

ASSEMBLÉE NATIONALE

18 février 2019

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

Commission	
Gouvernement	

Tombé

AMENDEMENT

N ° 42

présenté par

M. Paluszkiewicz et Mme Brulebois

ARTICLE 3

Rédiger ainsi cet article :

« Le chapitre III du titre III du livre premier de la deuxième partie du code de la santé publique est complété par un article L. 2133-3 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-3.* – Les messages publicitaires et activités promotionnelles, en faveur de produits alimentaires manufacturés et boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et ayant pour cible les enfants de moins de seize ans doivent contenir une information à caractère sanitaire prévue à l'article R. 2133-1 sur tout support de communication radiophonique, audiovisuel, électronique et de jeu vidéo publicitaire.

« Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à introduire une information à caractère sanitaire prévue à l'article R. 2133-1 : « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour », « Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière », « Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé » et « Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas » sur tout support de communication radiophonique, audiovisuel, électronique et plus particulièrement sur le jeu vidéo publicitaire.

En effet, l'Assemblée nationale a adopté, le 27 avril 2004, le projet de loi relatif à la politique de santé publique, consistant à apposer des messages sanitaires à travers toute communication publicitaire d'aliments transformés. Ceci étant, avec la démocratisation de l'internet, des tablettes ainsi que des smartphones, certains groupes alimentaires contournent dorénavant la législation en vigueur par l'utilisation de nouveaux supports de publicité. En effet, la publicité sur internet étant moins contrôlée, notamment sur les réseaux sociaux, cette dernière occupe une place prépondérante

auprès des industriels en quête de nouveaux consommateurs. Ce faisant, les industriels développent et proposent gratuitement des jeux publicitaires sur internet en y intégrant de la publicité à l'intérieur même de ces derniers, afin de promouvoir une marque ou des produits et services. Contrairement aux spots publicitaires à la télévision, ils ne disposent d'aucune mention sanitaire, ni d'obligation d'indiquer qu'il s'agit d'une publicité.