

Trop de pubs nocives à la télévision

■ Il faut protéger nos enfants ! La révision de la directive européenne en la matière qui doit encore être approuvée par le Parlement européen et les Etats ne va pas assez loin.

Xavier Brenez

Directeur général de l'Union nationale des Mutualités libres.

Un jeune Belge sur 5 est en surpoids. Non seulement parce que 12 % des enfants et adolescents ne bougent pas assez et passent jusqu'à près de trois heures par jour devant la télévision, mais aussi parce que le petit écran les bombarde de publicités pour des boissons rafraîchissantes, bonbons et autres fast-foods. Sans parler des trésors d'imagination déployés par les producteurs de bières et d'alcools forts pour séduire le public jeune. Préoccupant quand on sait que 36 % des Belges entre 15 et 19 ans consomment chaque semaine de l'alcool, parfois dans des quantités considérables ("binge drinking").

La révision de la directive européenne en matière de services de médias audiovisuels pourrait être source de soulagement pour les acteurs de la santé publique mais force est de constater que la proposition actuelle (qui doit encore être approuvée par le Parlement européen et les Etats membres) de la Commission européenne ne va pas assez loin. Les Mutualités libres appellent donc les autorités belges à remettre les points sensibles sur la table des négociations.

L'Europe n'impose en effet aucune obligation au secteur alimentaire lui-même mais demande juste "une

autorégulation". Pire : l'alcool et les fast-foods n'entrent pas dans le cadre de cette législation. Il est important que les autorités belges remettent ces sujets à l'ordre du jour des négociations.

Soulignons tout de même quelques éléments positifs. La nouvelle directive donne aux Etats membres l'opportunité d'imposer des limitations aux émetteurs étrangers. Un instrument important pour notre pays, car tous les enfants et adolescents du Royaume regardent des programmes télévisés diffusés par les pays voisins, France et Pays-Bas en tête. Grâce à cette possibilité, des réglementations plus laxistes en vigueur dans les pays limitrophes ne pourront plus avoir d'influence négative sur les habitudes et donc la santé des plus jeunes. Nous demandons aux autorités belges de soutenir clairement cette proposition spécifique de la Commission.

De plus, la nouvelle directive donne également l'opportunité à notre pays de prendre des mesures dans des secteurs liés, comme la diffusion de publicités dans les jeux vidéo en ligne, qui ont une grande influence sur les habitudes de consommation des jeunes.

Imposer des règles est une chose, mais nous ne devons pas perdre de

vue l'importance de la prévention et de la sensibilisation. Il est essentiel de continuer à investir dans des campagnes ciblées pour apprendre aux enfants et aux jeunes à adopter une attitude critique face aux publicités nocives omniprésentes dans leur environnement (réseaux sociaux, smartphones...). D'autres secteurs, comme l'enseignement, le sport et les loisirs, ont un rôle à jouer en la matière. C'est pourquoi il est important d'impliquer les clubs de sport et de loisirs dans les campagnes de sensibilisation à l'attention des jeunes.

La révision de la directive européenne crée des opportunités. Les autorités belges doivent maintenant les saisir. Sans bien sûr oublier de s'aligner avec les autorités régionales car, au final, ce sont elles qui sont compétentes en matière de prévention et de promotion de la santé. A ce jour, la Belgique n'a pas encore développé de programme structuré d'objectifs de santé nationaux, mais ce projet est à l'agenda de la ministre de la Santé publique Maggie De Block.

Espérons qu'un style de vie sain pour nos enfants soit à cette occasion considéré comme une vraie priorité de santé publique et fasse l'objet d'un plan ambitieux, et surtout fédérateur.