

Six associations exigent une loi sur l'obésité infantile

Dans une lettre ouverte à la ministre de la santé, consommateurs, parents d'élèves et responsables de cantines s'indignent des pratiques de vente des produits les plus déséquilibrés.

Le 3 décembre, six associations représentant les consommateurs, les parents, les patients et la restauration collective (*) ont adressé à la ministre de la santé, de la jeunesse et des sports, Roselyne Bachelot, une lettre ouverte dans laquelle elles réclament une loi de prévention de l'obésité infantile. "Alors que de nombreux Etats européens ont agi, estiment les signataires, il n'est pas admissible que la France ne puisse pas mettre en place des moyens à la hauteur de l'enjeu."

La plateforme associative justifie l'urgence par plusieurs études, notamment celles menées par l'Union fédérale des consommateurs (UFC-Que choisir) sur le marketing alimentaire à destination des enfants (cf. INC Hebdo n°1446) et celles de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Afssa) sur la restauration scolaire (cf. INC Hebdo n°1449).

Plus récemment, 62 associations locales de l'UFC-Que choisir ont enquêté auprès de 120 magasins de la grande distribution afin d'évaluer la qualité nutritionnelle des aliments destinés aux enfants et adolescents et mis en avant dans le magasin (têtes de gondole, présentoirs près des caisses, promotions, affichage...). Conclusion : 82% des produits bénéficiant d'un soutien marketing sont trop gras ou trop sucrés ; ils sont souvent vendus avec des cadeaux et utilisent des personnages connus des enfants ; en moyenne, quatre magasins sur cinq vendent des confiseries au niveau des caisses...

Fruits, légumes et intérêt général

"La preuve est donc faite que se reposer sur la seule responsabilisation des professionnels est un leurre!", résumant les associations. La plateforme émet sept propositions : elle estime que les recommandations nutritionnelles devraient devenir obligatoires dans les cantines scolaires ; un diététicien devrait intervenir régulièrement dans chaque école ; les publicités télévisées pour les produits déséquilibrés doivent être encadrées et les confiseries retirées des emplacements près des caisses des grandes surfaces ; les entreprises de l'agroalimentaire doivent bénéficier d'une aide pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits qu'elles proposent ; enfin, la filière des fruits et légumes devrait obtenir le statut d' "intérêt général permanent" afin de pouvoir acheter les espaces publicitaires à moitié prix.

Afin d'augmenter la consommation de fruits et légumes, le ministère de l'agriculture vient tout juste de lancer trois projets : des fruits pourront être distribués à la rentrée 2008 dans les écoles ; des distributeurs automatiques seront expérimentés dans des lycées agricoles ; une charte de promotion des produits de saison et de proximité va également être créée.

(*) AFD, ANDRM, CCC, FCPE, Peep, UFC-Que choisir