au gens de comprendre les étiquettes et de faire les calculs, ils sont habituellement capables de le faire relativement bien

et de distinguer les différents aliments. Toutefois, au moment où on achète les aliments, on n'a pas toujours le temps. On fait des choix par automatisme. Ce n'est pas nécessairement parce que l'information est là qu'elle sera utilisée, qu'elle le sera de la bonne manière et qu'on ne lui attribuera pas une autre interprétation.

[Traduction]

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Merci beaucoup.

Voilà qui met fin aux questions des députés.

M. Colin Carrie: Monsieur le président, quand les témoins seront partis, j'aimerais poser une question.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Bien sûr.

Merci aux témoins de leur contribution à notre étude sur un mode de vie sain.

Nous allons interrompre la séance quelques minutes, puis je vous donnerai la parole. Cela vous convient-il?

• (1705)

(Pause)

• (1705)

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Chers collègues, nous reprenons la séance. Nous avons un point à discuter.

Monsieur Carrie, vous avez la parole.

• (1710)

M. Colin Carrie: Merci beaucoup, monsieur le président.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Il y a un peu de bruit. S'il vous plaît, pourriez-vous poursuivre votre conversation à l'extérieur? Merci beaucoup.

Monsieur Carrie, vous avez la parole.

M. Colin Carrie: J'ai une brève observation à formuler. J'ai regardé le calendrier que vous avez distribué. Nous recevons la ministre le 10 pour étudier le Budget supplémentaire des dépenses, mais il faudrait aussi que le Budget principal soit déposé. Je voulais simplement obtenir confirmation du fait que nous allons étudier le Budget supplémentaire de même que le Budget principal à l'occasion de cette séance.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Si le comité le désire, cela me semble tout à fait sensé.

Combien de temps la ministre passera-t-elle en notre compagnie?

M. Colin Carrie: Je n'en suis pas certain. Elle nous le confirmera d'ici quelques jours.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Cette séance sera-t-elle consacrée tant au Budget principal qu'au Budget supplémentaire?

Une voix: Oui.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Y a-t-il des membres qui ont d'autres points à soulever?

Très bien. Les deux budgets ont été déposés aujourd'hui, de sorte que nous puissions les étudier à l'occasion de cette séance. Cette façon de faire convient-elle à tout le monde?

Madame Leslie, vous avez la parole.

Mme Megan Leslie: Ne devrions-nous pas attendre de savoir combien de temps la ministre passera avec nous?

M. Colin Carrie: Nous pouvons agir à notre guise.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Désirez-vous prendre cette décision jeudi?

L'hon. Ujjal Dosanjh: Je suis désolé, mais je n'ai pas compris quand nous étudierons les budgets des dépenses.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Il s'agit du Budget supplémentaire des dépenses, mais le Budget principal a été déposé aujourd'hui également. Nous nous demandons donc si nous devrions discuter du Budget supplémentaire ainsi que du Budget principal durant la même séance.

M. Colin Carrie: Puis-je faire une suggestion? Megan, si la ministre est présente pendant une heure et demie ou pendant toute la durée de la séance, seriez-vous disposée à étudier les deux budgets?

Mme Megan Leslie: Oui.

M. Colin Carrie: Oui, très bien. Qu'en pensent les autres députés?

Alors, ça va. D'accord?

M. Luc Malo: Je vois où vous voulez en venir.

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Monsieur Malo, vous avez la parole.

[Français]

M. Luc Malo: Je veux vraiment aller jusqu'au bout de ma pensée. Je veux simplement que le secrétaire parlementaire de la ministre de la Santé soit conscient que si, d'ici à la fin du mois de juin, nous souhaitons revoir la ministre dans le cadre des travaux de ce comité, nous pourrions l'inviter. Elle sera enchantée de venir nous rencontrer une fois de plus, si nous le souhaitons.

[Traduction]

M. Colin Carrie: Je crois que la ministre s'est toujours présentée à nos séances lorsqu'elle a été invitée, alors...

Le président suppléant (M. Tim Uppal): Très bien. Nous convenons donc du fait que si la ministre peut passer une heure et demie avec nous, nous discuterons du Budget supplémentaire des dépenses ainsi que du Budget principal des dépenses. Cela me semble juste.

Merci.

La séance est levée.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5*

*If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5*

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les
Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à
l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and
Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the
following address: <http://www.parl.gc.ca>