ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

politique de la santé

Question écrite n° 104976

Texte de la question

Mme Claude Darciaux souhaiterait attirer l'attention de M. le ministre de la santé et des solidarités sur les conditions d'application de la loi n° 2004-806 du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique. S'inscrivant dans le cadre de la réforme de l'ensemble de notre système de santé, la loi de santé publique devait mettre en relief une politique de prévention ambitieuse. L'État, garant de la protection de la santé, a ainsi déterminé des objectifs de santé publique, notamment l'insertion d'un message sanitaire dans le cadre des campagnes de promotion de produits alimentaires. L'article L. 2133-1 du code de la santé publique dispose désormais que les messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés en faveur de boissons avec ajout de sucre, de sel ou d'édulcorants de synthèse et de produits alimentaires manufacturés, émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire, doivent désormais, conformément à la loi, contenir une information à caractère sanitaire validée par l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments et l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé. La même obligation s'impose aux actions de promotion de ces boissons et produits. Sous réserve du versement d'une contribution au profit de l'Institut national de prévention et d'éducation à la santé, les annonceurs peuvent déroger à cette obligation. Cette contribution est destinée à financer la réalisation et la diffusion d'actions d'information et d'éducation nutritionnelles, notamment dans les médias concernés ainsi qu'au travers d'actions locales. Conformément à la lettre de la loi, les modalités d'application de l'article L. 2133-1 du code de la santé publique sont déterminées par décret en Conseil d'État, pris après avis de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments et de l'Institut national de prévention et d'éducation à la santé et après consultation du bureau de vérification de la publicité. Or, deux ans après l'adoption de la loi, aucun décret n'est paru sur ce point. Elle lui demande, en conséquence, dans quels délais paraîtra le décret d'application de l'article L. 2133-1 du code de la santé publique indispensable à la mise en oeuvre des messages sanitaires relatifs à la promotion des produits alimentaires, et, par là même, au renforcement de la lutte contre l'obésité.

Texte de la réponse

La question de la relation entre la publicité télévisuelle pour des produits et services alimentaires et le développement de l'obésité chez l'enfant est une des préoccupations prioritaires du ministère de la santé et des solidarités en matière de nutrition. C'est dans cet esprit que la France a préparé et signé, avec les autres ministères de la santé européens le 17 novembre 2006, la charte européenne sur la lutte contre l'obésité, sous l'égide de l'OMS. Celle-ci stipule que : « ...les mesures doivent comprendre l'adoption de réglementatio ns visant à réduire sensiblement l'ampleur et l'impact de la promotion commerciale des aliments et boissons à haute densité énergétique, particulièrement auprès des enfants (en élaborant des mesures à l'échelle internationale, comme un code du marketing ciblant les enfants dans ce domaine) ». La loi n° 2004-806 du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique a été la première loi à aborder directement la question de l'influence de la télévision sur les comportements alimentaires des enfants. Le décret et l'arrêté introduisant des messages sanitaires dans les publicités alimentaires ont été publiés au Journal officiel du 28 février 2007 et sont applicables depuis le 1er mars. La loi prévoit que les annonceurs ont également la possibilité de s'en exonérer :

ils versent alors une contribution de 1,5 % du coût de la publicité. Cette contribution est affectée à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour conduire des actions d'éducation nutritionnelle. Ces messages donnent des repères simples sur l'alimentation pour le grand public. Cette mesure contribue ainsi aux objectifs de prévention nutritionnelle du deuxième programme national nutrition-santé, lancé par le ministre de la santé et des solidarités le 6 septembre dernier. Vis-à-vis des enfants, cette mesure ne se conçoit qu'en complément, et en soutien, à l'éducation nutritionnelle que les parents ou les éducateurs sont les premiers à donner. Cette mesure s'applique à tous les grands vecteurs de publicité, médias comme hors médias et à tous les produits alimentaires manufacturés et à toutes les boissons avec ajouts de sucre, de sel ou d'édulcorants. Cette mesure très importante sur la publicité alimentaire a été remarquée au niveau international et a suscité l'intérêt de l'OMS. Elle constitue un progrès majeur et elle sera évaluée après sa mise en application. Dans le cadre du deuxième programme nutrition-santé, un effort particulier porte notamment sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires mis sur le marché, ainsi que sur leurs modes de commercialisation. En particulier, le Gouvernement a publié en février dernier un cadre d'engagement de progrès nutritionnel destiné aux acteurs économiques. Il prévoit de porter une attention particulière à la publicité alimentaire en direction des enfants. Neuf entreprises ont déjà fait part de leur volonté de s'engager. De plus, les moyens financiers de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour mener à bien des actions d'éducation nutritionnelle et conduire des campagnes dans les médias sur ce sujet ont été fortement accrus et portés à 10 millions d'euros en 2007.

Données clés

Auteur : Mme Claude Darciaux
Circonscription : Côte-d'Or (3e circonscription) - Socialiste
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 104976
Rubrique : Santé
Ministère interrogé : santé et solidarités
Ministère attributaire : santé et solidarités (II)

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 26 septembre 2006, page 10006
Réponse publiée le : 3 avril 2007, page 3424