



Produits amaigrissants en pharmacie

Comprendre l'enjeu pour
mieux protéger vos patients

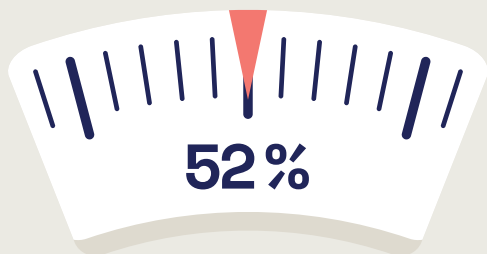
Présenté par

 **ASPQ**
ASSOCIATION POUR LA SANTÉ
PUBLIQUE DU QUÉBEC

Au Québec, le culte de la minceur est ancré et associé à la beauté, la réussite et la santé. Cette pression sociale combinée au contexte pandémique ont pour conséquence une augmentation de la préoccupation à l'égard du poids, de l'insatisfaction corporelle et des tentatives de perte de poids chez un grand nombre de personnes.

L'industrie de la minceur profite du mal-être des uns et de l'espoir de maigrir des autres, pour vendre et promouvoir une panoplie de produits amaigrissants. Or, ces derniers peuvent nuire à la santé, tant sur le plan physique que mental, et s'avèrent inefficaces à long terme. Les pharmacies font partie des nombreux lieux de vente des produits amaigrissants au Québec. La disponibilité et la promotion de ces produits en pharmacie leur permettent de bénéficier, à tort, d'une image «saine et sans danger».

Comme pharmacien(ne), vous pouvez jouer un rôle clé en informant votre clientèle sur les risques à la santé et l'inefficacité des produits amaigrissants. Il existe également des solutions simples à mettre en place pour protéger et promouvoir la santé de vos patients.



de la population québécoise indique être insatisfaite de son poids².

Le saviez-vous ?

En mars 2021, six personnes sur dix ont tenté de perdre ou de maintenir leur poids au cours des derniers mois².

Les femmes et les jeunes âgés de 18 à 34 ans sont davantage préoccupés par leur poids et sont plus susceptibles d'avoir recours à des produits, services et moyens amaigrissants^{1,2}.



Qu'est-ce qu'un produit amaigrissant ?

Il existe un large éventail de produits amaigrissants disponibles en pharmacie :

- Produits de santé naturels amaigrissants : coupe-faim, brûleurs de graisse, détoxifiants, modulateurs du métabolisme, diurétiques ou laxatifs pour la perte de poids ;
- Substituts de repas à visée amaigrissante ;
- Suppléments protéinés pour sportifs ;
- Barres et collations protéinées ou minceur.

Efficacité non prouvée

La communauté scientifique est assez unanime : les données probantes actuelles ne permettent pas de démontrer une efficacité des produits amaigrissants sur la perte de poids. Prenez garde, les études financées par les fabricants sont souvent d'une qualité méthodologique faible avec des échantillons de petite taille, un suivi à court terme et peu ou pas d'effets notables sur le poids corporel. De plus, celles-ci portent essentiellement sur des ingrédients isolés et non sur la composition complète des produits amaigrissants^{4, 5, 6}.

Risques pour la santé

Les ingrédients contenus dans les produits amaigrissants étant nombreux et variés, il est difficile de dresser une liste précise de leurs effets indésirables. Toutefois, ils peuvent engendrer **des risques pour la santé physique** tels que: fatigue, maux de tête, troubles du sommeil, anémie, troubles digestifs, toxicité rénale et hépatique, problèmes cardiaques et respiratoires, voir le décès en cas de graves complications^{4, 5, 6}.

Ces risques sont associés à différents facteurs:

1. La quantité et la qualité des ingrédients contenus dans ces produits;
2. Les interactions avec d'autres produits, aliments et médicaments;
3. Les caractéristiques et vulnérabilités des individus⁵.

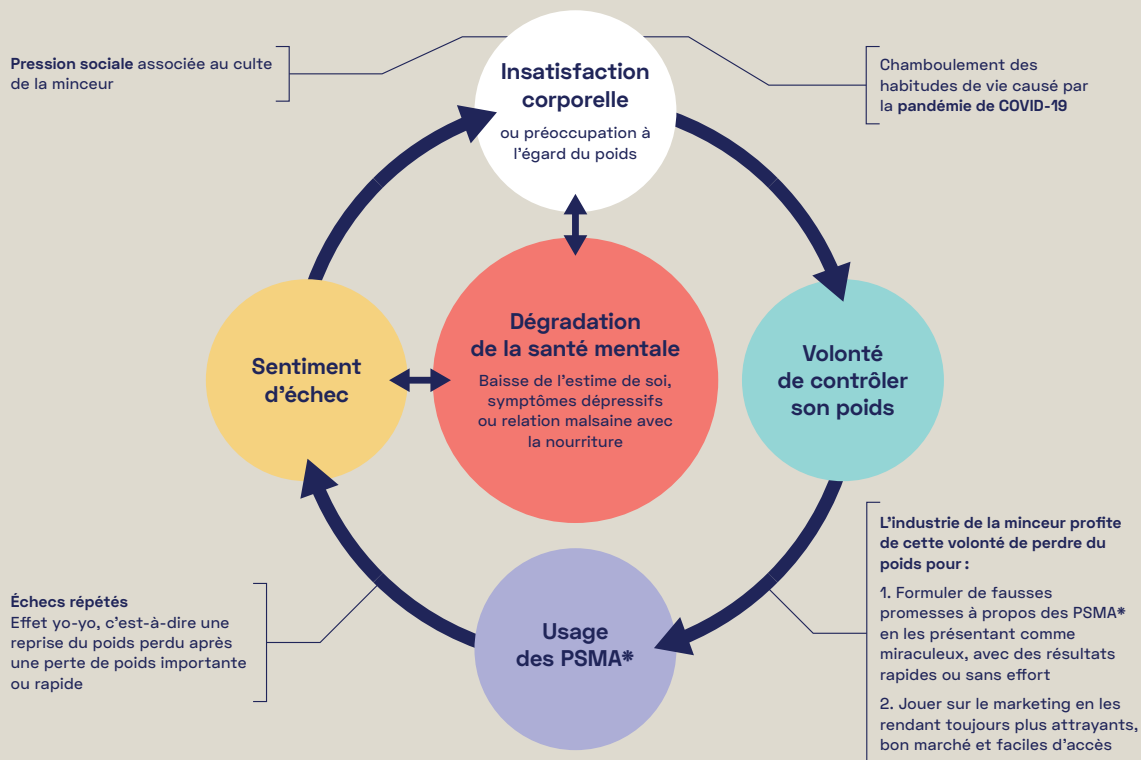
Il est important de signifier que **les produits amaigrissants sont contre-indiqués chez certaines populations vulnérables** comme les femmes enceintes ou allaitantes, les enfants, les personnes âgées et celles atteintes de maladies chroniques (diabète, maladies cardiovasculaires, dépression, cancers, maladies auto-immunes et VIH-SIDA) pour lesquelles le risque d'interaction médicamenteuse est important^{5, 6}.

Le saviez-vous ?

Les effets indésirables associés aux produits de santé naturels (dont ceux à visée amaigrissante) ont tendance à être sous-rapportés. **Seulement 41% des Canadiens ayant subi les effets indésirables de ces produits les ont signalés** à Santé Canada⁷.

Cercle vicieux des PSMA* : effets néfastes sur la santé mentale.

L'impact des produits amaigrissants sur la santé mentale s'explique par la vulnérabilité des personnes qui s'engagent dans une démarche de perte de poids^{5, 8, 9, 10, 11, 12}.



*PSMA: produits, services et moyens amaigrissants.

En tant que professionnel.le accessible et promoteur de santé, vous pouvez remédier à la désinformation entourant les produits amaigrissants¹³.

Disponibilité des produits amaigrissants en pharmacie

La pharmacie est un lieu d'approvisionnement important de produits amaigrissants. En 2021, le quart des personnes ayant consommé des produits amaigrissants se sont procurés ces derniers en pharmacie².

La grande majorité des bannières et chaînes de pharmacies au Québec offrent des produits amaigrissants en vente libre. En plus de les distribuer, certaines bannières sont également productrices de produits minceur sous l'égide de leur marque maison¹⁴.

Un point important à considérer est que la pharmacie est l'unique lieu de vente où la population peut bénéficier des conseils et mises en garde d'un.e professionnel.le de la santé sur les produits amaigrissants. Ainsi, **il est plus sécuritaire d'acheter ces produits en pharmacie** plutôt que sur Internet, dans des magasins de produits naturels ou dans des magasins de grande surface¹⁵.

Le saviez-vous ?

Huit québécois.es sur dix accordent leur confiance au pharmacien pour obtenir des conseils sur les produits de santé naturels (dont ceux à visée amaigrissante)¹⁶.

Pourtant, **seulement 28% de la population va demander régulièrement conseil au pharmacien** avant d'acheter un produit de santé naturel¹⁶.

La pharmacie étant considérée comme **un lieu promoteur de santé**, les produits qui s'y trouvent bénéficient d'une certaine crédibilité et peuvent être perçus, à tort, comme sûrs et efficaces^{15, 17}.



Le saviez-vous ?

La population juge les produits amaigrissants vendus en pharmacie comme **plus sécuritaires et plus efficaces** que ceux vendus sur Internet¹⁶. Or, les données probantes actuelles sont insuffisantes pour démontrer l'efficacité et l'innocuité des produits amaigrissants.

Stratégies promotionnelles des produits amaigrissants en pharmacie

L'industrie de la minceur emploie **une panoplie de stratégies pour promouvoir ses produits amaigrissants**. Elle profite de l'insatisfaction corporelle et de la préoccupation à l'égard du poids pour tromper la population en présentant ses produits comme une solution miracle pour perdre du poids rapidement ou sans effort¹².

Le saviez-vous ?

Il est possible de **dénoncer les publicités trompeuses des produits amaigrissants** auprès des instances responsables ?

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter notre site web apparencetrompeuses.ca, section *Dénoncer*.

Les différents lieux de vente et leurs activités promotionnelles contribuent aussi à valoriser ces produits. Voici quelques exemples observés en pharmacie :

DES PRODUITS AMAIGRISSANTS EXPOSÉS PARMIS LES PRODUITS DE SANTÉ NATURELS

Certaines pharmacies **dispensent les produits amaigrissants parmi les produits de santé naturels**, leur permettant de bénéficier des qualificatifs « sains », « naturels » et « bien-être » associés à ces derniers. Cette stratégie peut faire émerger de fausses croyances quant à la sûreté et l'efficacité de ces produits, les présentant à tort comme inoffensifs et bons pour la santé.

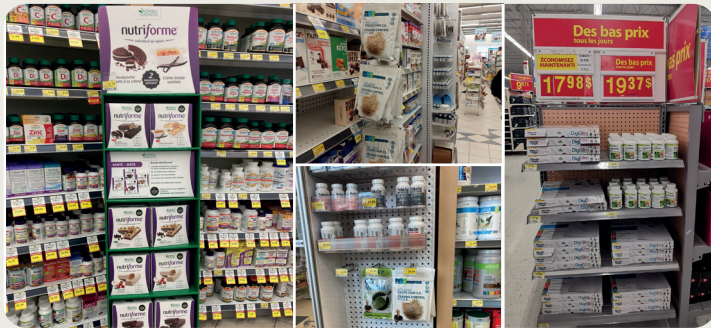
DES ÉTALAGES DESTINÉS À LA PERTE DE POIDS

D'autres pharmacies mettent en avant ces produits sur des étalages destinés à la perte de poids :



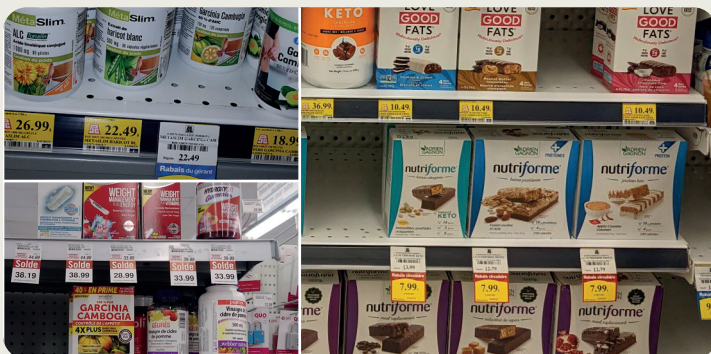
DES PLACEMENTS STRATÉGIQUES EN BOUT D'ALLÉE OU SUR DES PRÉSENTOIRS

Les produits amaigrissants sont également mis de l'avant en bout d'allée ou sur des présentoirs publicitaires réservés à des marques. Cette pratique promotionnelle incite à la consommation de ces produits, qui ne devraient pas jouer d'une telle vitrine considérant leurs risques pour la santé.



DES RABAIS ATTRAYANTS

Les produits amaigrissants en pharmacie sont soumis aux rabais des circulaires et à ceux proposés directement sur les étalages (ex. : rabais du gérant). Les rabais des circulaires incitent les consommateurs à se rendre dans la pharmacie pour en bénéficier, alors que les rabais du gérant les attirent vers ces produits une fois sur place.



DES PROMOTIONS DANS LES CIRCULAIRES

Dans les circulaires des bannières de pharmacies les plus connues au Québec, les produits amaigrissants sont régulièrement présentés comme des alliés de la santé et des saines habitudes de vie. Certains moments de l'année sont privilégiés pour la mise en avant de ces produits, comme la nouvelle année ou à l'arrivée de la saison estivale.



Dans l'exemple ci-dessus, le slogan « complice de vos résolutions santé » est accompagné d'une diversité de produits amaigrissants comme des coupe-faim, des modulateurs du métabolisme, des substituts de repas, des suppléments protéinés ou encore des infusions détox.



Ci-dessus, une autre circulaire fait la promotion de substituts de repas et de barres à visée amaigrissante en s'associant à une tendance minceur du moment, « la diète cétogène ».

Des solutions rapides et à votre portée existent pour agir sur la vente et la promotion des produits amaigrissants :

Des ressources basées sur des données probantes sont disponibles.

Dans le cadre de sa campagne *Apparences Trompeuses!*, l'ASPQ a développé une boîte à outils destinée aux pharmacien.ne.s pour informer leur clientèle sur les produits amaigrissants et sur les habitudes de vie favorables à la santé et au bien-être. Il existe aussi un volet destiné à la population générale, que les professionnel.le.s peuvent partager au plus grand nombre.

Inciter la population à consulter un.e pharmacien.ne avant d'acheter des produits amaigrissants, au moyen d'un affichage.

Téléchargez le modèle clé en main développé par l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ) sur son site apparencestrompeuses.ca, section *Outils pour pharmacies*.

Cesser la mise en avant des produits amaigrissants, afin de réduire leur attrait.

Par exemple, il est possible de placer les produits amaigrissants en bas des étalages pour limiter leur visibilité ou encore de ne pas dédier des sections d'étalage à la gestion du poids, selon la marge de manoeuvre des pharmacien.ne.s.

Sources

1. Institut national de santé publique du Québec. (2022). *Pandémie, habitudes de vie, qualité de sommeil et préoccupation à l'égard du poids* – 25 janvier 2022.
2. Léger. (2021). *Produits, services ou moyens amaigrissants: Sondage auprès des Québécois et Québécoises*.
3. Camirand, H., Traoré, I., & Baulne, J. (2016). *L'Enquête québécoise sur la santé de la population, 2014-2015*. Institut de la statistique du Québec.
4. National Institutes of Health. (2021). *Dietary Supplements for Weight Loss*. Office of Dietary Supplements - Strengthening Knowledge and Understanding of Dietary Supplements.
5. Vennes, M., Paquette, M.-C., Mongeau, L., Laguë, J., & Strečko, J. (2008). *Bénéfices, risques et encadrement associés à l'utilisation des produits, services et moyens amaigrissants (PSMA)*. Institut national de santé publique Québec.
6. Barrea, L., Altieri, B., Polese, B., De Conno, B., Muscogiuri, G., Colao, A., & Savastano, S. (2019). *Nutritionist and obesity: Brief overview on efficacy, safety, and drug interactions of the main weight-loss dietary supplements*. *International Journal of Obesity Supplements*, 9(1), 32-49.
7. Santé Canada. (2016). *Au sujet des produits de santé naturels*.
8. Elran-Barak, R. (2019). *The associations of healthful weight-control behaviors with psychological distress and changes in body mass index among young adults*. *Journal of Health Psychology*, 26(2), 283-295.
9. Quinn, D. M., Puhl, R. M., & Reinka, M. A. (2020). *Trying again (and again): Weight cycling and depressive symptoms in U.S. adults*. *PLOS ONE*, 15(9), 1-10.
10. Mulgrew, K. E., Kannis-Dymand, L., Hughes, E., Carter, J. D., & Kaye, S. (2019). *Psychological factors associated with the use of weight management behaviours in young adults*. *Journal of Health Psychology*, 24(3), 337-350.
11. Schaumberg, K., Anderson, D. A., Anderson, L. M., Reilly, E. E., & Gorrell, S. (2016). *Dietary restraint: What's the harm? A review of the relationship between dietary restraint, weight trajectory and the development of eating pathology*. *Clinical Obesity*, 6(2), 89-100.
12. Sauv -Lévesque, L., & Rossier-Bisaillon, M.-J. (2021). *Produits, services et moyens amaigrissants- Portrait québécois de la publicit  en ligne*. Association pour la santé publique du Québec
13. Fakih, S., Marriott, J. L., & Hussainy, S. Y. (2016). *Employing the nominal group technique to explore the views of pharmacists, pharmacy assistants and women on community pharmacy weight management services and educational resources*. *International Journal of Pharmacy Practice*, 24(2), 86-96.
14. Jalbert, Y. G., Panichelli, F., & Poorteman, H. (2020). *« J'aimerais perdre 4   5 kilos. Que me conseillez-vous ? » - Produits de santé naturels amaigrissants: Enquête exploratoire qualitative réalisée dans des pharmacies communautaires monr alaises*. Association pour la santé publique du Québec.
15. Boon, H., Hirschhorn, K., Griener, G., & Cali, M. (2009). *The ethics of dietary supplements and natural health products in pharmacy practice: A systematic documentary analysis*. *International Journal of Pharmacy Practice*, 17(1), 31-38.
16. Léger. (2022). *Achat d'aliments et de produits amaigrissants en pharmacie*.
17. Hackett, A., & Kraska, J. (2012). *Is it time to regulate over-the-counter weight-loss formulations?* *International Journal of Pharmacy Practice*, 20(3), 199-202.

Pour plus d'information, contactez l'ASPQ.
514 528-5811
info@aspq.org