

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 janvier 2013

ONDES ÉLECTROMAGNÉTIQUES - (N° 654)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N ° 78

présenté par
Mme Abeille

ARTICLE 3 TER

Après l'alinéa 2, insérer les quatre alinéas suivants :

« *Art. L. 5232-1-2.* – Les messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés en faveur de téléphones mobiles, émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire, doivent contenir une information à caractère sanitaire. La même obligation d'information s'impose aux actions de promotion de ces téléphones.

« Les annonceurs peuvent déroger à cette obligation sous réserve du versement d'une contribution au profit de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé.

« La contribution prévue à l'alinéa précédent est assise sur le montant annuel des sommes destinées à l'émission et à la diffusion des messages visés au premier alinéa, hors remise, rabais, ristourne et taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies. Le montant de cette contribution est égal à 1,5 % du montant de ces sommes.

« Les modalités d'application du présent article, et notamment les conditions de consultation des annonceurs sur les actions de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé, sont déterminées par décret en Conseil d'État pris après avis de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail et de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé et après consultation du Bureau de vérification de la publicité. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à imposer la présence d'une information à caractère sanitaire dans les messages publicitaires en faveur des téléphones.

Alors que les agences et services de l'État ont lancé des initiatives visant à prévenir des risques résultant de l'exposition aux ondes électromagnétiques sur la santé (lesondesmobiles.fr, plaquettes

de la direction générale de la santé et de l'INPES, radiofrequence.gouv.fr, etc.), ces différentes informations demeurent trop confidentielles. L'écho de la communication de l'État résonne dans le vide alors que les opérateurs, fabricants et acteurs numériques majeurs (over-the-top en première ligne) déploient des campagnes d'information et de promotion qu'il est difficile de concurrencer.

Il s'agit donc de profiter de l'audience de ces acteurs, en imposant la présence d'un message à caractère sanitaire sur le support même de la publicité qu'ils diffusent.

En ce sens, cet amendement se calque exactement sur les dispositions de l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, qui a traité à la prévention de la consommation des boissons avec ajouts de sucres, de sels ou d'édulcorants de synthèse et de produits alimentaires manufacturés. Le succès de la campagne manger-bouger, que chaque citoyen s'est approprié grâce à la diffusion intense de message sanitaire sur chaque publicité, doit encourager le législateur à suivre cette voie.

Si les annonceurs choisissent de déroger à l'obligation de faire figurer un message sanitaire sur les publicités, la contribution pourrait servir à financer la réalisation et la diffusion d'actions d'information et d'éducation sanitaires sur l'exposition aux ondes électromagnétiques.