

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2023

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

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

Rejeté

AMENDEMENT

N ° 45 (Rect)

présenté par

M. Garot, M. Potier, M. Aviragnet, M. Baptiste, Mme Battistel, M. Mickaël Bouloux, M. Philippe Brun, M. Califer, M. David, M. Delaporte, M. Delautrette, M. Echaniz, M. Olivier Faure, M. Guedj, M. Hajjar, Mme Jourdan, Mme Karamanli, Mme Keloua Hachi, M. Leseul, M. Naillet, M. Bertrand Petit, M. Bertrand Petit, Mme Pic, Mme Pires Beaune, Mme Rabault, Mme Rouaux, Mme Santiago, M. Saulignac, Mme Thomin, Mme Untermaier, M. Vallaud, M. Vicot et les membres du groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe Nupes)

ARTICLE 2 B

Après l'alinéa 1, insérer l'alinéa suivant :

« I *bis*. – La promotion, par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi, de denrées et boissons trop riches en sucres, sel, matières grasses, est interdite. Les modalités d'application du présent III *bis* sont précisées par un décret détaillant notamment les critères de référence utilisés pour définir les produits ciblés. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du groupe Socialistes et apparentés vise à interdire la promotion par les influenceurs des produits alimentaires de faible valeur nutritionnelle.

En France, le taux d'obésité chez les adultes a été multiplié par deux en 20 ans, et touche aujourd'hui 17 % de la population. Chez les jeunes, 21 % des 8-17 ans sont en surpoids, soit près de deux fois plus qu'en 1997. Selon le Programme National Nutrition Santé 2019-2023 porté par le Gouvernement, l'un des principaux leviers permettant de freiner cette progression est la réduction de la pression marketing auprès des consommateurs.

Longtemps focalisé sur les médias télévisuels, le débat sur la publicité alimentaire se déporte aujourd'hui sur l'utilisation d'internet, et plus particulièrement les réseaux sociaux. Une étude de

l'École de Santé publique mondiale, publiée en 2019 et analysant 178 vidéos d'influenceurs américains, a montré que 90 % des produits alimentaires promus étaient liés à la malbouffe.

Les députés du groupe Socialistes et apparentés défendent historiquement un encadrement strict de la promotion des produits trop gras, trop salés ou trop sucrés dans les médias, notamment sur les tranches destinées aux enfants et aux adolescents. Compte tenu du périmètre de la présente loi, cet amendement pose une première pierre à l'édifice en limitant fortement la promotion de denrées et de boissons nocives pour la santé des consommateurs. La définition de ces produits, qui sera précisée par décret, devra se baser sur les critères les plus objectifs possibles, notamment ceux retenus par l'Organisation Mondiale de la Santé.