

ASSEMBLÉE NATIONALE

18 février 2019

PROTÉGER LA POPULATION DES DANGERS DE LA MALBOUFFE - (N° 1561)

Commission	
Gouvernement	

Tombé

AMENDEMENT

N° 15

présenté par
M. Prud'homme

ARTICLE 3

Rédiger ainsi l'alinéa 2 :

« *Art. L. 2133-3.* – Seuls peuvent faire l'objet de messages publicitaires et activités promotionnelles, directs ou indirects, sur tous supports de communication radiophonique, audiovisuelle et électronique, ainsi que sur tous supports et produits complémentaires qui leur sont associés, les produits alimentaires et boissons qui sont classés A ou B selon le logo Nutri-Score. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Tel qu'il est rédigé, l'article 3 de la proposition de loi interdit tout type de publicité et promotion pour des produits alimentaires en direction des enfants et adolescents.

Il apparaît cependant préférable de proposer un encadrement du marketing et de la publicité qui reprenne les préconisations du Haut Conseil de la santé publique qui a fait le constat de l'inefficacité des mesures d'engagements volontaires des professionnels : dans ce domaine comme dans d'autres, l'autorégulation rencontre de fortes limites. C'est pourquoi le HCSP insiste, comme l'OMS, sur la nécessité pour les pouvoirs publics, de prendre des mesures contraignantes. Dans son rapport de 2017 sur le PNNS 2017-2021, le HCSP recommande ainsi de réglementer le marketing et d'interdire les communications commerciales et la promotion des marques agroalimentaires pour les aliments de faible qualité nutritionnelle (classés D et E selon le Nutri-Score).

L'adoption de cet amendement permettra en conséquence de contribuer à la promotion d'une alimentation industrielle respectant des standards de qualité élevés en matière de santé publique. Elle favorisera considérablement la promotion du Nutri-Score que les pouvoirs publics ambitionnent d'ériger en standard européen. Sans qu'il soit pour autant obligatoire, ce que la réglementation européenne interdit, les entreprises du secteur agroalimentaire seront fortement incitées à s'y conformer. Les exigences de santé publique et le respect de la

réglementation européenne seront de ce fait à la fois satisfaites. Cette mesure incitative pour les entreprises à adopter une démarche de qualité bénéficiera en outre à un public plus large que les seuls enfants et adolescents.

L'adoption de cet amendement répond enfin à la recommandation, adoptée à l'unanimité, de notre collègue Michèle Crouzet, rapporteure de la commission d'enquête sur l'alimentation industrielle, qui avait notamment préconisé d'« *établir, dans le cadre d'une réglementation spécifique aux messages publicitaires des chaînes de télévisions et autres canaux électroniques dans le domaine alimentaire, des dispositions restrictives concernant tout produit susceptible de porter atteinte à la santé des enfants et des adolescents. Dans ces conditions, édicter sous l'égide du Haut conseil de la santé publique (HCSP) de nouvelles dispositions en vigueur au 1^{er} juillet 2019.* »