



## 14ème législature

<b>Question N° : 680</b>	De <b>Mme Marietta Karamanli</b> ( Socialiste, républicain et citoyen - Sarthe )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Affaires sociales et santé		<b>Ministère attributaire</b> > Affaires sociales et santé
<b>Rubrique</b> > santé	<b>Tête d'analyse</b> >jeunes	<b>Analyse</b> > obésité. lutte et prévention.
Question publiée au JO le : <b>10/07/2012</b> Réponse publiée au JO le : <b>04/12/2012</b> page : <b>7146</b>		

### Texte de la question

Mme Marietta Karamanli attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur l'épidémie d'obésité qui menace nos concitoyens. En Grande Bretagne, l'Académie des collèges médicaux royaux a dénoncé récemment le "marketing irresponsable" des grandes entreprises d'aliments et de boissons dans l'épidémie et à inviter les pouvoirs publics à abandonner leur démarche "fondamentalement viciée" qui fait confiance à l'industrie pour réduire la taille des portions et l'excès de sel, de gras et de sucre dans leurs produits alimentaires. À la suite, cette même Académie propose que les grandes entreprises de l'agro-alimentaire ne puissent plus parrainer des manifestations sportives majeures comme les Jeux olympiques, qu'une zone de sécurité autour des écoles et établissements scolaires soit instituée pour y interdire les commerces de restauration rapide, que soit interdite l'utilisation de célébrités ou de figures de dessins animés pour faire la promotion de la nourriture et des boissons déséquilibrées pour les enfants, que soit instituée une obligation pour tous les fabricants de produits alimentaires et des boissons de publier sur leurs produits des indications directrices claires quant à la quantité de calories, de sucres, de lipides et de sel. La députée rappelle qu'elle a, elle-même, demandé au Gouvernement, il y a cinq ans, le respect par les plus grandes entreprises agro-alimentaires de recommandations et guides élaborés par l'Organisation mondiale de la santé en vue de réduire les risques de maladies (cardio-vasculaires, cancers, diabète et obésité) nées d'une consommation de produits alimentaires « déséquilibrés ». Elle fait valoir aussi qu'elle a demandé aussi au précédent Gouvernement une limitation de la publicité en direction des enfants en faveur des produits alimentaires dont les spécifications de composition ou l'excès de consommation pourraient concourir à l'obésité. Elle mentionne enfin qu'elle a déjà suggéré que les entreprises productrices ou transformatrices de ces aliments qui tirent d'importants bénéfices de la vente de ceux-ci puissent être taxées en vue de contribuer à des actions de prévention et à des activités sportives au profit des jeunes dont les départements et les régions pourraient, au titre de leur compétences fixées par les articles L. 1423.2 et L. 1424 du code de la santé publique, être chargés. Elle souhaite connaître la position de la ministre sur ces questions et savoir quelles initiatives elle entend prendre dans ce domaine.

### Texte de la réponse

En France, près de 15 % de la population adulte est obèse. Cette prévalence était de l'ordre de 8,5 %, il y a douze ans. Même si la prévalence de l'obésité infantile s'est stabilisée depuis 2000, voire commence à diminuer selon l'enquête récente de la direction de la recherche, études, évaluation statistiques (DREES), un enfant sur six présente encore à ce jour un excès de poids. Cette tendance à la baisse ne doit cependant pas occulter le fait que les inégalités sociales s'accroissent dans ce domaine. Pour réduire la prévalence d'obésité chez l'enfant, le recul désormais acquis montre la nécessité de développer des actions multiples et cohérentes dans divers milieux, qui visent directement non seulement les enfants mais aussi leurs familles et la diversité des facteurs qui influencent au

quotidien la consommation alimentaire et l'activité physique. Le rôle de proximité des collectivités territoriales est à cet égard particulièrement important. Près de 300 villes sont désormais « villes actives du plan national nutrition santé (PNNS) ». Des stratégies d'information et d'éducation sont mises en oeuvre ainsi que des actions visant à faire évoluer l'environnement alimentaire et physique afin de les rendre favorables à des choix positifs pour la santé. La communication est un vecteur essentiel d'information. Les repères nutritionnels du PNNS sont largement diffusés et bien connus des Français. Cependant la publicité alimentaire pour les produits gras, salés et sucrés entre en contradiction avec ces repères. Un premier dialogue a eu lieu en 2008 avec les représentants des secteurs des médias et de l'industrie alimentaire dans le but de réduire le nombre de ces publicités, notamment à la télévision. Ce dialogue a débouché sur une charte par laquelle les acteurs s'engagent à développer les informations sur les comportements alimentaires et l'importance de l'activité physique. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel chargé d'assurer le suivi de cette charte, réalise annuellement un bilan de la mise en oeuvre des engagements. Il est prévu dans le cadre de l'action 12.1 du PNNS 2011-2015 de rouvrir ce dialogue en 2013. Ce débat sera l'occasion d'aborder la question du parrainage des manifestations sportives par des marques de boissons ou d'aliments dont une consommation excessive n'est pas souhaitable pour la santé. Par ailleurs, une taxe de 7,16 euros par hectolitre est mise en oeuvre depuis 2012 sur l'ensemble des boissons avec ajout de sucres ou d'édulcorants. La moitié du montant de cette taxe est destinée à l'assurance maladie. Une évaluation de l'impact de cette mesure sur les achats et sur la perception qu'en ont les divers groupes de population est prévue en 2013 afin d'en tirer toutes les conclusions. L'ensemble de ces éléments montre la nécessité d'une forte cohérence entre le plan national nutrition Santé, le plan obésité et le programme national de l'alimentation. La stratégie nationale de santé, annoncée par le premier ministre, devra permettre de mieux conduire des actions interministérielles ayant un impact sur la santé de nos concitoyens.