



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

politique de la santé

Question écrite n° 76490

Texte de la question

M. Philippe-Armand Martin (Marne) * appelle l'attention de M. le ministre de la santé et des solidarités sur les conditions de mise en oeuvre de l'article 29 de la loi relative à la politique de santé publique. En effet, la loi n° 2004-806 promulguée en août 2004, modifiée par l'article susmentionné le code de la santé publique en ajoutant des informations à caractère sanitaire à tous messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés en faveur de boissons avec ajouts 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. La même obligation d'information s'impose aux actions de promotion de ces boissons et produits. Le législateur a souhaité par ce texte définir une série de mesures destinées à lutter contre l'obésité et plus particulièrement celle des enfants. En totale complémentarité avec les mesures d'ores et déjà engagées par le programme national nutrition santé (PNNS), programme quinquennal visant à améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population par la nutrition, ces mentions doivent donc impérativement répondre aux préoccupations des nutritionnistes. Cependant, à l'heure actuelle, les décrets d'application n'ont toujours pas été finalisés. Toutefois, il apparaît que dans le cadre du projet de loi de finances de la sécurité sociale, en son article 38, le Gouvernement entend étendre cette obligation issue de l'article 29 de la loi précitée à l'ensemble des messages publicitaires et ce quelque soit le support médiatique utilisé (presse, cinéma, affichage, Internet...). Cet élargissement, non adopté par la représentation nationale, dans le cadre de la loi relative à la politique de santé publique va engendrer de nouvelles charges pour les entreprises de l'industrie alimentaire. Dès lors, si les impératifs de santé publique peuvent justifier de l'adoption de certains dispositifs à caractère sanitaire, ces derniers ne doivent pas pour autant constituer des charges supplémentaires pesant sur les entreprises alimentaires. En conséquence, il lui demande de bien vouloir lui indiquer les intentions du Gouvernement en l'espèce, de telle sorte que les dispositions adoptées par la représentation nationale dans le cadre de la loi relative à la politique de santé publique soient respectées.

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 réglementations 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 : [M. Philippe Armand Martin](#)

Circonscription : Marne (6^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 76490

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : santé et solidarités

Ministère attributaire : santé et solidarités (II)

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 25 octobre 2005, page 9897

Réponse publiée le : 3 avril 2007, page 3424