

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 juin 2010

MODERNISATION DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE - (n° 2636)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 433

présenté par
M. Folliot et M. Dionis du Séjour

ARTICLE PREMIER

Après l'alinéa 25, insérer l'alinéa suivant :

« *Art. L. 230-2-2.* – Pour lutter contre l'obésité et la malnutrition notamment chez les jeunes, les collectivités territoriales compétentes peuvent interdire dans un rayon de 200 mètres autour des établissements d'enseignement la construction d'un restaurant dont l'activité principale est la vente à emporter et qui est lié à une autre entreprise par un contrat prévu par l'article L. 330-3 du code de commerce. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'obésité est la pandémie du XXIème siècle qui touche tous les pays occidentaux. La France ne fait pas exception puisque la proportion des personnes en surpoids ou obèses a progressé de 36,7% à 41,6% entre 1997 et 2003, soit une augmentation de 13%. Sur la même période, les Français ont grossi de 1,7 kg, et l'obésité massive (ou dite morbide) a doublé. Les jeunes sont particulièrement touchés par cette maladie: 19% des enfants français sont touchés par l'obésité ou le surpoids.

Afin de lutter contre cette pandémie, il faut à la fois des mesures préventives (campagnes de publicité à la télévision, dans les écoles... en faveur d'une alimentation saine) mais aussi un volet plus contraignant visant notamment à maîtriser le nombre et l'emplacement des enseignes des chaînes de restauration rapide sur une commune ou intercommunalité. En effet des études récentes conduites aux Etats-Unis ont montré que la présence d'un fast-food dans un rayon de 150 mètres d'un établissement d'enseignement augmente de 5% le taux d'obésité parmi les élèves. Ainsi de la même manière que la loi interdit l'installation d'un sex-shop à proximité d'une école, il convient de pouvoir interdire la création d'un fast-food dans le même voisinage s'agissant d'un véritable problème de santé publique pour les jeunes élèves.

Les dispositions de cet amendement ne concernent que les enseignes de restauration rapide qui ont une politique nationale de communication de masse, à savoir les grandes chaînes dont les restaurants sont franchisés et qui sont rattachés le plus souvent à une multinationale.