

Maisons-Alfort, le 26 mai 2005

AVIS

de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments relatif au projet de décret et projet d'arrêté relatifs à la publicité télévisée et aux actions de promotion en faveur de certains aliments et boissons et modifiant le code de la santé publique

Par courrier reçu le 13 mai 2005, l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Afssa) a été saisie le 10 mai 2005 par la Direction générale de la santé, d'une demande d'avis relatif au projet de décret et au projet d'arrêté relatifs à la publicité télévisée et aux actions de promotion en faveur de certains aliments et boissons et modifiant le code de la santé publique.

Considérant que ces textes réglementaires visent à mettre en application les dispositions de l'article 29 de la loi n° 2004-806 du 9 août 2004 relative à la santé publique ; que les actions de promotion concernées par ces textes sont mentionnées à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique ; que les aliments concernés sont les boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et de produits alimentaires manufacturés ; que ce dispositif est annoncé être opérationnel pour le 1^{er} janvier 2006 ;

Considérant que dans son communiqué de presse publié le 6 juillet 2004 portant sur « l'obésité de l'enfant : impact de la publicité télévisée », l'Afssa indique que la cible privilégiée que représentent les enfants est un fait reconnu, notamment des industriels et des publicitaires ; qu'il est impératif que les enfants soient protégés de façon efficace et durable car il est illusoire de penser que leur sens critique les protège ; que la politique de Santé Publique ne sera efficace que si ce même constat est utilisé à leur bénéfice ; que dans le contexte des actions entreprises dans le cadre du Programme National Nutrition Santé (PNNS), l'interdiction de la publicité alimentaire à destination des enfants est une mesure cohérente et proportionnée ;

Considérant que le rapport de l'Afssa sur « Glucides et santé : état des lieux, évaluation et recommandations » publié en Octobre 2004 attire l'attention sur la publicité dans ses recommandations ; que ce rapport souligne que les modalités concernant la publicité, en particulier à la télévision, relative à l'alimentation des enfants doivent être revues en raison, dans cette catégorie de population, du moindre sens critique vis-à-vis du caractère publicitaire des messages ; que cette publicité doit être totalement supprimée ou supprimée à certaines heures et, dans ce cas, être soigneusement encadrée et limitée à certains produits ayant un profil nutritionnel satisfaisant ; que de plus, les communications incomplètes, trompeuses, abusives ou agressives devraient être soigneusement contrôlées et sanctionnées par les services compétents ;

En ce qui concerne le projet de décret relatif à la publicité télévisée ou radiodiffusée et aux actions de promotion en faveur de certains aliments et boissons et modifiant le code de la santé publique,

Considérant que ce projet de décret précise que les actions de promotion en faveur des boissons ou aliments, telles que mentionnées à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, concernent des messages télévisés ou radiodiffusés ainsi que des messages publicitaires diffusés par voie d'affiche, dans la presse écrite, par les services de communication en ligne et au cinéma ; que ces messages doivent contenir une information à caractère sanitaire pouvant être composée de messages distincts ; que ce projet de décret indique que le contenu des messages peut être adapté en fonction du support de diffusion du message publicitaire, du public concerné et des catégories d'aliments ;

Le projet de décret n'appelle pas de remarques particulières de la part de l'Afssa.

En ce qui concerne le projet d'arrêté fixant les conditions relatives au message de caractère sanitaire devant accompagner les messages publicitaires ou actions de promotion en faveur de certains aliments ou boissons,

Considérant que le projet d'arrêté prévoit deux types de message :

- Pour les actions de promotion autres que celles s'insérant dans les programmes jeunesse, le message est le suivant : « Pour protéger sa santé, au moins cinq fruits et légumes par jour et une activité physique régulière, et éviter de manger trop gras, trop sucré, trop salé »,
- Pour les écrans publicitaires encadrant les programmes jeunesse destinés aux enfants, les messages diffusés alternativement sont les suivants : « Pour protéger ta santé, mange chaque jour des fruits et légumes et va faire des activités physiques » et « Pour protéger ta santé, évite de manger trop gras, trop sucré, trop salé »,

Considérant que le contenu de ces messages est en parfaite cohérence avec les objectifs du PNNS ; que la recommandation d'éviter de manger trop gras, trop sucré, trop salé est conforme aux recommandations nutritionnelles de santé publique ; qu'en effet, la consommation excessive de produits trop gras, trop sucrés, trop salés est associée à une augmentation de risque de diverses pathologies (maladies cardio-vasculaires, diabète, obésité, cancer...); que cette formulation paraît la mieux adaptée et la plus compréhensible par le consommateur ; que l'état de la réflexion sur la définition de profils nutritionnels (notamment dans le cadre du groupe de travail en cours au sein de l'Afssa) ne permet pas, à ce stade, d'apporter plus de précisions ; que cependant, il convient de placer cette mention « éviter de manger trop gras, trop sucré, trop salé » au début du message publicitaire de façon à mieux attirer l'attention du consommateur sur son importance ;

Considérant qu'en ce qui concerne les messages destinés aux enfants, le libellé concernant l'incitation à faire des activités physiques pourrait être amélioré ;

L'Afssa propose donc les deux types de messages suivants :

- *Pour les actions de promotion autres que celles s'insérant dans les programmes jeunesse : « Pour protéger sa santé, éviter de manger trop gras, trop sucré, trop salé. Manger au moins cinq fruits et légumes par jour et avoir une activité physique régulière » ;*
- *Pour les écrans publicitaires encadrant les programmes jeunesse destinés aux enfants : « Pour protéger ta santé, évite de manger trop gras, trop sucré, trop salé » et « Pour protéger ta santé, mange chaque jour des fruits et légumes et n'oublie pas de te bouger régulièrement (marcher, courir, faire du roller...) » ;*

En outre, l'Afssa précise que l'évaluation des aspects techniques mentionnés dans le projet d'arrêté n'entre pas dans son champ de compétences.

Alors que le projet de décret prévoit que le contenu des messages peut être adapté en fonction des catégories d'aliments, l'Afssa considère que ces messages doivent être revus à court terme, à la lumière, notamment, de la réflexion du groupe de travail « Profils nutritionnels ». En particulier, il conviendra de bien cibler les messages sanitaires en fonction des catégories d'aliments qui auraient été identifiées à l'issue des différents travaux en cours. De plus, l'Afssa émet le souhait qu'une évaluation scientifique de la réceptivité des messages par les populations concernées soit effectuée régulièrement.