

Les enfants **victimes** de malbouffe

Encore protégée il y a quelques années, la France n'échappe plus aujourd'hui au fléau de l'obésité infantile. On estime en effet à 1,5 million le nombre de jeunes qui souffrent d'obésité dans notre pays et ce chiffre progresserait au rythme de 5,7% chaque année. Plusieurs acteurs ont décidé de se mobiliser et d'alerter les pouvoirs publics par le biais d'une lettre ouverte envoyée le 3 décembre à Roselyne Bachelot, ministre de la Santé, de la Jeunesse et des Sports. Intitulée "Urgence d'une loi contre l'obésité infantile", cette lettre ouverte a été signée par l'Association française des diabétiques (AFD), l'Association nationale des directeurs de la restauration municipale (ANDRM), les associations de parents d'élèves PEEP et FCPE, l'association de la restauration collective en gestion directe (CCC France) et l'UFC-Que choisir. Cette mobilisation et ces propositions font suite à trois mois d'enquêtes de terrain menées dans vingt et une régions de France.

Concernant la restauration scolaire, les signataires de la lettre relèvent notamment que, faute de caractère obligatoire, la cir-



culaire (n° 2001-118) de l'Éducation nationale sur la composition des repas servis à l'école reste trop peu appliquée. Ils s'appuient en particulier sur une récente étude publiée par l'Afssa selon laquelle « seuls 4% des établissements font appel à un personnel de santé pour contrôler l'équilibre des menus servis aux enfants et 80% des établissements n'affichent aucune information nutritionnelle pour accompagner les élèves au moment du choix de leur repas. » Le marketing alimentaire à destination des enfants est également particulièrement visé. Les partenaires de cette croisade contre "la malbouffe" des jeunes

ne mâchent pas leurs mots pour alerter le gouvernement : « La grande distribution comme les annonceurs continuent à gaver jusqu'à l'indigestion les enfants de produits trop gras ou trop sucrés. » En septembre 2006,

87% des pubs sur des produits déséquilibrés

l'UFC-Que choisir révélait que 89% des publicités alimentaires à destination des enfants portaient sur des produits déséquilibrés. Ce chiffre est encore aujourd'hui de 87%, et ce malgré l'engagement pris il y a un an par certaines sociétés de l'industrie agro-alimentaire de

Selon les études, on estime que la probabilité qu'un enfant obèse le reste à l'âge adulte varie entre 20 et 50%. La probabilité est encore plus forte après la puberté puisqu'elle serait comprise entre 40 et 70%.
(©Mark Richards/Maxppp)

limiter cette pression marketing.

Sur le terrain, les enquêteurs ont constaté que la situation était tout aussi préoccupante. Sur les quelque 120 magasins de la grande distribution visités, les 4/5 présentent encore des confiseries au niveau des caisses. De plus, 82% des produits bénéficient des techniques marketing de ces enseignes sont trop gras ou trop sucrés. Les produits les plus souvent en tête de gondole sont les sodas, les pâtes à tartiner, les céréales du petit déjeuner les plus sucrés et les confiseries.

Seul point positif, l'ensemble des grandes surfaces respecte les dispositions de la loi de santé publique de 2004 imposant d'intégrer des messages sanitaires dans les brochures publicitaires.