



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

### politique de la santé

Question écrite n° 3299

#### Texte de la question

M. Lionel Tardy attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les résultats de la campagne d'incitation à la consommation de cinq fruits et légumes par jour dans le cadre du programme national nutrition-santé. Il lui demande de lui indiquer le coût de ces campagnes, tant pour leur réalisation que leur diffusion, ainsi que le bilan qu'elle tire de leur efficacité.

#### Texte de la réponse

Selon des études quantitatives sur la connaissance des repères du programme national nutrition santé (PNNS) réalisées par l'institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) de 2005 à 2011, la notoriété du repère sur les fruits et légumes a augmenté entre 2005 et 2011 : en 2005, 36 % des sujets citaient le repère « au moins 5 fruits et légumes par jour » ; en 2008, 68 % le citaient et en 2011, 74 %. L'objectif de la campagne de communication sur le repère nutritionnel « au moins cinq fruits et légumes par jour » mise en place en 2008 était de permettre une meilleure compréhension du repère de consommation pour que chacun se l'approprie. Il s'agissait également de favoriser le passage à l'acte, en valorisant la notion de plaisir. pédagogiques, les messages de cette campagne donnaient à tous des idées concrètes et pratiques pour « mieux manger ». Cette campagne faisait également la promotion du repère sur les féculents. Elle comprenait un spot télévisé de 30 secondes sur les chaînes hertziennes, les chaînes du câble et dans les départements d'Outre-mer (DOM), un dépliant sous forme de fiches conseils « au moins 5 fruits et légumes par jour sans effort » et la mise en ligne d'une nouvelle version du site [www. mangerbouger. fr](http://www.mangerbouger.fr). Le dépliant a été édité à un million d'exemplaires et diffusé auprès des acteurs de terrain : centres de protection maternelle et infantile (PMI), centres communaux d'action sociale (CCAS), service de santé des mairies. Il est toujours téléchargeable sur le site [www. mangerbouger. fr](http://www.mangerbouger.fr) et à la commande sur [www. inpes. sante. fr](http://www.inpes.sante.fr). Un partenariat avec le quotidien 20 minutes à Paris et en province a permis de diffuser 500 000 exemplaires de chaque dépliant. L'achat d'espace pour la campagne télévisée et la diffusion du dépliant via le partenariat 20 Minutes s'élevait à 3 051 109,48 € (pour les deux films dont le film féculent), les frais techniques étaient de 584 673,97 € (dont le film féculent) et le post test de la campagne fruits et légumes étaient de 44 491,20 €. L'évaluation de la campagne télévisée a montré des résultats positifs. Afin de modifier le comportement alimentaire et augmenter la consommation de fruits et légumes, d'autres stratégies complémentaires aux campagnes de communication sont mises en place dans le cadre du PNNS 2011-2015, notamment avec l'appui des actions conduites par l'INPES. La politique de lutte contre le surpoids et l'obésité a été engagée en France depuis de nombreuses années. Le premier plan national nutrition santé remonte à 2001. Aujourd'hui, la France a un taux d'obésité et de surpoids qui se stabilise dans la population générale. C'est pourquoi cette lutte contre le surpoids et l'obésité avec l'objectif de réduire les inégalités sociales et territoriales sera inscrite dans la nouvelle stratégie nationale de santé du Gouvernement prévue pour 2013.

#### Données clés

Auteur : [M. Lionel Tardy](#)

**Circonscription** : Haute-Savoie (2<sup>e</sup> circonscription) - Les Républicains

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 3299

**Rubrique** : Santé

**Ministère interrogé** : Affaires sociales et santé

**Ministère attributaire** : Affaires sociales et santé

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

**Question publiée au JO le** : [21 août 2012](#), page 4770

**Réponse publiée au JO le** : [25 décembre 2012](#), page 7762