



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Obésité infantile et mesures de prévention

Question écrite n° 14214

Texte de la question

M. Jean-Michel Jacques attire l'attention de Mme la ministre des solidarités et de la santé sur l'absence de mesures efficaces pour protéger les enfants des publicités pour les produits de mauvaise qualité nutritionnelles. Dans un rapport publié le 15 octobre 2018, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) indique que « les enfants continuent à être exposés à des messages commerciaux vantant les aliments riches en graisses, en sel et en sucre ». Alors que l'obésité infantile constitue un problème majeur de santé publique, la régulation française ne semble pas suffisante. Aussi, il souhaiterait savoir ce que le Gouvernement compte mettre en œuvre pour encadrer davantage les publicités pour ce type de produits.

Texte de la réponse

Les données scientifiques montrent l'influence de la publicité relative à l'alimentation sur les choix alimentaires des enfants. La grande majorité de ces publicités, notamment à la télévision, concernent des produits gras, salés, sucrés, en contradiction avec les messages sanitaires qui défilent sur les écrans au même moment. En 2009, quand le sujet de la réduction de la publicité vue par les enfants a été évoqué pour la première fois au niveau national, un compromis a été trouvé par la signature d'une charte dite « alimentation », sous l'égide du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. Elle a été signée par les ministres chargés de la santé, de la culture et un grand nombre de chaînes de télévision et les représentants des annonceurs et publicitaires. Cette charte souvent dénoncée pour son absence de limitation de la publicité par les acteurs de santé publique et les associations de consommateurs, a été renouvelée en 2014, pour une durée de 5 ans et signée par un plus grand nombre d'institutions. Le sujet demeure et il est régulièrement débattu au Parlement, lors des Etats généraux de l'alimentation et dans le cadre de la préparation du Plan national alimentation nutrition. Récemment, la directive 2018/1808 du 14 novembre 2018 du Parlement européen et du Conseil sur les « Services des médias audiovisuels » mentionne que « Ces codes [de conduite définis par un mécanisme de corégulation] visent à réduire efficacement l'exposition des enfants aux communications commerciales audiovisuelles relatives à ces denrées alimentaires et à ces boissons [contenant trop de gras, de sel ou de sucres]. Ils visent également à faire en sorte que ces communications commerciales audiovisuelles ne mettent pas en évidence le côté positif des aspects nutritionnels de ces denrées alimentaires et boissons ». Les Etats ont 20 mois pour procéder à la transposition de cette directive. Ainsi tout sera mis en œuvre pour parvenir, avec les acteurs économiques concernés à un accord de corégulation répondant aux critères fixés par la directive européenne.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Michel Jacques](#)

Circonscription : Morbihan (6^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 14214

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : [Solidarités et santé](#)

Ministère attributaire : [Solidarités et santé](#)

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [13 novembre 2018](#), page 10132

Réponse publiée au JO le : [6 août 2019](#), page 7392