La santé ne souffre aucun compromis économique : protégeons nos enfants en encadrant la publicité pour la malbouffe !

Le projet de loi Climat et Résilience présenté en Conseil des ministres ce mercredi 10 février est une immense déception : la Fédération Française des Diabétiques regrette profondément l'absence de disposition en faveur d'un meilleur encadrement du marketing alimentaire, alors même que cette mesure avait été plébiscitée par la Convention Citoyenne pour le Climat.

Toutes les données attestent de l'urgence de la situation : **le surpoids et l'obésité infantile ont été multipliés par 6 depuis les années 60 – un chiffre alarmant alors que la Covid-19 a démontré l'immense vulnérabilité des personnes en situation d'obésité ou atteintes de maladies chroniques** (diabète de type 2, maladies cardiovasculaires, cancers…).

Doit-on alors croire que **seuls les intérêts économiques, ardemment défendus par les industriels agroalimentaires et les chaines de télévisions privées au prix de la santé de nos enfants, comptent ?** C'est en tout cas ce que cette décision laisse penser alors que la proposition initiale du collectif de citoyens était d'interdire toute publicité pour des produits proscrits par le Programme National Nutrition Santé.

Les ONG sont pourtant nombreuses à alerter. La Fédération Française des Diabétiques, conformément à ses Etats Généraux du Diabète et des Diabétiques, s'est massivement mobilisée auprès de trois ministères - Matignon, Culture, Transition écologique. Tous ont été mis face aux chiffres consternants dévoilés par l'UFC Que Choisir dans son étude du dispositif français d'encadrement de la publicité[1]. **Sur l'ensemble des spots publicitaires destinés aux enfants et concernant l'alimentation analysés, 88% d'entre-deux concernent des produits de très mauvaise qualité nutritionnelle, à savoir des Nutri-Score D ou E.** Confiseries, céréales, fast-food, les chaînes de télévision privées font la part belle aux produits dangereux pour la santé des enfants et les messages de promotion de la santé se trouvent alors bien insuffisants.

L'autorégulation ne suffit pas. Il faut dès lors proposer un encadrement plus important de la publicité pour la malbouffe. Dans cette perspective, la Fédération Française des Diabétiques est convaincue qu'une solution de compromis peut être trouvée et demande donc au législateur de :

- **au mieux, bannir des programmes destinés aux jeunes sur les écrans télévisés et internet les publicités pour les aliments et boissons de Nutri-score D et E ;**
- **a minima, mieux informer le consommateur en imposant à l'ensemble des publicités alimentaires l'affichage de l'étiquetage nutritionnel, sous forme de Nutri-score avec des conditions strictes d'affichage (affichage durant tout le spot publicitaire et d'une taille adéquate notamment).**

Les considérations économiques et les impératifs de santé publique peuvent se concilier : **le projet de loi issu de la Convention Citoyenne pour le Climat offre l'opportunité de déplacer le curseur vers une protection accrue des publics plus jeunes.** Nous portons ici une voie de compromis : il ne s'agit pas de tuer les recettes publicitaires des acteurs de l'audiovisuel, mais bien de réorienter la publicité vers des produits sains !

[1] *Etude du dispositif français d'encadrement des publicités alimentaires destinées aux enfants, à la télévision et sur Internet disponible en téléchargement sur le site UFC Que choisir : https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-obesite-infantile-dites-stop-a-la-publicite-pour-la-malbouffe-n82691/*

Plusieurs associations et personnalités politiques disent stop à la publicité pour la malbouffe destinée aux enfants, responsable d’une augmentation de la prévalence de l’obésité, du surpoids et des maladies chroniques.
Vidéo Parole d’experts
Vidéo Pierre Richard s'engage dans la lutte contre la malbouffe
Pétition Obésité infantile Éteignons la pub pour la malbouffe !