Extension à tous les supports médias et hors médias de l'obligation d'information sanitaire destinée à lutter contre l'obésité

Le gouvernement a introduit dans le projet de loi de financement de la sécurité sociale un article étendant à tous les supports médias (télévision, radio, presse, internet, cinéma, affichage) et hors médias (manifestations, organisations d'événements, imprimés et publications périodiques des producteurs et distributeurs) l'obligation d'information sanitaire en matière de promotion et de publicité des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou édulcorants de synthèse et de produits alimentaires manufacturés, inscrite par la loi du 9 août 2004 dans le Code de santé publique. Le Syndicat de la presse magazine et d'information (SPMI) a exprimé son opposition à cette extension à la presse de l'obligation d'information sanitaire destinée à lutter contre l'obésité, initialement limitée aux seuls messages publicitaires audiovisuels et aux actions de promotion. Les annonceurs auront le choix de diffuser cette information à caractère sanitaire dans le cadre de leurs actions de promotion et de publicité alimentaires ou de s'acquitter d'une contribution, fixée à 1,5 % des investissements bruts annuels pour la promotion des produits ou du coût de réalisation et de diffusion de ces actions de promotion, auprès de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES).Un décret en Conseil d'État devrait intervenir afin de préciser les modalités de diffusion de ces messages.