



ANNEXES



Annexe 1 : chronologie des annonces des pouvoirs publics en matière d'encadrement réglementaire du marketing alimentaire à destination des enfants

Suite à la mobilisation des nutritionnistes, du monde médical, des sociétés savantes et du milieu associatif, les pouvoirs publics semblent à partir de 2008, déterminés à juguler la progression de l'obésité et multiplient les annonces en faveur de l'adoption de mesures de grande ampleur.

Des mesures sont proposées pour chacun des facteurs contribuant à l'obésité, y compris pour le marketing alimentaire pour lequel deux options sont étudiées : la voie réglementaire d'une part qui a la faveur des nutritionnistes, des sociétés savantes et du monde associatif, et la voie des engagements volontaires d'autre part qui est défendue par les professionnels.

La chronologie ci-dessous reprend les annonces les plus marquantes :

- **Février 2008 :**

Annonces de Roselyne BACHELOT sur le marketing alimentaire : la Ministre met en place un groupe d'experts travaillant sous l'égide de la Direction Générale de la Santé (DGS) chargé d'examiner l'intérêt des mesures volontaires de l'industrie et, dans le cas où celles-ci se révéleraient insuffisantes, annonce la possibilité de mesures réglementaires.

- **Septembre 2008 :**

Rapport de la Commission des Affaires Culturelles, Familiales et Sociales : à l'issue de nombreuses consultations réalisées par la mission d'information parlementaire sur la prévention de l'obésité, la Commission des Affaires culturelles, familiales et sociales publie un rapport contenant 83 propositions qui ciblent tous les axes concourant à l'augmentation de l'obésité. Parmi celles-ci figure la proposition d'une disposition législative encadrant les publicités alimentaires destinées aux enfants.

- **Février 2009 :**

Signature par Roselyne BACHELOT et Christine ALBANEL de la charte d'engagements volontaires des professionnels dans le domaine du marketing alimentaire. Cette signature intervient à la veille de l'examen par le Parlement de la Loi Hôpital, patients, Santé et Territoires (HPST), alors que plusieurs propositions d'amendements ont été déposées visant à encadrer la publicité par la Loi.

- **Décembre 2009 :**

Rapport de la Mission conduite par Anne de DANNE : le rapport remis au Président de la République ne retient aucune des propositions formulées par les parties prenantes auditionnées, pour l'instauration de mesures réglementaires en matière de marketing alimentaire et confirme l'orientation en faveur des mesures d'autorégulation.



Annexe 2 : liste des associations locales de l'UFC-Que Choisir qui, dans le cadre de l'action de sensibilisation à la nutrition, ont constaté la présence de produits alimentaires apportés par les élèves à l'école

REGION	ASSOCIATION LOCALE
AQUITAINE	UFC-Que Choisir d'ORTHEZ (64300)
AQUITAINE	UFC-Que Choisir de MONT DE MARSAN (40004)
AQUITAINE	UFC-Que Choisir de BORDEAUX (33800)
AUVERGNE	UFC-Que Choisir de MOULINS (03000)
BOURGOGNE (SAONE ET LOIRE)	UFC-Que Choisir de MACON (71000)
BRETAGNE	UFC-Que Choisir de RENNES (35000)
HAUTE NORMANDIE	UFC-Que Choisir de ROUEN (76000)
LANGUEDOC ROUSSILLON	UFC-Que Choisir d'ALES (30100)
MIDI PYRENEES (LAURAGAIS)	UFC-Que Choisir de RAMONVILLE ST AGNE (31520)
NORD PAS DE CALAIS (COTE D'OPALE)	UFC-Que Choisir de CALAIS (62100)
PAYS DE LA LOIRE	UFC-Que Choisir du MANS (72000)
PAYS DE LA LOIRE	UFC-Que Choisir de SAINT-NAZAIRE (44600)
RHONE ALPES (LOIRE)	UFC-Que Choisir de SAINT-ETIENNE (42000)