

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 novembre 2015

SANTÉ - (N° 3215)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT

N° 577

présenté par
Mme Boyer

ARTICLE 5

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« IV. – Au 1° de l'article 27 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, après le mot : « publicité », sont insérés les mots : « et l'indication dans les messages publicitaires, pour les produits alimentaires transformés, du contenu calorique des aliments ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

La France n'est plus épargnée par la pathologie de l'obésité qui constitue une menace pour notre système de protection sociale et une souffrance pour les personnes qui en sont victimes. L'obésité constitue aujourd'hui un des principaux défis de santé publique mondiale. En France, un adulte sur deux est en surpoids et un sur six est obèse. La prévalence de la surcharge pondérale atteint 49,3 % des adultes (16,9 % pour l'obésité et 32,4 % pour le surpoids). Quant à l'obésité infantile, elle touche près d'un enfant sur cinq. Les raisons principales de l'obésité proviennent de l'accroissement d'un déséquilibre énergétique qui s'est installé dans les sociétés développées ou en voie de développement à cause du recul spectaculaire de l'activité physique et de la modification radicale des habitudes alimentaires avec une absorption accrue d'aliments et de boissons à haute densité énergétique et pauvres en nutriments associées à une consommation insuffisante de fruits et légumes.

La perte des repères nutritionnels complique le choix du consommateur. Parmi les nombreux rayons des supermarchés, il n'est pas toujours aisé d'identifier les produits alimentaires adaptés aux besoins d'une alimentation équilibrée. Ceci est d'autant plus vrai pour les foyers défavorisés qui sont aussi les plus touchés par l'obésité.

Même s'il n'y a pas de bons ou de mauvais produits, il y a des produits meilleurs que d'autres. On pourrait parfaitement accepter leur promotion auprès des enfants sans diaboliser les autres. Ce ne sont pas les produits trop gras, trop sucrés, trop salés qui sont dangereux, c'est leur promotion télévisuelle sans informations nutritionnelles.

L'amendement vise à prévoir l'indication dans les messages publicitaires pour les produits alimentaires transformés du contenu calorique des produits.

Il s'agit d'améliorer l'information des consommateurs afin de leur permettre d'effectuer des choix éclairés favorables à l'équilibre nutritionnel.