

Elections municipales 2026

Promouvoir la prévention et des environnements favorables à la santé



Action n°13

Réguler, voire interdire, la publicité dans l'espace public pour les produits alimentaires qui nuisent à la santé et à l'environnement

*Mesure portée par le collectif d'ONG « Pour un accès digne à l'alimentation durable et de qualité pour toutes et tous » :
Municipales 2026 : pour un accès digne à l'alimentation durable et de qualité pour toutes et tous - ALTAA*



Réguler, voire interdire, la publicité dans l'espace public pour les produits alimentaires qui nuisent à la santé et à l'environnement



Quel est le problème ?

Les investissements publicitaires pour l'alimentation représentaient 5,5 milliards d'euros en 2021, ce qui était 1000 fois supérieur au budget pour les messages de santé publique [1]. Or, les publicités pour des produits Nutri-Score D et E représentaient 53,3 % des publicités vues par les enfants, 52,5 % par les adolescents et 50,8 % par les adultes.

Les enfants exposés à ces publicités **consomment 56 % de plus d'aliments peu sains, contribuant à l'augmentation des maladies comme le diabète et l'obésité** [2]. Les communes ont peu de compétences sur la publicité, mais deux leviers peuvent permettre d'agir localement sur le sujet.



Les leviers de mise en œuvre pour les élus



Mettre en place un Règlement local de Publicité [3] (RLP) restrictif et instaurer des périmètres de restriction de publicité notamment autour des établissements scolaires, gymnases, hôpitaux, etc.

[1] Secours Catholique, avec la Fédération Française des diabétiques, le Réseau Civam et Solidarité Paysans, op.cit.p.1.

[2] Santé publique France, 2020. Comment limiter le marketing alimentaire, en particulier pour les produits gras, sucrés, salés en direction des enfants et des adolescents ?

[3] Des RLP sont des documents d'urbanisme qui peuvent être élaborés par les communes ou les intercommunalités (RLPi), et à quelques exceptions près, ils sont nécessairement plus restrictifs que la réglementation nationale.



Réguler, voire interdire, la publicité dans l'espace public pour les produits alimentaires qui nuisent à la santé et à l'environnement



Arrêter les contrats de mobilier urbain publicitaire : la mairie et l'intercommunalité ont le pouvoir de décider de ne pas renouveler les contrats de mobiliers urbains et retirer ainsi la présence de la publicité.



Exemples de mise en oeuvre

Grenoble

A Grenoble, la métropole a mis en place un **Règlement local de la publicité intercommunal (RLPi)** interdisant la présence de panneaux publicitaires de plus de 8 m² sur l'espace privé, l'éclairage nocturne des publicités, les publicités en toiture, et les publicités aux abords des écoles. Les arrêts de mobiliers urbains publicitaires ont permis de libérer 2 000 m² d'espaces occupés par la publicité en ville.

Rennes métropole

Le RLPi de Rennes Métropole, approuvé en juin 2022, **encadre l'affichage extérieur pour adapter les règles nationales aux spécificités locales**. Il vise à réduire la publicité et à réguler les enseignes, conciliant ainsi cadre de vie et dynamisme économique. Le RLPi concerne les publicités (supports de 2 m² à 12 m²), les pré-enseignes (panneaux annonçant des commerces) et les enseignes (identifications des commerces sur bâtiments ou terrains).



Réguler, voire interdire, la publicité dans l'espace public pour les produits alimentaires qui nuisent à la santé et à l'environnement

Paris

Sur un autre sujet, la ville de Paris, lors de la renégociation du marché de mobilier urbain d'information, a inscrit dans le contrat **l'interdiction de publicités sexistes ou discriminatoires**. Le nouveau contrat prévoit que le concessionnaire s'engage à s'assurer qu'aucune publicité à caractère sexiste ou discriminatoire ne puisse être diffusée sur le réseau municipal d'affichage.

Et à l'international ?

Des **Plans Publicité Alimentation-Santé** (*Healthier Food Advertising Policy*) ont été adoptés par une vingtaine de collectivités au Royaume-Uni. L'initiative est venue de la ville de Londres, où les chiffres d'évaluation montrent que les restrictions de publicité ont entraîné 20 % de baisse de consommation d'aliments trop sucrés par semaine par foyer.

A propos de France Assos Santé

L'Union nationale des associations agréées d'usagers du système de santé (UNAASS) dite France Assos Santé a été créée en mars 2017 dans la continuité d'une mobilisation de plus de 20 ans pour construire une représentation des usagers interassociative. Organisation de référence pour défendre les intérêts des patients et des usagers du système de santé, sa mission est inscrite dans le Code de la santé publique (loi du 26 janvier 2016). Forte d'un maillage territorial de 18 délégations régionales (URAASS), elle regroupe près de 100 associations nationales et plusieurs centaines d'associations régionales qui agissent pour la défense des droits des malades, l'accès aux soins pour tous et la qualité du système de santé. Elle forme les 6 000 représentants des usagers qui siègent dans les instances hospitalières, de santé publique ou d'assurance maladie. Elle prend une part active dans le débat public et porte des propositions concrètes auprès des acteurs institutionnels et politiques pour améliorer le système de santé.



Défendre vos droits

Vous représenter

Agir sur les lois