

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 février 2020

---

**SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)**

Retiré

**AMENDEMENT**

N° AC531

présenté par

Mme Bessot Ballot, Mme Bureau-Bonnard, M. Blanchet, M. Girardin, M. Cabaré, M. Besson-Moreau, M. Perrot, Mme Gayte, Mme Gipson, M. Vignal, Mme Le Feur, M. Michels, M. Poulliat, M. Simian, Mme Kuric, Mme Bagarry, M. Villani, M. Cédric Roussel, M. Barbier, Mme Mörch et  
Mme Melchior

-----

**ARTICLE 59**

Après l'alinéa 38, insérer l'alinéa suivant :

« 5° (*nouveau*) Assurent une mission de sensibilisation à une alimentation saine, sûre, durable et responsable. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

L'article 54 du présent projet de loi prévoit l'adoption de codes de bonne conduite afin de prévenir l'exposition des enfants aux publicités relatives à des aliments ou boissons dont la présence excessive dans le régime alimentaire n'est pas recommandée. En effet, l'impact de la télévision sur les comportements alimentaires, notamment auprès des plus jeunes, est une question de santé publique primordiale.

Par ailleurs, pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), l'audiovisuel doit jouer un rôle pédagogique pour encourager les bons comportements, surtout en ce qui concerne l'alimentation et l'hygiène de vie, et notamment auprès des plus jeunes. Dans ce sens, le CSA a proposé dès 2009 la rédaction et l'adoption par les acteurs concernés d'une charte alimentaire destinée à promouvoir une alimentation saine et une activité physique régulière. Aussi, en janvier dernier, les principaux groupes de télévisions français, ainsi que des responsables du secteur de la publicité et des acteurs du monde de la radio et du numérique ont signé une nouvelle charte du CSA visant à promouvoir une alimentation plus saine et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités. De toute évidence, le secteur audiovisuel public a toute sa place pour contribuer à répondre à ces grands enjeux de santé publique, et qui sont au cœur de l'actualité.

Cet amendement vise donc à ajouter la sensibilisation à une alimentation saine, sûre, durable et responsable aux missions d'éducation des sociétés de l'audiovisuel public.