



MINISTÈRE  
DES AFFAIRES SOCIALES  
ET DE LA SANTÉ



**DGS**  
Direction générale de la santé

# Concertation et engagements avec les parties prenantes; Chartes, logo, taxation, publicité

Alexandre de La Volpilière – Direction générale de la santé  
Jeudi 10 Avril 2014 - 1er Forum France-Mexique



# 1. Chartes de progrès nutritionnel

Direction générale de la Santé

## Stratégie

Améliorer la qualité nutritionnelle des aliments courants et limiter les inégalités sociales de santé nutrition par l'offre alimentaire



## Historique

Depuis 2007

Référentiel

Volontaire/ entreprises / toute la chaine/ nutriments/  
contrainte quantitative/ objectifs/ contrôle

Comité nutrition, technologie, marketing, économie

**OQALI** : évaluation de l'impact



# Bilan : juin 2007- janvier 2013

Direction générale de la Santé

Type	Déposés	Acceptés	Nom des signataires
Distributeurs	5	2	Scamark, Casino
Boissons sucrées	4	3	Orangina Schweppes, Unijus
Restaurateurs	7	3	Paul, Quick, Davigel
Fabricant de plats préparés	7	5	Marie, Maggi, Findus, Thiriet, Uncle Ben's
Fabricant de produits animaux	6	6	FICT, Herta, Fleury Michon, Henaff, Bleu Blanc Cœur, Créolailles
Fabricant de produits sucrés	7	5	Adepale, Mars chocolat France, Prince, Kellogg's, Cereal Partner France
Fabricant de produits laitiers	7	6	Socrema, P'tit Louis, Kiri, La Vache qui rit, Taillefine, SGPY- SAPY
Fabricant de produits gras	3	3	St Hubert, Lesieur, Unilever (gras)
Autres	5	2	Nestlé produits infantiles, Mc Cain
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	



# Impact global sur le marché

(source : OQALI, 2012)

- Chaque année, est retiré du marché :
  - 1650 tonnes de sel
  - 9320 tonnes de sucres
  - 7127 tonnes de lipides
  - 1283 tonnes d'acides gras saturés
  - + 283 tonnes de fibres

Ou : par jour/personne

-0,4 g de sucres

- 0,3 à 0,4 g de lipides

-0,06 à -0,09 g sel

**Impact sur tous les milieux sociaux**

**Plus important chez les gros consommateurs**



Direction générale de la Santé

## 2. Utilisation du logo PNNS

Possibilité pour les divers acteurs (surtout associatifs) de valoriser leurs actions et documents par le PNNS

Une procédure encadrée par un arrêté, mise en œuvre par l'INPES

Arrêté du 9 novembre 2011 fixant les conditions d'utilisation de la marque « PNNS »

Une exigence pour les établissements scolaires : dossier nutrition à l'école ([www.eduscol.fr](http://www.eduscol.fr))

Les outils et actions ayant le logo :

[www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr), volet professionnels

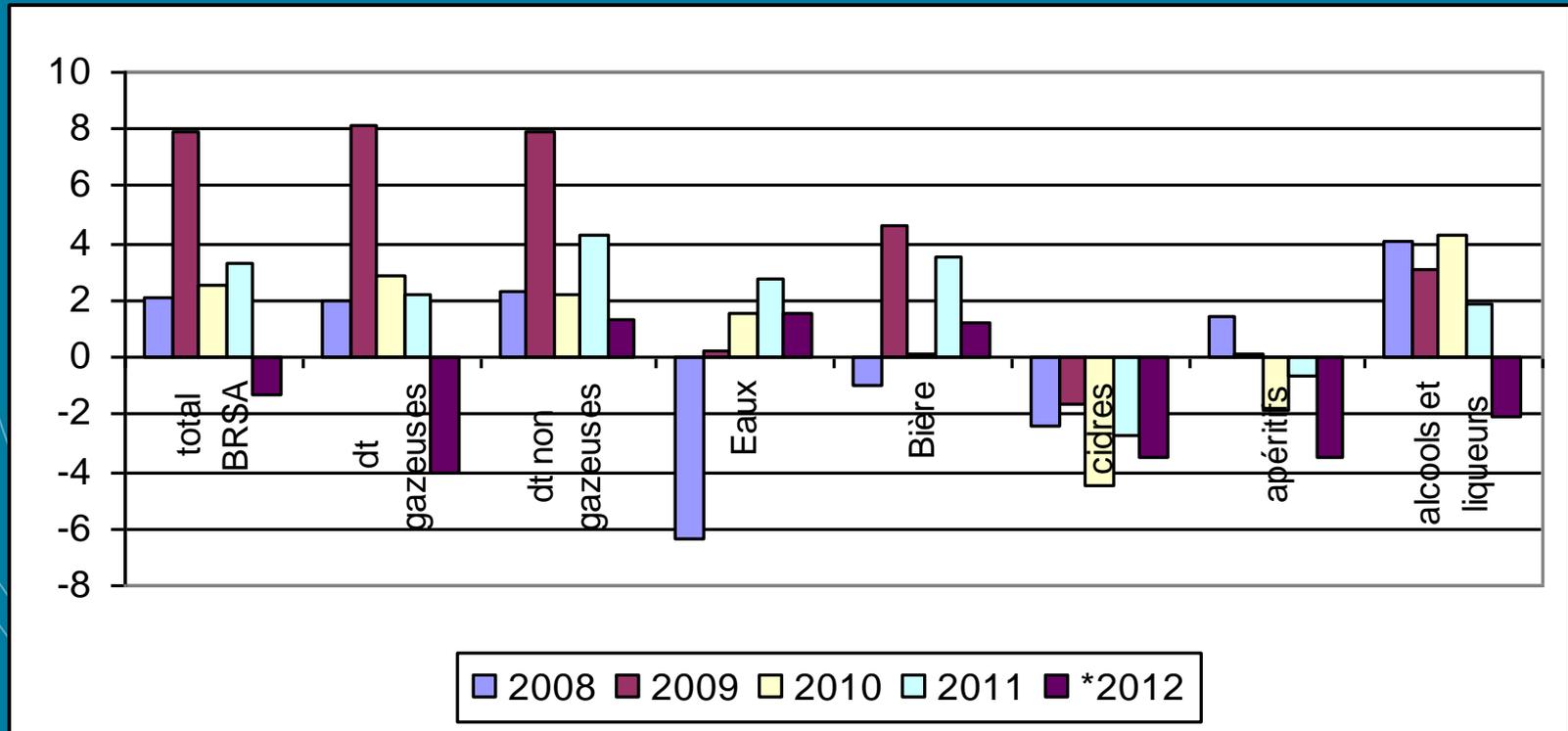




- **Articles 26, 27** : création d'une taxe sur les boissons contenant des sucres ajoutés ou des édulcorants
- **Montant: € 7.16 per hectolitre**
- **Montant collecté en 2012: 280 M€**
- **Le produit de la taxe alimente le budget de la sécurité sociale**



## Evolution des ventes volume en HM+SM en % (source SymphonyIRI)



En 2012, pour la première fois, baisse du marché des BRSA de 1,5% (surtout du leader du marché) (source LSA-conso.fr, article publié le 17 janvier 2013)



# 4. Chartes collectivités territoriales

Direction générale de la Santé



- ⇒ Engagement prospectif
- ⇒ Mener des actions (un programme) dans les domaines alimentation ou activité physique, en cohérence avec le PNNS
- ⇒ Utiliser exclusivement les référentiels PNNS (documents ayant le logo PNNS)
- ⇒ Evaluer les actions mises en œuvre
- ⇒ Lien avec l'ARS (rendre compte)
- ⇒ Durée 5 ans
- ⇒ PNNS : soutien avec conseils, outils



## Villes, départements, régions





## 5. Chartes publicité et programmes TV

Direction générale de la Santé

### **Charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision**

Les professionnels : le Syndicat National de la Publicité Télévisé (SNPTV), l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC), l'Union Des Annonceurs (UDA), l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA), l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), France Télévisions, Lagardère Active, TF1, M6, NRJ12, NT1, TMC, Direct 8, Disney France, la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD), le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation (SPFA), le Syndicat des Producteurs Indépendants (SPI), l'Union Syndicale de la Production Audiovisuelle (USPA), et en présence d'Arte France, s'engagent dans une démarche volontaire de soutien à la politique nationale de santé publique, dont le Programme national nutrition santé (PNNS), coordonné par le Ministère de la santé et des sports, a fixé les orientations.

Ces engagements supposent, pour être performants, qu'ils soient respectés par tous les acteurs concernés. Les présents engagements sont souscrits pour une durée de cinq ans, dès lors que le cadre législatif et réglementaire est identique à celui en vigueur au moment de la signature de la présente charte.

**Qualité des contenus de la publicité ; financement et diffusion de programmes courts sur la nutrition ; diffusion de programmes nutrition (avec volumes horaires); rabais pour les campagnes collectives pour aliments favorables ; rabais sous condition de volume d'investissement nutrition de l'INPES**



- PNNS: diversité de stratégies pour atteindre des objectifs précis
- Engagement de l'ensemble des acteurs (sur une base volontaire) en fixant des exigences formulées et vérifiées par les pouvoirs publics
- Intervention via la réglementation (taxe « sodas », suppression des distributeurs dans les écoles,...)