ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

jeunes

Question écrite n° 21118

Texte de la question

M. Jean-Luc Reitzer attire l'attention de Mme la ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative sur les mesures à prendre pour limiter les effets néfastes de la publicité sur le comportement alimentaire des enfants. L'obésité, vecteur de maladies cardio-vasculaires, ne cesse de progresser en France. Elle touche aujourd'hui plus de 10 % des enfants de sept à onze ans ; 41 % des adultes ont une surcharge pondérale. La loi du 9 août 2004 oblige les industriels de l'agroalimentaire à apporter un message sanitaire pour les produits pouvant entraîner un déséquilibre alimentaire. Dans les faits, il faut reconnaître que les modalités pratiques de l'application de cette disposition législative sont inefficaces : bandeau réduit, défilement rapide, petitesse des caractères. En conséquence, il y aurait lieu d'encadrer de manière plus efficace les publicités à destination des enfants. Dans ce cadre, il lui demande quelles dispositions elle entend prendre pour réduire l'impact des publicités dans le comportement alimentaire des jeunes enfants.

Texte de la réponse

Le décret et l'arrêté du 27 février 2007 sur les messages publicitaires et promotionnels en faveur de certains aliments et boissons devant être accompagnés d'informations à caractère sanitaire, ont été publiés en application de la loi relative à la politique de santé publique d'août 2004. Pour les enfants, compte-tenu de leur difficulté de lecture, les messages sont délivrés oralement durant les encarts qui encadrent les plages publicitaires. Plusieurs études réalisées par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) montrent une très grande acceptabilité d'une information sanitaire dans les messages publicitaires en faveur des boissons avec ajouts de sucre, de sel ou d'édulcorant de synthèse. De tels messages incitent à la réflexion et à s'interroger sur ses comportements. Chez les jeunes, les résultats en termes de mémorisation, compréhension et agrément sont très largement positifs. Cette bonne mémorisation et réceptivité montrent aussi leur particulière sensibilité aux messages publicitaires. C'est pourquoi, depuis le premier trimestre 2008, les pouvoirs publics proposent aux interprofessions, entreprises et annonceurs de s'inscrire dans une démarche volontaire d'engagements afin que soient mieux encadrées les publicités pour certains aliments diffusées lors de programmes télévisés destinés aux enfants. En ce qui concerne la restauration scolaire, le PNNS2 prévoit un texte juridique plus contraignant que la circulaire du 25 juin 2001 relative à la composition des repas servis en restauration scolaire. Les modalités de mise en place sont actuellement à l'étude et devraient être effectives avant la fin de l'année 2008. Par ailleurs, la ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative a prévu une concertation entre les ministères et les partenaires concernés, afin d'envisager le retrait des confiseries et des sucreries aux caisses des grands magasins. En outre, l'installation en février 2008 d'un Observatoire de la qualité de l'alimentation (OQALI), fruit d'une collaboration étroite entre les ministères chargés de la santé, de l'agriculture et de la consommation, l'Institut national de recherche agronomique (INRA) et l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA), permettra de suivre l'évolution de la qualité de l'offre alimentaire sur le plan nutritionnel et socio-économique.

Données clés

Auteur : M. Jean-Luc Reitzer
Circonscription : Haut-Rhin (3e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 21118
Rubrique : Santé
Ministère interrogé : Santé, jeunesse, sports et vie associative
Ministère attributaire : Santé, jeunesse, sports et vie associative

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 15 avril 2008, page 3201
Réponse publiée le : 22 juillet 2008, page 6396