

Septembre 2025

iles  
de  
paix



Analyse

# Déjouer la pub pour la malbouffe avant qu'elle ait raison de nous

La publicité est omniprésente dans notre environnement. Elle influence nos comportements de consommation, notamment en matière d'alimentation. Des pistes d'action sont pourtant possibles. Petit tour d'horizon, dans la foulée de ma participation en tant que volontaire à une matinée d'échanges et de réflexion organisée par Agroecology in Action.

Découvrez  
nos autres publications



Avec le soutien de

Michel Lambillon

 FÉDÉRATION  
WALLONIE-BRUXELLES

## Iles de Paix, c'est toi, moi, elle, lui, elles, eux... en un mot : nous !

Par l'élaboration et la diffusion d'études, analyses et outils socio-culturels d'Éducation Permanente, Iles de Paix soutient le développement d'une citoyenneté active et critique, chez l'ensemble des citoyens de la FWB. Dans cette même optique, l'association donne périodiquement la parole à des citoyennes et citoyens, qu'ils soient volontaires ou sympathisants, dont les contributions enrichissent notre réflexion et élargissent notre perspective.

# Déjouer la pub pour la malbouffe avant qu'elle ait raison de nous

### L'auteur

### Michel Lambillon

Depuis ses premières années d'enseignement en tant que professeur de français, Michel Lambillon a participé à la campagne de sensibilisation et de récolte de fonds d'Iles de Paix via la vente de modules avec ses élèves. Il a ensuite pris la coordination générale des week-ends de campagne dans son école pendant plusieurs années, avant d'emmener deux fois ses élèves de la fin du secondaire en voyage de sensibilisation au Burkina Faso, à la découverte des projets de l'ONG. Après sa retraite en 2019, il a rejoint l'équipe des volontaires ECMS, qu'il appuie par ses animations en classe et ses relectures précieuses.



Il est treize heures et quelques, les rencontres se terminent par une invitation à partager des sandwiches.

J'observe un peu les étiquettes : pas d'américain préparé, de jambon, de saumon... Ben oui, après la matinée, je me dis que ce ne serait pas cohérent. Je prends le premier parce que le plus proche. Surpris, puis très heureux. Je me délecte. Un deuxième. Le suivant ? On verra. Ce mélange de légumes crus, d'épices et de fromage, c'est bon !

En regardant les gens proches de moi, je fais le point sur cette matinée, ces rencontres. Je suis venu à cette demi-journée "**Déjouer les illusions ali-ment-aires**" du 19 mai 2025 organisée par Agroecology in Action parce que j'ai confiance dans les propositions d'Iles de Paix, qui est membre de ce mouvement. Agroecology in Action s'est donné pour mission d'agir concrètement en faveur de la transition vers des systèmes alimentaires agroécologiques et solidaires, notamment via une implication active dans un travail de plaidoyer au-

près des responsables politiques belges et européens. *“Participer à une réflexion sur l'alimentation, l'environnement et la santé”*, je me suis dit que cela en valait la peine. C'est une question qui m'occupe l'esprit depuis longtemps : **Comment, dans un monde capable, selon les scientifiques, de nourrir onze milliards d'humains, tant de gens souffrent-ils encore de la faim ?** Et puis, il y a ce dicton : *“Ta nourriture sera ta première médecine.”*

## Un état des lieux interpellant

En ouverture de cette journée, la **conférence de Céline Bertrand**, de la Société scientifique de Médecine générale, dresse un tableau très “gris” du **lien entre l'alimentation et la santé**. De prime abord, les chiffres semblent très positifs : **depuis 1970, la production agricole mondiale a triplé alors que la population, elle, n'a “que” doublé. Mais cela s'est fait au détriment de la qualité de nourriture qui nous est proposée** et que nous sommes “invités”, par la publicité notamment, à absorber. Les signaux d'alerte sont là : ralentissement de l'allongement de l'espérance de vie, progression alarmante de plusieurs maladies non transmissibles (diabète, cancers, maladies cardiovasculaires...), responsabilité directe ou indirecte de l'alimentation dans plus d'un décès sur deux. Signaux imputables aux pratiques d'une certaine industrie agroalimentaire, à notre consommation habituelle de produits ultra transformés, à diverses contaminations[1], etc. Cela me fait froid dans le dos. Je me dis que, pour moi, à 69 ans, les enjeux ne sont pas inquiétants, ou en moindre mesure. Mais, pour les jeunes !!! Mes enfants, mes quatre petits-enfants... Et tous ceux qui viendront, dans toutes les familles de la planète...

Puisque ce n'est pas la nourriture qui manque, mis à part dans certaines régions du globe parce que mal répartie, **il faut donc se questionner sur la qualité de l'offre**, en commençant par : *“Et chez nous ?”* Les habitants des villes, pressés sans doute par le temps, vont au plus proche. C'est mon cas, ou plutôt c'était encore trop souvent mon cas. Difficile de ne pas profiter des grandes surfaces... bien que



les marchés hebdomadaires soient de plus en plus attirants, avec leurs produits réputés sains, mieux soignés que la nourriture industrielle. Les circuits courts sont souvent un gage de cohérence dans la recherche de produits alimentaires qui n'ont pas trop voyagé, et dont on a préservé la qualité. Et puis il y a la question de la confiance, et donc du dialogue entre producteurs et consommateurs, largement promu par Iles de Paix dans ses pays d'intervention. Alors pourquoi pas en Belgique ?

**Pour suivre**, c'est Frédéric Chomé, de **Factor X**, organisme d'accompagnement en gestion durable, qui nous dévoile les résultats de son **étude, publiée par FIAN[2], sur les coûts cachés de l'alimentation**. La production de nourriture coûte en réalité beaucoup plus à la société que le prix demandé en magasin. **Les conséquences environnementales, sanitaires, sociales et économiques multiplient par trois les coûts de notre alimentation** : importations et pollution de l'air, résidus polluants des plastiques

[1] Iles de Paix a publié une analyse du rôle des médias dans la communication autour des récentes contaminations alimentaires, à retrouver sur [ilesdepaix.org](http://ilesdepaix.org) (août 2025).

[2] *Sécurité Sociale de l'Alimentation en Belgique : Modélisation d'une Utopie Réaliste et Transformatrice*, disponible sur [fian.org](http://fian.org).

nécessaires à la protection des plantes contre les aléas du climat, gestion des conséquences sanitaires des perturbateurs endocriniens... **La FAO estime à plus de 27 milliards d'euros par an les coûts sanitaires liés à une mauvaise alimentation, rien que pour la Belgique.**

Cela me donne envie de hurler, mais ce n'est sans doute pas la bonne solution. Il faut que nous prenions conscience : **nos modes de production et donc de consommation doivent changer.** Il faut organiser de vrais débats au plus haut de la politique, afin que des actions réelles répondent aux rapports alarmistes. Et là, **je me sens concerné** en tant qu'électeur ! À moi, à nous de nous conscientiser. Et de choisir nos représentants politiques, en fonction de leurs programmes à l'écoute des scientifiques.

## Au boulot ! Des pistes pour se mettre en action

### Décrypter

Après une courte pause, un premier atelier nous permet de découvrir un outil de décryptage des messages publicitaires et de ses signaux subliminaux proposé par Humundi<sup>[3]</sup>. Je suis d'accord : il faut démonter la publicité, qu'elle soit Subliminale ou directe ! Quand elle cherche à m'influencer par ses messages, ses couleurs chatoyantes, sa non-pertinence. Quand elle me

masque mon intérêt personnel, me leurre en tant qu'humain, m'envahit à tous les endroits où je passe. Pour la juguler, il faut passer par un questionnement. Car devant nos yeux et dans nos oreilles circulent de nombreux messages "d'amis qui nous veulent du bien", mais qui nous parlent et cherchent à nous influencer.

Lors de cet atelier, est abordée la problématique des messages publicitaires et de ses signaux subliminaux : *"qui parle à travers elle ? La pub représente-t-elle les idéaux de la société dans laquelle je vis ? Dois-je faire partie du groupe qui consomme ceci ou cela ?"*

Il y a bien longtemps, j'étais adolescent... Je me revois courir après la vie, je n'avais pas de temps à perdre à évaluer ma consommation. Étais-je conscient que **la Seconde guerre mondiale avait engendré une course à "plus, plus vite", après cette période d'incertitudes** ? L'influence de la publicité était peu présente, mais grandissait. Plus tard, après la crise pétrolière, les questions climatiques sont apparues. Et aujourd'hui, en corollaire, c'est notre alimentation qui pose problème. A "coups de pub", nous nous soumettons, ou pas, à des diktats sur ce qui serait bon pour nous et nos enfants. Ce qui est dit dans cet atelier établit un lien avec les informations reçues lors des deux conférences introductives. Il

[3] Atelier notamment proposé aux étudiants en médecine de l'UNamur en mars 2025. Plus d'infos sur demande via [humundi.org](http://humundi.org).

TASTIER!  
TASTIER!  
TASTIER!

This best-selling beef burger will definitely complete your meal. A classic made with lettuce, tomatoes, cucumber, topped with cheddar cheese. Give in to your cravings!

m'informe et me convainc qu'il faut arrêter de se fermer les yeux et les oreilles. L'esthétique publicitaire favorise la soumission et omet de nous préciser les vrais problèmes de notre alimentation : quels sont les méfaits des pesticides ? Savez-vous que des enfants sont employés dans des conditions inhumaines pour "remplir nos assiettes" ? Et bien d'autres... En tant que professeur, j'essayais d'inculquer à mes élèves un esprit critique sur les sollicitations du marchandisage, comme on dit au Québec. J'ai bien envie de retourner en classe et, tant pis si je passe pour un ringard, de les alerter sur les non-dits et les mensonges de la publicité sur les aliments, pour qu'ils ne deviennent pas des "bouffeurs de pub".



## Contre

Animé par FIAN, l'atelier "Plaidoyer" propose ensuite de rejoindre un consortium pour **interdire la publicité sur la malbouffe**. J'apprends que deux communes belges ont interdit la construction d'un fastfood sur leur territoire mais, ce matin, avant de me mettre à la rédaction de la suite de cet article, j'entends que cette même marque d'outre-Atlantique va augmenter le nombre de

ses implantations dans notre pays : de 120, ils vont passer à 150 ! Les hommes et femmes politiques se heurtent au lobbying puissant des industries agroalimentaires, mais c'est pourtant par eux qu'il faut passer pour qu'une véritable réglementation de la publicité alimentaire, sur les réseaux sociaux et par voie d'affichage à proximité des écoles, soit appliquée réellement. Et que l'Union européenne mette de côté les divergences de vue de pays à pays, afin qu'une seule voix se fasse entendre.

*Des cadres réglementaires complets peuvent effectivement protéger les populations vulnérables du marketing alimentaire malsain et promouvoir des régimes alimentaires plus favorables à la santé des consommateurs.*

Ainsi, FIAN a publié en 2024 une étude<sup>[4]</sup> qui dresse le panorama des possibilités juridiques de **restreindre, aux différents niveaux de compétences, les pratiques de marketing en Belgique, pour protéger la santé publique en soutenant des choix alimentaires plus sains**. Cette étude met en avant l'efficacité des stratégies de marketing sur les enfants et les populations vulnérables, dès lors plus susceptibles de céder à des choix alimentaires malsains. Il n'y a pourtant pas de fatalité, au contraire, car cette étude met en lumière la manière dont les compétences, qu'elles soient fédérales, régionales ou communautaires doivent être clarifiées pour que ces niveaux de pouvoir deviennent autant de leviers d'action. **La protection de la santé publique, au nom du droit à la santé garanti par la Constitution belge**, pourrait, par exemple, justifier d'encadrer le droit à l'expression des publicitaires (garanti par la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH) mais aussi notre Constitution).

[4] PEUCH J., *Interdire la publicité pour la Malbouffe. Analyse des compétences et des possibilités de réglementation du marketing alimentaire en Belgique*. Disponible sur fian.org.

En s'appuyant sur l'exemple des réglementations en matière de marketing alimentaire et plus particulièrement de « malbouffe », l'étude de FIAN démontre que des cadres réglementaires complets peuvent effectivement protéger les populations vulnérables du marketing alimentaire malsain et promouvoir des régimes alimentaires plus favorables à la santé des consommateurs. S'inspirer de ces pratiques tout en tirant parti des compétences des différents niveaux de pouvoir belges en la matière permettrait de prendre des mesures efficaces pour réduire l'influence du marketing alimentaire malsain et promouvoir un environnement alimentaire plus sain pour l'ensemble des citoyens. Que l'on pense à nos nombreux ministres de la Santé, mais aussi aux compétences en matière d'audiovisuel des communautés ou encore à celles des communes pour tout ce qui concerne la réglementation de l'implantation de publicité dans l'espace public ! Il est urgent de préserver les jeunes enfants et les ados face aux aliments malsains. (Et de montrer l'exemple, nous les adultes !)

### Respirer

Enfin, l'atelier «maisons médicales» nous donne un bol d'air ! Oui, il est possible de promouvoir les bonnes pratiques, notamment lors d'ateliers collectifs : analyse des étiquettes sur les produits, création de potagers, ateliers cuisine, organisation de repas culturels, orientation vers des spécialistes pour celles et ceux qui désirent être

conseillés... Sans oublier les actions de promotion de la santé et les consultations individuelles. Avec réalisme ! Il est bien plus efficace et respectueux de partir des besoins des gens et de leurs pratiques alimentaires existantes pour les orienter vers un mieux, que de leur montrer un fantasme alimentaire idéal qui ne tiendrait pas compte de tous les déterminants de l'alimentation : accessibilité des produits, temps disponible, normes culturelles et familiales, plaisir, même ! Il ne faudrait pas l'oublier.

### Agir à notre niveau

À côté de FIAN, qui a donc choisi la voie juridique pour lutter contre la malbouffe, d'autres modes d'engagement existent également. Par une forme – salubre – de désobéissance civile écologique, des associations qui prônent le « sans pub », à Liège et à Bruxelles<sup>[5]</sup> notamment, ont mené des actions de sensibilisation pour la suppression de la publicité devant les écoles, pour une meilleure connaissance des impacts des produits de consommation les plus courants, non sans objectif pédagogique<sup>[6]</sup>.

La désobéissance civile non violente vient d'ailleurs de remporter une importante victoire symbolique, dont on se prend à espérer qu'elle pourrait faire jurisprudence. En effet, en janvier 2025, trois activistes du collectif «Liège sans pub» comparaissaient devant la Cour d'appel de Liège. Ceux-ci avaient été surpris en train de décrocher des bâches publicitaires vantant des véhicules électriques et comptaient en détourner le slogan pour les arborer lors d'une manifestation dénonçant les mesures fiscales favorables à ce type de véhicules. La cour a relevé que «*Les prévenus entendent inscrire leur action dans un contexte bien précis pour dénoncer la politique climatique peu ambitieuse qui compromet les droits de l'Homme*», citant notamment l'article 23 de la CEDH (droit de mener une vie conforme à la dignité humaine) et un arrêt récent de la Cour européenne pointant «l'urgence que constitue le changement climatique» pour motiver l'ajournement de son verdict. Les juges ont en

[5] Leur pétition est à retrouver sur [stop-pub-bruxelles.be](https://stop-pub-bruxelles.be).

[6] Cf. l'action de sensibilisation menée en mars 2025 et consistant à apposer des infos «connais-tu l'impact de ce produit ?» sur les affiches publicitaires à Liège. Source : [Liège sans pub](https://www.liège-sans-pub.be).





## Il n’y aura pas de conclusion...

Je ne peux terminer cet article par une note de conclusion. Les enjeux concernant l’alimentation sont toujours “sur le grill” ! Quelques semaines après la matinée si mobilisatrice organisée par Agroecology in Action sur les illusions ali-mentaires, un article du journal *Le Soir* se faisait le relais de la proposition des fédérations sectorielles du commerce et de l’industrie agroalimentaire d’**actualiser le code publicitaire relatif aux denrées alimentaires**, notamment lorsque ce sont les enfants la cible<sup>[9]</sup> (aujourd’hui en Belgique, un enfant belge voit en moyenne trois publicités pour des aliments malsains chaque heure !). Le secteur de la santé n’y voit cependant “qu’une nouvelle tentative pour éviter une réglementation officielle”, le code ne contenant aucune règle contraignante et présentant des contradictions avec les recommandations de l’OMS, de l’Unicef ainsi que de notre propre Conseil supérieur de la santé. Tout en continuant de plaider pour l’instauration d’un véritable cadre légal, on peut néanmoins souligner deux bonnes nouvelles : non seulement le ministre fédéral de la Santé, Frank Vandenbroucke, a refusé de signer le plan, arguant que les objectifs du texte ne pouvaient pas être testés objectivement et donc que leur réalisation ne pourrait être précisément contrôlée, mais il a également annoncé l’intégration prochaine du Nutri-Score dans toutes les publicités alimentaires. En attendant, à nous de nous montrer plus vigilants, plus assertifs, en militant à notre échelle pour une meilleure alimentation. **Plus l’alimentation saine sera accessible, plus nous achèterons sain, plus nous mangerons sain, plus la nourriture saine aura droit de cité dans nos cités, dans nos écoles, dans nos institutions...** Et si nous voulons nous associer pour nous sentir plus forts ensemble, des associations telles que celles citées dans cette analyse seront là pour nous donner le coup de pouce. Et surtout nous mêler au combat pour une alimentation digne de confiance ! Si, pour paraphraser Iles de Paix, se résigner n’est pas une option, **faire valoir notre droit à une alimentation de qualité** fait partie des solutions.

[7] Source : [Le Soir](#).

[8] À retrouver sur [Fian.be](#).

[9] Source : [Le Soir](#).

effet estimé devoir poser à la Cour constitutionnelle la question de savoir si l’article 78 de notre code pénal, qui porte sur les cas d’excuses pour les crimes et délits, est contraire ou non à la Constitution et au droit européen puisqu’il ne permet pas aujourd’hui d’examiner la responsabilité pénale de personnes poursuivies pour des actes visant à alerter l’option publique sur l’urgence climatique et qui “*se prévalent de la désobéissance civile écologique non violente en tant que cause d’excuse fondée sur leur droit à la liberté d’expression*”<sup>[7]</sup>.

Mais revenons-en à FIAN, dont le plan de campagne s’articule en plusieurs actions, que ce soit aux abords des écoles, par l’interpellation de politiciens en sollicitant un débat au sein des parlements wallon et bruxellois, des manifestations en rue, via des articles et des pétitions, ou encore en cherchant des partenaires prêts à collaborer. Iles de Paix s’associe à cette démarche, en commençant par signer la lettre d’accompagnement<sup>[8]</sup> demandant à la Région ainsi qu’aux Communes de prendre action pour interdire la publicité pour la malbouffe dans l’espace public bruxellois, en vertu de leurs compétences respectives en matière d’urbanisme et d’aménagement du territoire.

Éditeur responsable

**Iles de Paix ASBL**

Rue du Marché 37

4500 Huy

085 23 02 54

[education.permanente@ilesdepaix.org](mailto:education.permanente@ilesdepaix.org)

[www.ilesdepaix.org](http://www.ilesdepaix.org)

**iles  
de  
paix**