

FR

E-001798/2022

Réponse donnée par M<sup>me</sup> Kyriakides  
au nom de la Commission européenne  
(25.7.2022)

La Commission a entrepris plusieurs actions en faveur du marketing alimentaire responsable. En 2019, le Centre commun de recherche a publié une boîte à outils<sup>1</sup> visant à aider les États membres à élaborer des politiques de commercialisation dans le cadre de la directive «Services de médias audiovisuels»<sup>2</sup>. En 2020, une étude sur l'exposition des enfants à la promotion d'aliments riches en graisses, en sel ou en sucre a été publiée<sup>3</sup>.

En soutien à la stratégie «De la ferme à la table»<sup>4</sup> et au plan européen pour vaincre le cancer<sup>5</sup>, la Commission a lancé l'action commune Best ReMaP<sup>6</sup>, qui comprend des initiatives axées sur la réduction de la promotion, auprès des enfants, d'aliments mauvais pour la santé.

Dans le cadre de la stratégie «De la ferme à la table», un code de conduite de l'UE pour des pratiques entrepreneuriales et commerciales responsables dans le domaine alimentaire<sup>7</sup> a été lancé en juillet 2021 afin de contribuer à promouvoir un environnement alimentaire qui facilite le choix en faveur d'une alimentation saine et durable.

La création d'un tel environnement alimentaire fait également partie des objectifs du cadre législatif pour des systèmes alimentaires durables<sup>8</sup>, annoncé dans la stratégie «De la ferme à la table». Le projet d'initiative des experts universitaires en droit de l'Union et en marketing alimentaire<sup>9</sup> est un excellent exemple qui peut orienter d'autres actions dans ce domaine.

Le cadre de la Commission relatif aux compétences clés (LifeComp)<sup>10</sup> aidera également les États membres à sensibiliser les jeunes à l'utilisation d'informations et de services fiables en matière de santé et de protection sociale.

---

<sup>1</sup> A toolkit to limit marketing of food, non-alcoholic and alcoholic beverages to minors [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/toolkit-limit-marketing-food-non-alcoholic-and-alcoholic-beverages-minors-2019-12-18\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/jrc-news/toolkit-limit-marketing-food-non-alcoholic-and-alcoholic-beverages-minors-2019-12-18_en)

<sup>2</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>

<sup>3</sup> Study on the exposure of children to linear, non-linear and online marketing of foods high in fat, salt or sugar — Office des publications de l'UE <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/347b8314-e2c0-11eb-895a-01aa75ed71a1/language-en>

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52020DC0381>

<sup>5</sup> Un plan cancer pour l'Europe: Commission européenne [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/european-health-union/cancer-plan-europe\\_fr](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/european-health-union/cancer-plan-europe_fr)

<sup>6</sup> Best-ReMaP — Une alimentation saine pour un avenir sain <https://bestremap.eu/>

<sup>7</sup> [https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy/sustainable-food-processing/code-conduct\\_en](https://ec.europa.eu/food/horizontal-topics/farm-fork-strategy/sustainable-food-processing/code-conduct_en)

<sup>8</sup> Cadre législatif [https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy/legislative-framework\\_en](https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy/legislative-framework_en)

<sup>9</sup> Projet de directive de l'UE concernant la protection des enfants contre la publicité d'aliments à faible valeur nutritive (epha.org) <https://epha.org/wp-content/uploads/2021/11/blueprint-eu-directive-protect-children-against-the-marketing-of-nutritionally-poor-food-final-november2021.pdf>

<sup>10</sup> [https://joint-research-centre.ec.europa.eu/lifecomp\\_en](https://joint-research-centre.ec.europa.eu/lifecomp_en)