



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 13ème législature

jeunes

Question écrite n° 31683

### Texte de la question

M. Alain Suguenot attire l'attention de Mme la ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative sur la lutte contre l'obésité infantile, particulièrement vis-à-vis des publicités de produits à faible valeur nutritive. D'après les données de l'Institut national de veille sanitaire, plus de 17 % des enfants français souffrent actuellement d'obésité ou de surpoids. Cette étude, qui confirme les appréhensions des associations de consommateurs, a motivé la présentation en février dernier, par le Gouvernement, de nouvelles mesures concernant la prévention de l'obésité. Ces mesures ciblent les facteurs majeurs contribuant au développement de l'obésité, notamment les publicités télévisées diffusées aux heures de grande écoute, faisant la promotion de produits particulièrement gras, salés ou sucrés. La direction générale de la santé a d'ailleurs été chargée de recueillir les engagements volontaires des médias et professionnels de l'agroalimentaire, en vue de l'élaboration de mesures de protection des enfants. En parallèle, la direction du développement des médias a engagé un travail sur une charte à laquelle souscriraient l'industrie agroalimentaire, les régies publicitaires et les chaînes de télévision, et par laquelle elles s'engageraient à cesser la diffusion des publicités de produits déséquilibrés aux heures de grande écoute. Le groupe de travail de la direction générale de la santé n'a cependant pas été consulté sur ce projet de charte, alors même qu'il est en charge du dossier. Il lui demande donc de bien vouloir lui faire savoir quelle est la position du Gouvernement concernant les diffusions de publicités pendant les programmes de jeunesse et la prie également de lui indiquer comment le Gouvernement entend mettre en oeuvre sa politique en la matière, plus particulièrement sur le plan de la coordination entre le ministère de la culture et celui de la santé.

### 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 pages 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'édulcorants de synthèse. 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 la ministre de la santé et des sports a proposé en février 2008 une démarche responsable et d'autodiscipline pour permettre aux acteurs économiques concernés de promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision. Ainsi, la charte signée le 18 février 2009 entre les ministres chargés de la santé et de la culture, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et les acteurs de l'audiovisuel, de la publicité et des annonceurs, prévoit que les chaînes s'engagent à accorder aux messages sanitaires de l'INPES des conditions tarifaires très avantageuses tout au long de l'année (réduction forfaitaire spécifique de 60 %), à développer des programmes pour la jeunesse sur l'alimentation et l'éducation physique d'environ 400 à

500 heures par an ainsi qu'à produire des programmes courts incitant à des bonnes pratiques alimentaires et d'hygiène de vie, en se référant aux repères du Programme national nutrition santé (PNNS). Les annonceurs se sont également engagés à renforcer leur démarche qualité dans le contenu des publicités alimentaires et à financer des programmes courts d'éducation à la santé. L'évaluation du respect de ces clauses sera faite par le CSA au bout de la première année d'engagement. De plus, un comité de suivi, auquel pourront être associés les parlementaires, sera constitué afin de suivre au plus près les résultats.

## Données clés

**Auteur :** [M. Alain Suguenot](#)

**Circonscription :** Côte-d'Or (5<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 31683

**Rubrique :** Santé

**Ministère interrogé :** Santé, jeunesse, sports et vie associative

**Ministère attributaire :** Santé et sports

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 30 septembre 2008, page 8323

**Réponse publiée le :** 31 mars 2009, page 3134