



## 15ème législature

<b>Question N° :</b> <b>34278</b>	<b>De M. Richard Ramos</b> ( Mouvement Démocrate (MoDem) et Démocrates apparentés - Loiret )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Transition écologique		<b>Ministère attributaire</b> > Solidarités et santé
<b>Rubrique</b> > santé	<b>Tête d'analyse</b> >Convention citoyenne climat - Interdiction des produits trop gras, sucrés, salés	<b>Analyse</b> > Convention citoyenne climat - Interdiction des produits trop gras, sucrés, salés.
Question publiée au JO le : <b>24/11/2020</b> Réponse publiée au JO le : <b>02/03/2021</b> page : <b>1890</b> Date de changement d'attribution : <b>15/12/2020</b>		

### Texte de la question

M. Richard Ramos interroge Mme la ministre de la transition écologique sur les mesures permettant d'interdire la publicité des produits trop gras, trop sucrés, trop salés, à destination des enfants. La Convention citoyenne pour le climat a dressé 149 propositions, parmi lesquelles la proposition SN 522 concernant cette interdiction pour les produits proscrits par le PNNS. M. le député souhaite savoir si cette mesure sera bien présente et défendue dans le futur projet de loi que prépare le Gouvernement suite à la Convention citoyenne pour le climat. Très attentif à l'éducation alimentaire des enfants, M. le député rappelle que les protéger des aliments trop riches en sucres, gras et sel est primordial. Le Gouvernement doit également les protéger et résister aux divers *lobbys* qui souhaitent continuer à exposer leurs produits trop riches aux enfants. Il insiste enfin sur le fait qu'il est indispensable d'être plus efficace pour la protection de la santé des enfants et pour lutter contre le surpoids et l'obésité, dont les facteurs aggravants ont encore une fois largement été mis en évidence avec la crise sanitaire liée à la covid-19 que l'on traverse.

### Texte de la réponse

En France, l'exposition des enfants au marketing alimentaire est un enjeu majeur de santé publique. En juin 2020, Santé publique France a publié un rapport soulignant la forte exposition des enfants et adolescents au marketing pour des produits alimentaires trop gras, trop sucrés, trop salés. Dans le cadre de la Convention citoyenne pour le climat, une mesure a été proposée afin d'interdire la publicité sur les produits proscrits par le Programme national nutrition santé (PNNS) et inscrire des messages percutants sur leurs étiquettes. Au niveau national, la Stratégie nationale de santé 2018-2022 prévoit de « limiter l'influence de la publicité et du marketing alimentaire sur les enfants en les réglementant et d'encadrer la promotion des marques associées à des aliments peu favorables au plan nutritionnel ». Un des objectifs du Plan national de santé publique, volet prévention de la Stratégie nationale de santé, consiste à améliorer l'environnement de vie afin de favoriser les bons choix, à travers notamment la promotion dans les médias audiovisuels d'une alimentation favorable pour la santé, fondée sur les repères nutritionnels du PNNS actualisés. Le PNNS 4 (2019-2023) prévoit également une action phare qui vise à protéger les enfants et les adolescents d'une exposition à la publicité pour des aliments et boissons non recommandés, avec une transposition de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels (SMA). En France, les éditeurs, annonceurs et producteurs se sont engagés en 2009 dans une démarche d'autorégulation à travers la



signature d'une charte sous l'égide du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorable à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision, et dont les engagements ont été renouvelés en 2014 et 2020. L'ordonnance du 21 décembre 2020 transpose la directive relative à la fourniture de services de médias audiovisuels dite « directive SMA ». Elle modifie la loi du 30 septembre 1986 en prévoyant désormais que le CSA, d'une part promeuve la conclusion de codes de bonne conduite afin de prévenir l'exposition des enfants aux publicités relatives à des aliments ou des boissons dont la présence excessive dans le régime alimentaire n'est pas recommandée et, d'autre part, assure l'évaluation de ce dispositif. Le premier rapport d'application de cette nouvelle charte alimentaire interviendra au printemps 2021 et intégrera, pour la première fois, une évaluation qualitative et quantitative de l'exposition des enfants à la publicité alimentaire. Cette évaluation sera présentée au Conseil national de l'alimentation, puis transmise au Parlement, et rendue publique. Si les objectifs de réduction de l'exposition des enfants à la publicité pour certains produits n'étaient pas atteints, le Gouvernement sera alors en mesure de prendre des dispositions plus contraignantes. Enfin, il est également prévu dans le PNNS 4 d'étendre l'éducation à l'alimentation et à l'activité physique et sportive de la maternelle au lycée, afin de sensibiliser en milieu scolaire les enfants et les adolescents à l'adoption de comportements favorables à la santé.