

Maisons-Alfort, le 27 octobre 2006

AVIS

de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments relatif aux projets de décret et d'arrêté portant sur les messages publicitaires et promotionnels en faveur de certains aliments et boissons

LA DIRECTRICE GENERALE

Par courriers reçus les 6 juillet et 8 août 2006, l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (Afssa) a été saisie par la Direction générale de la santé d'une demande d'évaluation d'un projet de décret et d'un projet d'arrêté fixant les différents types de messages d'éducation nutritionnelle dans le cadre de l'application de l'article L.2133-1 du code de la santé publique qui impose aux annonceurs de messages publicitaires ou d'imprimés promotionnels portant sur les produits alimentaires, d'apposer des messages sanitaires sur ces publicités.

Il convient de rappeler que l'Afssa a rendu, le 26 mai 2005¹, un avis sur un projet d'arrêté fixant les différents type de messages d'éducation nutritionnelle dans le cadre de l'application de l'article L.2133-1 du code de la santé publique qui impose aux annonceurs de messages publicitaires ou d'imprimés promotionnels portant sur les produits alimentaires, d'apposer des messages sanitaires sur ces publicités.

Le projet de décret précise que les messages sanitaires sont adaptables en fonction : 1) du support de diffusion du message publicitaire ou promotionnel ; 2) du public concerné ; 3) des catégories de boissons et d'aliments et de leur composition.

Le projet d'arrêté présente une liste limitative de messages que les annonceurs ou les promoteurs doivent utiliser au titre d'information à caractère sanitaire et fixe les conditions d'utilisation de ces messages. Cette liste comprend des messages nutritionnels sensiblement identiques à ceux évalués en 2005, mais en inclut de nouveaux.

Il est à noter que l'Afssa n'a pas contribué à l'établissement des fondements scientifiques de ces messages nutritionnels.

Après consultation du Comité d'Experts spécialisé « Nutrition humaine » réuni le 7 juillet et le 26 octobre 2006, l'Afssa rend l'avis suivant :

En ce qui concerne les intitulés des messages proposés

- ⇒ L'Afssa estime que l'évaluation de la formulation des messages, au regard des cibles visées, ne relève pas de son domaine de compétence. Elle considère qu'un pré-test de ces messages auprès des cibles visées est un pré-requis qui permettrait de garantir leur compréhension et par conséquent leur efficacité.

En ce qui concerne les messages sanitaires génériques accompagnant les messages publicitaires ou promotionnels

- « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour »
- « Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière » ou « Pour votre santé, bougez plus »
- « Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé »
- « Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas »

- ⇒ Ces messages n'appellent pas d'observations particulières de l'Afssa.

¹ Afssa (2005) Avis du 25 mai 2005 concernant les projets de décret et 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 (Saisine 2005-SA-0131)

En ce qui concerne les messages sanitaires accompagnant les messages publicitaires ou promotionnels concernant les aliments destinés aux enfants de moins de 3 ans

- « *Le lait maternel est le meilleur lait pour votre bébé* »
 - « *En plus du lait, l'eau est la seule boisson indispensable* »
 - « *Bouger, jouer est indispensable au développement de votre enfant* »
 - « *Apprenez à votre enfant à ne pas grignoter entre les repas* »
- ⇒ Ces messages n'appellent pas d'observations particulières de l'Afssa.

« Diversifier progressivement l'alimentation, idéalement à partir de 6 mois »

- ⇒ L'Afssa indique que ce message est cohérent avec les données scientifiques actuelles, notamment celles indiquant que les maturations digestive et métabolique sont très progressives chez l'enfant et que le risque d'allergie alimentaire augmente avec une introduction précoce d'aliments non lactés. Toutefois, il serait également opportun d'insister sur la nécessité de ne pas entamer la diversification alimentaire avant l'âge de 4 mois révolus, démarche largement suggérée à travers la communication des industriels relative aux produits destinés à cette tranche d'âge.

En ce qui concerne les messages sanitaires accompagnant les écrans publicitaires diffusés pendant les programmes « Jeunesse »

Les messages proposés peuvent être des reprises des messages génériques avec une substitution de « vous » par « tu ».

D'autres messages sont également proposés :

- « *Pour bien grandir, mange au moins cinq fruits et légumes par jour* »
 - « *Pour bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé* »
- ⇒ L'Afssa estime que dans ces deux messages, « Pour bien grandir... » fait référence à la croissance staturo-pondérale. Or, ce n'est pas la consommation de fruits et légumes qui fait grandir et celle d'aliments trop gras, trop sucrés ou trop salés qui empêche de grandir. L'Afssa propose donc d'utiliser préférentiellement les messages « Pour être en forme, mange au moins cinq fruits et légumes par jour » et « Pour être en forme, limite les aliments gras, sucrés ou salés ».
- « *Pour être en forme, dépense toi bien chaque jour* »
 - « *Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée* »
- ⇒ Ces messages n'appellent pas d'observations particulières de l'Afssa.

En ce qui concerne le message d'éducation nutritionnelle diffusable sur un support imprimé

L'article 4 du projet d'arrêté, prévoit l'utilisation d'un message d'éducation nutritionnelle incluant les repères de consommation alimentaires déclinés à partir des objectifs du PNNS pour la population générale.

Il faut rappeler que ces repères de consommation ont été adaptés, dans le cadre de la réflexion sur le fond scientifique des guides alimentaires, à chaque population cible, notamment enfants et adolescents, femmes enceintes et allaitant, personnes âgées. On pourra citer comme exemples : la nécessité d'éviter les activités présentant un risque de chute et de chocs et la compétition pendant la grossesse, la limitation de l'inactivité et des activités sédentaires (télévision, ordinateur, console de jeux) chez les enfants et les adolescents, l'exclusion des boissons alcoolisées chez les enfants et les adolescents.

- ⇒ L'Afssa estime que ces spécificités devraient pouvoir être incluses, à chaque fois que nécessaire.

Mots clé: textes réglementaires, messages sanitaires, publicité alimentaire