

Publicité alimentaire télévisée et enfants : le bon choix

Lettre ouverte à Mme Roselyne Bachelot, Ministre de la Santé et des Sports

Madame la Ministre,

Le 4 février 2008, vous avez annoncé le lancement officiel de discussions, associant toutes les parties concernées, visant à supprimer la publicité télévisée pour certains aliments et boissons à destination des enfants. Tous les pédiatres, nutritionnistes, professionnels de santé et scientifiques invités et les représentants des associations citoyennes (parents d'élèves, consommateurs, familiales), conscientes de l'importance de l'enjeu et soucieuses de la santé des enfants ont répondu à votre appel pour avancer dans la discussion et trouver une solution acceptable. Pourtant les diverses réunions organisées au Ministère de la Santé ont été boycottées par les représentants des annonceurs et de l'Industrie agro alimentaire qui y étaient conviés officiellement. Seuls sont venus les représentants des médias concernés, qui, en dehors de toute prise en compte des éléments scientifiques fournis, ont seulement mis en avant les pertes de recettes engendrées par une telle mesure. Il est vrai que les recettes apportées par les publicités alimentaires représentent environ 1,4 milliard d'euros chaque année pour les chaînes de télévision, somme dépensée à plus de 80% pour des aliments dont il est souhaitable de limiter la consommation. En soulevant cette question économique, ils ont nié l'influence de la publicité alimentaire télévisée sur les comportements alimentaires des enfants, les comportements d'achat des parents et leurs conséquences sur l'état nutritionnel et le risque de surpoids et d'obésité des enfants. Comme si les firmes vantant leurs produits investissaient 1,4 milliards d'euros par an à perte ! Il faut être sérieux. Evitons les vaines polémiques qui ont tant retardé les mesures utiles pour limiter l'incitation à fumer.

Les enjeux de santé publique sont suffisamment majeurs pour qu'ils ne soient pas balayés au seul profit des intérêts économiques des chaînes des télévisions et des entreprises alimentaires.... C'est ce qu'a rappelé la pétition récente signée par plus de 1500 scientifiques et professionnels de santé confrontés dans leur recherche et leur pratique à cette problématique. Ces spécialistes ont manifesté leur soutien à votre proposition. Ils ont rappelé qu'il n'est pas demandé de supprimer toute publicité alimentaire, mais de limiter certaines d'entre elles, sur tous les créneaux horaires où les enfants sont présents devant la télévision. En effet, il y a plus d'enfants devant la télé aux heures de grande écoute, durant « le prime time » que durant les émissions qui leur sont spécifiquement destinées dans les programmes étiquetés « jeunesse ». Il suffit de regarder les spots des publicités alimentaires pendant la coupe d'Europe de football pour voir à quel point étaient d'ailleurs présents des publicités ciblés vers les enfants.

Madame la Ministre, il ne s'agit d'interdire ou de discréditer aucun aliment, mais les Sociétés savantes signataires, de ce texte souhaitent que soit limitée la pression publicitaire incitant les enfants à consommer des aliments dont la consommation dans la population et particulièrement les enfants doit être réduite si l'on veut améliorer l'état de santé.

Les chaînes craignent pour l'équilibre de leur budget. Qu'elles substituent aux publicités pour les aliments gras salés ou sucrés d'autres produits... Il y a sûrement de nombreuses autres possibilités, puisque les chaînes demandent de rajouter des coupures publicitaires pour faire face à la demande... Quand aux annonceurs et industriels agro alimentaires, se retirer des écrans TV aux heures où les enfants regardent (et pas seulement dans les écrans jeunesse, ou ils ne sont pas les plus nombreux....) leur permettra de mettre réellement en pratique ce qu'ils

clament haut et fort : leur intérêt pour la santé de leurs consommateurs. A moins que cette déclaration n'ait été ...qu'un coup de pub ! Quel est le poids des messages de prévention relayés à la télévision par le Programme National Nutrition Santé (PNNS) avec un budget qui ne représente même pas 0,5 % des investissements publicitaires des firmes agro-alimentaires !

Madame la Ministre de la santé, nous vous apportons notre soutien. Votre proposition est bonne et va dans le sens de l'intérêt de nos enfants et d'une façon générale de nos concitoyens. Vous avez fait appel au sens de la responsabilité citoyenne des entreprises en proposant une autodiscipline rapide des annonceurs. L'auto régulation que vous avez souhaitée n'a pas été possible. Aucune proposition n'a été faite par les industriels pour répondre à votre proposition. Celles faites par les chaînes de télévision et le Ministère de la Culture sont totalement inacceptables.

Vous aviez mentionné le 4 février 2008, que si la négociation échouait, vous demanderiez une Loi. Vous aviez proposé un calendrier qui est maintenant, malgré un report, dépassées. Malgré votre ouverture et les conditions de transparence offertes pour la discussion, les opérateurs économiques ont fait la sourde oreille. Nous constatons l'échec de la négociation. Nous enregistrons l'impossibilité d'une auto-discipline des acteurs économiques, acceptable par nous, représentants des professionnels confrontés aux souffrances des enfants et de leurs familles. Pour cette raison, les sociétés savantes signataires demandent, comme vous l'aviez annoncé, que soit promulguée une loi protégeant nos enfants. Les Parlementaires ont d'ailleurs prévu dès à présent un article de Loi dans ce sens.

Madame la Ministre, la Loi demandée ne vise pas à nuire aux chaînes de télévision et aux industriels. Elle vise à protéger la santé de nos enfants. Nous comptons sur vous, en charge la santé de Tous, pour garantir par la Loi, la cohérence de la politique nutritionnelle de santé publique qui se développe en France et qui commence à donner ses premiers effets favorables.

Sociétés savantes signataires

-