



Paris le 25 avril 2008

COMMUNIQUE DE PRESSE

Publicités télévisées pour les produits alimentaires :

Le collectif « Obésité : protégeons nos enfants ! » salue l'appel des 150 scientifiques

Les 6 associations membres du collectif associatif « Obésité : protégeons nos enfants ! » s'associent aux 150 scientifiques de renom et aux 12 sociétés savantes qui, par le biais d'une pétition¹, réagissent aujourd'hui aux propos de la Ministre de la Culture Christine ALBANEL, minimisant l'intérêt d'une mesure d'encadrement de la publicité télévisée à destination des enfants.

Des décennies d'un marketing effréné ont en effet profondément modifié nos comportements alimentaires, en installant chez les enfants l'habitude de surconsommer des aliments trop riches (sodas, céréales du petit déjeuner ultra sucrées, desserts lactés, gâteaux, confiseries, etc.)², contribuant ainsi à la progression dramatique du surpoids, de l'obésité et plus récemment du diabète infantile.

C'est pour mettre un coup d'arrêt à ces pratiques irresponsables, que Roselyne BACHELOT, Ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative, annonçait le 4 février dernier la mise en place de mesures concernant la publicité télévisée à destination des enfants et les confiseries au niveau des caisses de la grande distribution. A contrepied des recommandations unanimes de la communauté scientifique et de la société civile, Christine ALBANEL se faisait récemment l'avocate de certains médias, en indiquant à propos de la mesure visant la publicité « *qu'on est sûr des dégâts que cela produirait pour l'économie des chaînes de télévision, sans être sûr des bénéfices pour la santé des enfants* ».

Les manœuvres scandaleuses des régies publicitaires qui sont ainsi révélées au grand jour, ne sont que des combats d'arrière-garde alors que plusieurs entreprises de l'agro-alimentaire ont déjà volontairement cessé la promotion de leurs produits lors des programmes pour enfants. Faut-il rappeler à ces médias les coûts exorbitants de l'obésité³ payés par la collectivité pour qu'ils daignent enfin participer à l'effort commun du corps médical et scientifique, des associations, de la restauration scolaire, de l'industrie et d'une enseigne de la distribution ?

Au moment même où se préparent entre les Ministères les arbitrages qui décideront de la santé de nos enfants, notre collectif associatif compte sur la détermination du Ministre de la Santé et sera vigilant pour que le dispositif d'encadrement de la publicité soit conforme aux recommandations des nutritionnistes et des pédiatres, en n'autorisant lors des horaires de grandes écoutes des enfants, que les produits alimentaires qui ont un réel intérêt nutritionnel.

Contact presse : 01.44.93.19.84

¹ Pétition publiée sur le site de la Société Française de Santé Publique : <http://www.sfsp.fr>

² Sur les 40 dernières années, la consommation de chocolats et de confiseries a été multipliée par deux, celle des boissons sucrées par trois et celle des produits lactés sucrés par huit.

³ D'après la Commission Européenne, les coûts annuels liés à l'obésité dans l'Europe des 15 sont compris entre 75 et 130 milliards d'euros par an.