



Paris, le 30 juin 2010

Communiqué de presse

Publicités télévisées alimentaires et prévention de l'obésité infantile : Après l'échec de la charte des professionnels, 7 associations exigent des mesures législatives

A l'occasion de la remise à Roselyne BACHELOT-NARQUIN, Ministre de la Santé et des Sports, du rapport sur la mise en œuvre de la charte de l'industrie alimentaire et des médias télévisés sur la nutrition, 7 associations dénoncent l'insuffisance flagrante de cette charte et exigent la mise en place de mesures réglementaires pour une contribution efficace des médias télévisés à la lutte contre l'obésité infantile.

Signée dans l'urgence en février 2009, pour empêcher le vote d'une réglementation sur la publicité télévisée destinée aux enfants, la charte fut alors présentée comme une alternative efficace aux mesures législatives demandées par nos associations. Près d'un an et demi après, le bilan est sans appel : la charte est un triple échec.

- 1 – Le harcèlement publicitaire continue :** la charte n'a pas permis de limiter le matraquage publicitaire pour les produits gras, sucrés ou salés. Ainsi, parmi les dix premiers annonceurs de produits de grande consommation, figurent Ferrero (4^e) et Coca-Cola (10^e), deux acteurs majeurs de la confiserie et des sodas dont certaines versions sont particulièrement sucrées. Leurs budgets publicitaires ont progressé entre 2008 et 2009, et représentent additionnés, pas moins de 281 millions d'euros¹, soit 35 fois celui de l'INPES !
- 2 – Des communications nutritionnelles sans légitimité scientifique :** L'essentiel de la charte porte sur la diffusion de programmes éducatifs, dont le contenu éditorial reste sous la seule responsabilité de l'industrie alimentaire et des médias. Les professionnels ont en effet toujours refusé de soumettre leurs productions à la validation du Programme National Nutrition Santé (Pnns), seule instance officielle pouvant en vérifier la validité scientifique.
- 3 - Des programmes éducatifs invisibles :** Le volume de diffusion des programmes développés par les professionnels est ridiculement faible au regard du déferlement publicitaire quotidien. Les centaines d'heures de diffusion annoncées, ne représentent en réalité pour chaque chaîne que 1% à 3% de la durée totale autorisée pour les publicités ! S'agissant des campagnes officielles d'éducation sur la nutrition, la réduction tarifaire de 60% accordée pour leur diffusion, bien que louable sur le principe, ne suffit pas à leur assurer une visibilité minimale. L'Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé (INPES) ne peut pas combattre à armes égales avec le matraquage publicitaire de l'industrie agro-alimentaire qui dispose d'un budget de communication 200 fois supérieur à celui de l'INPES².

Face à l'échec de ces mesures volontaires, nous demandons au Ministre de la Santé, d'intégrer dans la prochaine Loi de santé publique les mesures contraignantes, réclamées depuis de trop nombreuses années, tant par les experts de la nutrition, que par nos 7 associations :

- la gratuité de diffusion pour les campagnes de l'INPES sur l'équilibre alimentaire et des tarifs plus accessibles pour les campagnes des filières fruits et légumes,
- la validation par le PNNS de toutes les émissions développées par les professionnels et comptabilisées dans le volume de diffusion promis par la charte,
- la limitation des publicités destinées aux enfants aux seuls aliments ayant un intérêt nutritionnel.

Contacts des Associations et Fédérations signataires :

- AJD (Aide aux Jeunes Diabétiques) - Marthe VIAS - 06 63 72 18 62
- AFD (Association Française des Diabétiques) : Jacques LE DISEZ : 01.40.09.68.03
- ANDRM (Association Nationale des Directeurs de la Restauration Municipale) : C. HEBERT 02.35.51.10.65
- CCC (Comité de Coordination des Collectivités de France) : Marie-Cécile ROLLIN : 06.81.54.02.47
- FCPE (Fédération des Conseils de Parents d'Elèves) : Jean Jacques HAZAN 06.07.50.39.15
- PEEP (Fédération des parents d'élèves de l'enseignement public) : Marthe TURQUIEH : 01.44.15.18.13
- UFC-Que Choisir (Union Fédérale des consommateurs-Que Choisir) M-Christine BRUMENT : 01.44.93.19.84

¹ Investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des medias (source LSA – Kantar media janvier 2010)

² Budget nutrition de l'INPES : 8 millions € – Budget de l'industrie alimentaire : 1,6 milliards € (estimation LSA 2006)