

DE M. CHRISTOS DOULKERIDIS

Mme la présidente.- La parole est à Mme Jodogne.

Mme Cécile Jodogne, ministre.- Vous avez été très complets en parlant à la fois du contexte, des constats et des enjeux relatifs à l'alimentation saine.

Je souhaite effectivement développer cette année un plan de promotion des attitudes saines. Sur la base des données disponibles et des constats d'experts et d'acteurs de terrain, celui-ci permettra de mettre en œuvre une stratégie adéquate dans le périmètre des compétences de la Commission communautaire française, tout en faisant des liens avec d'autres niveaux de pouvoir.

Monsieur Maingain, le travail sur ce plan de promotion des attitudes saines se fera donc bien en concertation avec le niveau fédéral. Les recommandations et initiatives au niveau européen constituent généralement des références pour le travail mené à l'échelle nationale. La promotion des attitudes saines sera évidemment également liée à la promotion de l'alimentation saine et équilibrée, ainsi qu'à celle de l'exercice physique.

Toujours à ce sujet, et pour répondre à vos interrogations complémentaires, des dispositifs existent, comme celui de la Communauté française « Mon club, mon école ». Le plan en préparation cette année devra tenir compte de toutes ces initiatives pour identifier les synergies possibles avec les autres niveaux de pouvoir.

J'ai également rappelé récemment au sein de cette assemblée que des projets sont déjà soutenus actuellement en promotion de la santé, mais aussi à travers l'agrément du réseau aide alimentaire que j'ai proposé au collège l'année dernière.

Par ailleurs, les maisons médicales sont particulièrement attentives à cette question dans le cadre de leur mission de prévention et de santé communautaire.

Par contre, je ne peux anticiper sur le contenu du futur plan de promotion de la santé.

Je suis bien entendu au courant de la stratégie régionale bruxelloise Good Food, en tant que membre du Gouvernement. De facto, il y a une cohérence et un partage des objectifs entre la stratégie Good Food et la promotion des attitudes saines, même si l'un axe ses actions sur des objectifs environnementaux et l'autre sur des objectifs sanitaires. On se retrouve bien évidemment et des contacts sont pris entre nos cabinets pour mettre en place des actions complémentaires et multiplier les ponts entre les différentes actions.

Toutefois, les questions que vous venez d'exposer m'inspirent les réflexions et considérations suivantes. La question de la promotion d'une alimentation saine et équilibrée est multifactorielle et mobilise divers niveaux de pouvoir. Un groupe de travail a été mis en place récemment au sein de la conférence interministérielle (CIM) de la santé publique à ce sujet.

Pour être précise, en réponse à votre question, ce groupe s'est réuni deux fois, et la dernière fois pas plus tard qu'hier. Par contre, le projet n'est pas encore remonté, puisqu'il vient de démarrer au niveau du groupe de travail et la CIM ne sera concernée qu'à l'étape suivante. Par ailleurs, vous l'avez évoqué, dans le cadre du Conseil supérieur de la santé, un groupe d'experts émet également des recommandations en la matière.

Je sais aussi que la Wallonie et la Communauté française considèrent cette thématique comme une priorité. Il est un peu prématuré pour dire si les campagnes audiovisuelles seront l'un des canaux de communication privilégiés pour promouvoir les attitudes saines.

Les experts de la communication nous apprennent que ces campagnes ont un impact souvent marginal lorsqu'elles sont

utilisées comme outil principal. Elles peuvent éventuellement être pertinentes si elles sont accompagnées d'un travail de proximité avec les publics concernés. Leur impact concernant la réduction des inégalités sociales de santé fait également l'objet de certaines réserves.

La réglementation de la publicité est, selon moi, l'une des pistes à analyser, tout comme l'information fournie sur les produits alimentaires par l'étiquetage en est une autre. Le groupe de travail qui a été mis en place en a d'ailleurs déjà discuté. Ces deux pistes sont en effet tout à fait pertinentes.

On sait cependant qu'en ce domaine, les objectifs de santé publique et des enjeux économiques sont parfois en concurrence et que certains lobbies commerciaux peuvent s'avérer très puissants. Il m'est en outre difficile de me prononcer à ce stade, puisqu'il ne s'agit pas d'une compétence directe de la Commission communautaire française.

En ce qui concerne les campagnes de promotion de la santé, le transfert des compétences a fait en sorte que le dispositif que vous évoquez, qui permet d'accorder des espaces gratuits en fonction du volume de publicités pour l'alcool, les médicaments et les traitements médicaux, est en cours de révision. En effet, le Conseil supérieur de promotion de la santé n'ayant plus d'existence légale, la commission d'experts chargée de remettre avis sur les projets de campagnes n'existe plus formellement non plus.

Une solution provisoire est mise en place en concertation avec les ministres Prévot et Marcourt, mais un nouveau dispositif tenant compte du nouveau paysage institutionnel en matière de santé devra être défini à moyen terme. Nous avons eu plusieurs échanges de courriers et des contacts entre les trois cabinets concernés à ce sujet. Il en ressort que nous partageons les mêmes vues sur les objectifs et la manière d'organiser l'utilisation de ces espaces publicitaires gratuits, destinés notamment à la promotion de la santé.