



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

publicité

Question écrite n° 18315

Texte de la question

Mme Bérengère Poletti attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur l'efficacité des campagnes publicitaires en matière de santé publique. Un rapport du Centre d'analyse stratégique (CAS) du 16 mars 2010, intitulé « Les nouvelles approches de la prévention en santé publique : l'apport des sciences comportementales cognitives et des neurosciences », souligne les limites des messages et publicités de prévention à l'attention du grand public. En prenant l'exemple des campagnes de lutte contre l'obésité ou le tabagisme, le CAS a pu relever que, si elles ont permis d'éveiller les consciences, elles n'arrivent pas pour autant à modifier les comportements à risque. Par le biais d'une méthode d'analyse qui permet l'enregistrement de la trajectoire du regard du téléspectateur, le rapport constate que les yeux ne se portent jamais sur le bandeau comportant le message sanitaire, comme « manger-bouger », le message apposé sous les spots publicitaires pour les boissons et produits alimentaires tel que le prévoit la loi de santé publique depuis 2004. Le rapport souligne que ces bandeaux publicitaires sont inadaptés face aux effets d'habitation et de sur stimulation sensorielle générés par les publicités qui sont colorées, en mouvement et en musique, pour attirer l'attention et susciter l'envie). Une étude réalisée par UFC-Que choisir a pu montrer aussi qu'il existait un risque de confusion réel entre le message sanitaire et le produit promu, de sorte que 68 % des adultes sondés pensaient que le fabricant vantait l'équilibre nutritionnel de son produit. Afin d'améliorer ces messages, le CAS propose d'en varier le contenu, la forme, la disposition et la présentation, afin qu'il n'entre pas en concurrence cognitive avec le produit. Le rapport précise que ce message devrait apparaître seul à l'écran et être lu par des voix différentes. Aussi, elle la remercie de bien vouloir lui faire connaître sa position et les suites qu'elle entend donner à ces recommandations.

Texte de la réponse

Les messages publicitaires en faveur des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorant de synthèse et des produits alimentaires manufacturés contiennent une information à caractère sanitaire. Il s'agit d'une mesure d'éducation nutritionnelle qui vise à sensibiliser le public, et notamment les enfants, et à faire connaître les repères essentiels en matière de nutrition. Elle contribue avec un grand nombre d'autres mesures mises en oeuvre dans le cadre du programme national nutrition santé à la prévention des pathologies nutritionnelles comme l'obésité, les maladies cardiovasculaires, l'ostéoporose, le diabète et de nombreux cancers. L'étude sur l'impact des messages sanitaires apposés sur les publicités alimentaires réalisée en 2007 par l'institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) auprès d'enfants, d'adolescents et d'adultes a montré que 87 % des français accueillent favorablement les messages sanitaires insérés dans les publicités alimentaires, 71 % d'entre eux les ont mémorisés en quelques mois et que 79 % pensent que c'est un bon moyen de sensibiliser les personnes à l'importance d'une alimentation équilibrée. Un rapport du Centre d'analyse stratégique du 16 mars 2010 « nouvelles approches de santé publique » préconise de varier le contenu, la forme, la disposition et la présentation des messages sanitaires. Une expertise collective de l'institut national de la recherche médicale sur les recommandations nutritionnelles sur les publicités est en cours de réalisation pour l'INPES. Le rapport est prévu pour fin 2015. L'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du

travail (ANSES) a été saisie par la direction générale de la santé pour actualiser les repères de consommations alimentaires du programme national nutrition santé. Le rapport de l'ANSES fournira les bases pour actualiser en 2016 le fond et la forme des messages sanitaires. Pour lutter contre les fortes inégalités qui s'expriment encore dans le domaine du surpoids et de l'obésité, la ministre des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes a introduit dans le projet de loi de modernisation de notre système de santé, voté en première lecture à l'Assemblée nationale le 14 avril 2015, le principe d'une présentation graphique adaptée de l'information nutritionnelle reposant sur un logo et un code couleur facilement reconnaissables. Il s'agit de permettre à chacun de faire des choix de consommation éclairés en faveur de sa santé. Ce projet de loi prévoit également la révision régulière de l'information à caractère sanitaire. La ministre des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes a installé le 26 mars 2015 le groupe de concertation sur l'information nutritionnelle afin de préparer la mise en oeuvre de l'article 5 du projet de loi de modernisation de notre système de santé.

Données clés

Auteur : [Mme Bérengère Poletti](#)

Circonscription : Ardennes (1^{re} circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18315

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : Affaires sociales et santé

Ministère attributaire : Affaires sociales, santé et droits des femmes

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [12 février 2013](#), page 1433

Réponse publiée au JO le : [29 septembre 2015](#), page 7390