

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 février 2026

POUR UNE GÉNÉRATION SANS SUCRE - (N° 2423)

Commission	
Gouvernement	

N° 20

AMENDEMENT

présenté par

M. Prud'homme, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisabeth Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-Terreiroir, M. Aurélien Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

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

Après l'article L. 2133-2 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 2133-3 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-3.* – Les messages publicitaires et les activités promotionnelles, directs ou indirects, en faveur de denrées alimentaires ou de boissons dont le score nutritionnel est inférieur à un seuil déterminé par décret sont interdits sur tout support de communication électronique, ainsi que sur tous les supports et les produits complémentaires qui leur sont directement associés, de façon totale.

« Est interdite toute publicité, directe ou indirecte, effectuée par les influenceurs sur les plateformes considérées comme des réseaux sociaux, pour des denrées alimentaires dont le score nutritionnel est inférieur à un seuil déterminé par voie réglementaire. Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, le groupe de la France insoumise étend la lutte contre la malbouffe au-delà des produits ultra-transformés et engage une révolution alimentaire majeure. Il s'agit de doter le Nutri-score d'une seconde fonction : la responsabilisation des comportements industriels.

L'algorithme de calcul attribue des "bons" points en fonction des éléments nutritionnels dits favorables d'un produit - protéine, les fibres, les fruits, les légumes et les légumes secs - et des "mauvais" points en fonction des éléments nutritionnels à limiter - les calories, les sucres, le sel, les acides gras saturés et les édulcorants.

La mise à jour de son algorithme, consacré par un arrêté ministériel en 2024, a perfectionné cet outil d'information de sorte qu'il peut devenir un instrument de régulation de la promotion des mauvais aliments.

Depuis l'introduction du Nutri-score, un Français sur deux déclare avoir changé ses habitudes de consommation. Bien plus, certains industriels ont été contraints de changer la composition de leur recette pour afficher un meilleur score et éviter des pertes de marché.

L'interdiction de toute promotion publicitaire des produits mal notés s'inscrit dans cette logique de responsabilisation rendue nécessaire par le refus obstiné l'agro-business de se conformer volontairement aux recommandations.

En témoignage, l'échec du EU-Pledge qui comportait une mesure d'auto-régulation selon laquelle les industriels devaient limiter la publicité aux enfants de moins de 13 ans pour les produits répondant aux critères nutritionnels, listés dans le Livret Blanc. Mais l'enquête de l'ONG Foodwatch portant sur le EU-Pledge révèle qu'au regard des critères de l'OMS 90% des produits marketés par les signataires ne devraient pas l'être.

Par ailleurs, cette mesure vise à contrer une stratégie marketing qui cible les personnes les plus vulnérables. En effet, les produits les plus mal notés sont valorisés par la publicité pour leur faible prix. Une enquête du 15 janvier 2025 démontre une présence de sucre plus importante que la moyenne dans les produits les moins chers. A l'inverse, les produits les plus chers sont les moins sucrés. Cette même enquête révèle que 99% des produits les moins chers sont des produits de marques distributeurs. Interdire la promotion des produits notés E ou D oblige l'agro-business à la qualité et non à la rentabilité.

Ainsi, cet amendement s'ancre dans une politique plus large qui ne résume pas les problèmes alimentaires aux habitudes de consommation de la population mais qui lutte contre le cahier des charges de l'industrie, responsable de 2,7 millions de morts dans la zone Europe.