

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2023

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 1006)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 133

présenté par
Mme Morel et M. Martineau

ARTICLE 2 C

Supprimer l'alinéa 3.

EXPOSÉ SOMMAIRE

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 ; un enfant sur six est en surpoids ou obèse et risque de le rester à l'âge adulte.

Or, le lien entre marketing et préférences alimentaires pour ce type de produits est ainsi aujourd'hui clairement établi. Les enfants sont quant à eux particulièrement vulnérables au marketing alimentaire, du fait notamment de leur moindre capacité à discerner l'objectif du marketing alimentaire et à faire des choix rationnels et conscients.

Par ailleurs, force est de constater que la simple information des consommateurs au travers de bandeaux contenant des messages préventifs, comme c'est le cas à la télévision par exemple, ne suffit pas à enrayer ce phénomène.

Nous pensons donc préférable d'interdire directement la promotion par les influenceurs des produits alimentaires trop gras, salés et sucrés, délétères pour la santé, plutôt qu'une demi-mesure telle que l'imposition d'un bandeau.