

ASSEMBLÉE NATIONALE

23 mars 2018

EQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 627)

Rejeté

AMENDEMENT

N° CD462

présenté par

M. Garot, M. Potier, Mme Batho, M. Jean-Louis Bricout, M. Bouillon, M. Le Foll, Mme Pires
Beaune, Mme Rabault, Mme Battistel, Mme Victory, Mme Karamanli, M. Saulignac, M. Vallaud,
M. Aviragnet, Mme Bareigts, Mme Biémouret, M. Carvounas, M. Alain David,
Mme Laurence Dumont, M. Faure, M. Hutin, M. Juanico, M. Jérôme Lambert, M. Letchimy,
Mme Pau-Langevin, Mme Manin, M. Pueyo, M. Pupponi, Mme Untermaier et Mme Vainqueur-
Christophe

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11, insérer l'article suivant:**

Après l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 2133-1-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-1-1.* – Les messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés portant sur des boissons et des produits alimentaires manufacturés ne peuvent être diffusés dès lors que le nombre de mineurs parmi l'audience dépasse un plafond fixé par un décret révisé annuellement. Ce décret définit les plages horaires durant lesquelles ces messages publicitaires ne peuvent être diffusés au regard du plafond établi. Les messages publicitaires ne peuvent être diffusés durant les 15 minutes qui précèdent et suivent ces plages horaires. Ces dispositions s'appliquent aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et réceptionnés sur le territoire, à compter du 1^{er} janvier 2020.

« Le premier alinéa ne s'applique pas aux aliments et boissons qui figurent sur une liste fixée par arrêté du ministre chargé de la santé, pris après avis de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments, compte tenu de leurs caractéristiques nutritionnelles adaptées aux besoins de l'enfant et de l'adolescent dans le cadre d'une alimentation équilibrée. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Conformément aux conclusions formulées par les participants de l'Atelier 9 - « Comment faciliter l'adoption par tous d'une alimentation favorable à la santé ? » des Etats Généraux de l'Alimentation, et dans le prolongement des dispositifs adoptés dans la précédente législature, cet amendement vise à préserver le jeune public des messages publicitaires qui viendraient contrecarrer une nécessaire éducation à l'alimentation.

Ces dispositions devront être cohérentes avec les recommandations du PNNS pour favoriser une alimentation favorable à la santé, alors que se développe le surpoids et même l'obésité chez les plus jeunes d'entre les Français.