

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 avril 2018

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CE1789

présenté par

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

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.* – I. – Les messages et activités promotionnelles sous toutes leurs formes, ciblant les enfants de moins de 16 ans, et portant sur des boissons et des produits alimentaires manufacturés, sont interdits sur tout support de communication radiophonique, audiovisuel et électronique. 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.

« Un décret est pris en Conseil d'État pour préciser les conditions de mise en œuvre du I.

« II – 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 États 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.