

OPINION

Il faut interdire les publicités qui visent les enfants

■ Je tiens à réagir à l'opinion qui vise à déresponsabiliser les stratégies marketing dans les comportements de "malbouffe" parue dans "La Libre Belgique" du 14/07.

Cécile Jodogne

Ministre bruxelloise de la Santé (Défi)

L'opinion exprimée dans l'article de Bill Wirtz, analyste pour le Consumer Choice Center, publié dans "La Libre" du 14/07, m'incite à réagir, car, à bien des égards, cette opinion va à l'encontre de la politique que je mène en santé et heurte le bon sens.

Commençons par une brève histoire du quotidien pour illustrer le propos. Petit détour par le supermarché :

Anna aperçoit l'effigie de son personnage de BD favori qui l'invite à ne pas manquer le nouveau biscuit petit-déjeuner, teneur en sucre 28g pour 100g. Anna insiste très fort, la crise n'est pas loin...

Qui de vous ou d'Anna gagnera la partie engagée entre deux rayons ? Vous tiendrez bon... si vous êtes bien informé(e). Si Anna ne vient pas juste de rentrer avec un bon bulletin. Si vous n'êtes pas trop stressé(e) par une fin de journée harassante. Si votre résistance à la publicité a aiguisé chez vous un très solide argumentaire... Si, si...

Je ne vais certainement pas nier l'importance de la responsabilité parentale, mais vous aurez compris que le "besoin" induit chez Anna par la publicité est fort et que nos choix de consommation sont déterminés par de nombreux facteurs et circonstances. C'est pourquoi il est primordial, pour favoriser des choix de consommation sains pour notre santé, d'interdire les allégations mensongères et de cesser les publicités agressives vis-à-vis des enfants.

Pour l'auteur de l'opinion parue dans "La Libre", peu importe la publicité puisqu'il suffirait d'informer les parents pour qu'ils prennent les bonnes décisions pour leurs enfants. On peut lire aussi qu'interdire ou contrôler la publicité, c'est-à-dire agir sur l'offre, serait inefficace et paternaliste. Une opinion aussi radicale ne peut qu'être empreinte d'intérêts particuliers.

Tout miser sur la seule responsabilité des parents est aussi absurde que de tout miser sur les mesures de santé publique et de prévention. Cela vaut aussi pour l'alcool, et c'est bien là que le fédéral a "calé" : il a invoqué la responsabilité individuelle, et a nié le poids de l'offre et de la publicité, contre l'avis de l'Organisation mondiale de la santé (organisation que, soit dit en passant, l'auteur de cette opinion invite dans un autre article à "abolir").

Etablir un système très accessible d'information nutritionnelle, type Nutri-score, diminuer la teneur en sel, en sucre et en graisse des aliments préparés, réguler la publicité et promouvoir l'alimentation équilibrée et l'activité physique auprès du citoyen sont quelques-unes des mesures qui, conjointement, doivent permettre de lutter efficacement contre le surpoids, l'obésité, les cancers et les maladies cardiovasculaires.

Ces mesures doivent mobiliser des compétences diverses, au niveau fédéral comme au niveau régional. En ce qui concerne la prévention, c'est la priorité n° 1 de mon Plan bruxellois de promotion de la santé 2018-2022.