

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

21 mars 2023

---

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 790)

Rejeté

**SOUS-AMENDEMENT**

N ° CE151

présenté par  
Mme Morel

à l'amendement n° CE|48 de M. Delaporte

-----

**APRÈS L'ARTICLE PREMIER**

Après le huitième alinéa, insérer l'alinéa suivant :

« 3° Les produits alimentaires dont le Nutri-Score, tel que défini par l'arrêté du 31 octobre 2017 fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'État en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du code de la santé publique, est classé D ou E ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le présent amendement vise à interdire la promotion par les influenceurs des produits alimentaires trop gras, sucrés, salés, dont le Nutri-Score serait égal à la classe D ou E.

En effet, ces produits ne sont pas recommandés dans le cadre d'une alimentation équilibrée. Il est patent que l'obésité est un problème de santé publique mondial, dont l'incidence ne cesse d'augmenter. A cet égard, selon l'OMS, le nombre de cas d'obésité a presque triplé à l'échelle planétaire, depuis 1975. La France est également touchée par cet enjeu majeur de santé publique. Ainsi, une étude de l'Inserm du 20 février 2023 montre que 47,3 % des adultes français seraient obèses ou en surpoids. Ce fléau touche également les publics plus jeunes, et les chiffres du surpoids et de l'obésité chez les jeunes sont en constante augmentation.

Or, 95% des jeunes de 16-25 ans vont quotidiennement sur les réseaux sociaux. Sachant que les réseaux sociaux influencent 87% des acheteurs dans la décision d'achat, la question de leur exposition quotidienne à des produits ultra transformés, trop gras et trop sucrés, par leurs influenceurs préférés est donc une question de santé publique majeure.