



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

jeunes

Question écrite n° 30460

## Texte de la question

M. François de Rugy appelle l'attention de M. le Premier ministre sur la lutte contre l'obésité et la promotion d'une alimentation saine dans les programmes et les publicités à destination des enfants. Selon une récente enquête de l'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments (AFSSA) et de l'Institut nationale de Veille Sanitaire (InVS), plus de 17 % des enfants français souffrent actuellement d'obésité ou de surpoids. Suite à cette annonce, le ministère de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative a présenté de nouvelles mesures au sujet de la nutrition et de la prévention de l'obésité : il s'est notamment engagé à cesser la diffusion de publicités pour des produits gras, sucrés ou salés aux heures de grandes écoutes des enfants. La Direction Générale de la Santé (DGS) a par conséquent été chargée de recueillir les engagements volontaires des professionnels de l'agro-alimentaire et des médias, afin de mettre en place des mesures de protection des enfants. Au cas où une démarche volontaire échouerait, une loi est envisagée. En parallèle, la Direction du Développement des Médias (DDM) travaille sur une charte contenant des engagements de la part de l'industrie agro-alimentaire, des régies publicitaires et des chaînes de télévision. Cette charte doit contenir l'engagement à même de répondre à la préoccupation exprimée par le ministère de la santé, et aussi par les experts scientifiques. Or il semblerait que le groupe de travail de la DGS en charge du dossier n'ait pas été consulté sur le projet de charte, ce qui soulève des interrogations quant au ministère responsable de la mise en oeuvre des engagements gouvernementaux relatifs à la lutte contre l'obésité et la teneur exacte des mesures qui vont être prises. En conséquence, il lui demande de bien vouloir lui indiquer la position du Gouvernement sur la diffusion de publicités pour des produits déséquilibrés durant les programmes pour enfants, ainsi que le ministère responsable de la mise en oeuvre des engagements pris.

## 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. François de Rugy](#)

**Circonscription :** Loire-Atlantique (1<sup>re</sup> circonscription) - Gauche démocrate et républicaine

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 30460

**Rubrique :** Santé

**Ministère interrogé :** Premier ministre

**Ministère attributaire :** Santé et sports

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 9 septembre 2008, page 7678

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