



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

jeunes

Question écrite n° 121812

Texte de la question

M. Jacques Remiller appelle l'attention de M. le ministre de la santé et des solidarités sur la lutte contre l'obésité infantile. Les études convergent pour souligner le caractère exponentiel de la croissance de l'obésité infantile en France. La CNAM a ainsi indiqué en 2005 que 20 % des enfants de huit ans sont obèses, et l'Obépi a souligné cette année que le taux de croissance annuel de l'obésité dans notre pays s'élève à 5,7 %. Au mois d'octobre 2006, l'UFC-Que choisir a publié une enquête détaillée démontrant le lien entre les publicités à destination des enfants et leurs comportements alimentaires. Elle révèle que 71 % des parents considèrent que leur enfant est influencé par la publicité et reconnaissent céder à ces demandes lors de leurs courses alimentaires. Or l'étude souligne que 89 % des produits promus dans les publicités à destination des enfants sont très sucrés ou gras. Plus encore, les enfants les plus exposés à la télévision sont ceux qui consomment le plus de produits trop riches en graisse, sucre ou sel. Au niveau européen, la révision de la directive « Télévision sans frontières » tend à élargir la présence publicitaire sur les écrans, y compris dans le cadre des programmes pour enfants. Alors que l'Europe a adopté un règlement européen sur les « allégations nutritionnelles et de santé » qui vise à définir des profils nutritionnels pour les produits alimentaires et à refuser tout abus publicitaire, il serait cohérent que la révision de la directive TSF prolonge cette action en encadrant la publicité télévisée à destination des enfants. Des États européens (Danemark, Suède, Italie, Luxembourg) ont d'ailleurs pris de telles mesures et il apparaît indispensable pour la santé des jeunes Français de limiter, voire interdire les publicités de produits très sucrés et très gras pendant les heures « récréatives ». En conséquence il demande au Gouvernement quelles mesures il entend prendre afin d'améliorer la santé de nos enfants.

Texte de la réponse

La question de la relation entre la publicité télévisuelle pour des produits et services alimentaires et le développement de l'obésité chez l'enfant est une des préoccupations prioritaires du ministère de la santé et des solidarités en matière de nutrition. C'est dans cet esprit que la France a préparé et signé, avec les autres ministères de la santé européens le 17 novembre 2006, la Charte européenne sur la lutte contre l'obésité, sous l'égide de l'OMS. Celle-ci stipule que : « ... les mesures doivent comprendre l'adoption de réglementations visant à réduire sensiblement l'ampleur et l'impact de la promotion commerciale des aliments et boissons à haute densité énergétique, particulièrement auprès des enfants (en élaborant des mesures à l'échelle internationale, comme un code du marketing ciblant les enfants dans ce domaine) ». La loi n° 2004-806 du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique a été la première loi à aborder directement la question de l'influence de la télévision sur les comportements alimentaires des enfants. Le décret et l'arrêté introduisant des messages sanitaires dans les publicités alimentaires ont été publiés au journal officiel du 28 février 2007 et sont applicables depuis le 1er mars. La loi prévoit que les annonceurs ont également la possibilité de s'en exonérer ils versent alors une contribution de 1,5 % du coût de la publicité. Cette contribution est affectée à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour conduire des actions d'éducation nutritionnelle. Ces messages donnent des repères simples sur l'alimentation pour le grand public. Cette mesure contribue ainsi aux objectifs de prévention nutritionnelle du deuxième programme national nutrition santé, lancé par le ministre de la

santé et des solidarités le 6 septembre dernier. Vis-à-vis des enfants, cette mesure ne se conçoit qu'en complément, et en soutien, à l'éducation nutritionnelle que les parents ou les éducateurs sont les premiers à donner. Cette mesure s'applique à tous les grands vecteurs de publicité, médias comme hors médias et à tous les produits alimentaires manufacturés et à toutes les boissons avec ajouts de sucre, de sel ou d'édulcorants. Cette mesure très importante sur la publicité alimentaire a été remarquée au niveau international et a suscité l'intérêt de l'OMS. Elle constitue un progrès majeur et elle sera évaluée après sa mise en application. Dans le cadre du 2e programme nutrition santé, un effort particulier porte notamment sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires mis sur le marché, ainsi que sur leurs modes de commercialisation. En particulier, le Gouvernement a publié en février dernier un cadre d'engagement de progrès nutritionnel destiné aux acteurs économiques. Il prévoit de porter une attention particulière à la publicité alimentaire en direction des enfants. Neuf entreprises ont déjà fait part de leur volonté de s'engager. De plus, les moyens financiers de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour mener à bien des actions d'éducation nutritionnelle et conduire des campagnes dans les médias sur ce sujet ont été fortement accrus et portés à dix millions d'euros en 2007. Enfin, la position de la France relative à la révision de la directive « Télévision sans frontières » est coordonnée par le ministre de la culture et de la communication. Ainsi, à ce stade, l'un des articles de la directive « Télévision sans frontières » prévoit que les États membres et la Commission européenne encouragent les fournisseurs de services audiovisuels à développer un code de bonne conduite sur la question des programmes pour enfants contenant ou étant interrompus par des promotions pour des produits alimentaires à teneur élevée en gras, sel, sucre ou boissons alcoolisées. La France souhaite que ce code soit développé par l'ensemble des parties intéressées dans le cadre de lignes directrices fixées par les États membres et la Commission européenne.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Remiller](#)

Circonscription : Isère (8^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 121812

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : santé et solidarités (II)

Ministère attributaire : santé et solidarités (II)

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 10 avril 2007, page 3505

Réponse publiée le : 15 mai 2007, page 4646