



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

sécurité des produits

Question écrite n° 2186

Texte de la question

M. Jean-Paul Dupré attire l'attention de M. le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur l'étiquetage des produits de protection solaire. Les indices de protection s'échelonnent entre 5 et 100, avec une surenchère de dénominations confuses - 40 UVB, 20 UVA, 60 anti UVA/UVB, IP 25 (...) - auxquelles sont parfois associées des mentions plus ou moins subjectives du type « protection intense », « protection totale », « écran extrême » (...). Une situation tout à fait anormale dénoncée à juste raison par l'UFC-Que Choisir qui réclame des mesures pour garantir véritablement l'information, la liberté de choix et la sécurité des consommateurs. Une revendication d'autant plus légitime que l'on dénombre chaque année 6 000 à 8 000 nouveaux cas de mélanomes malins, dont 1 000 mortels. Il lui demande donc quelles mesures il compte prendre pour que les consommateurs puissent disposer d'une information sincère et véritable en matière de produits de protection solaire.

Texte de la réponse

La lutte contre les effets néfastes du soleil s'est développée depuis de nombreuses années selon plusieurs axes. Des campagnes d'informations, institutionnelles ou mises en oeuvre par les professionnels du secteur des cosmétiques, ont attiré l'attention des consommateurs sur les risques d'une exposition prolongée au soleil, en particulier pour les jeunes enfants. Dans le domaine des produits de protection solaire, il n'existe pas de méthode normalisée pour mesurer l'indice de protection au niveau mondial, les différentes méthodes disponibles sont peu différentes les unes des autres et les divers indices qui résultent de leur mise en oeuvre permettent aux consommateurs de comparer les produits mis à leur disposition. L'usage par les entreprises de mentions telles que « écran total » est considéré par les services d'inspection de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) comme des publicités de nature à induire en erreur les consommateurs sur les résultats qu'ils sont en droit d'attendre de ces produits et, de ce fait, des infractions peuvent être relevées. L'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS) devrait prochainement se prononcer sur les messages nécessaires à l'actualisation des recommandations faites depuis 10 ans dans ce secteur. Une réflexion plus globale devrait également être initiée par l'AFSSAPS afin de mieux évaluer les risques liés au soleil et intégrer l'ensemble des données disponibles pour une meilleure information du consommateur. Le cas échéant, ces travaux pourront conduire à une redéfinition et une harmonisation des étiquetages des produits de protection solaire. Les produits cosmétiques relevant d'une réglementation communautaire depuis 1976, cette question devra être débattue au niveau européen.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Paul Dupré](#)

Circonscription : Aude (3^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 2186

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 2 septembre 2002, page 2980

Réponse publiée le : 28 octobre 2002, page 3888