

**LE PARLEMENT DES ENFANTS – 25<sup>ème</sup> édition**  
**Année 2020-2021**

**PROPOSITION DE LOI**

**Visant à protéger les enfants contre *la mise en valeur sur les lieux de vente* de produits alimentaires ne garantissant pas une alimentation durable et équilibrée.**

**PRESENTEE par**

**Les élèves de la classe de CM2**  
**LYCEE FRANÇAIS D'Irlande – DUBLIN**  
**Classe de Béatrice Cayet-Fernandez**

Alix BLOOM – Alexa BRADY – Lauryn CAPARROS – Emily COSTELLO  
– Louis DEFER – Alan DIRIDOLLOU – Maud FAHEY – Alex  
FERRANDEZ – Geneviève FLAVIN MC GHEE – Nolan GODO – Mahé  
GRANDGEORGE – Juliette GRANT – Emilie GUILLEMET – Maëlig  
GUPTA – Charlie HERMITTE – Solène HIGGINS – Gibson  
LEDGERWOOD – Juliette LEFEBVRE – Kian LOPEZ-BASSOLS – Eva  
MICHELON – Ishan MORGAN – Yacine OUZZANI TOUHAMI – Daniel  
SABELLA – Laya SABRY – Luca TOWNLEY

## EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Une loi importante concernant l'alimentation durable et équilibrée existe : la loi couramment appelée EGalim (Loi Agriculture et Alimentation). Cette loi vise à rétablir un équilibre entre les producteurs et la grande distribution et à rendre accessible une alimentation saine et durable pour tous les consommateurs. Promulguée le 30 octobre 2018, cette loi a déjà instauré de nombreuses mesures dans la restauration publique et privée, notamment l'interdiction des touillettes, pailles et bouteilles d'eau en plastique dans les cantines scolaires. Mais surtout, pour permettre au plus grand nombre d'avoir accès à une alimentation de qualité et respectueuse de l'environnement, la loi EGalim prévoit que le 1er janvier 2022 au plus tard, les repas servis dans les cantines scolaires soient préparés pour moitié, de produits bio, locaux ou écologiques.

Dans notre classe, nous avons pensé que ces mesures sont de belles avancées concernant notamment une meilleure qualité des menus proposés dans les cantines mais nous sommes convaincus également qu'une bonne hygiène alimentaire passe avant tout par l'information, l'éducation et le changement profond d'attitude.

Or et selon le CSA, les enfants de 4 à 10 ans passent plus de deux heures par jour devant la télévision et 10 % de leur temps de visionnage est consacré à la publicité, une loi est également intervenue relative à la suppression de la publicité commerciale dans les programmes jeunesse de la télévision publique (LOI no 2016-1771 du 20 décembre 2016). Si cette loi française semble efficace pour protéger les enfants de la publicité qui les vise, ***l'encadrement de ce marketing dans les points de vente nous a paru déficient***. Les élèves de la classe ont spontanément avoué être tentés par l'achat d'un produit visuellement attractif, de couleurs vives ou à l'effigie de leur héros préféré lorsqu'ils accompagnent leurs parents au supermarché.

Les enfants sont en effet de plus en plus prescripteurs d'achat et les grandes marques l'ont bien compris ! Il s'agit d'attirer l'attention des enfants de moins de treize ans pour des produits de pauvres qualités nutritionnelles par différentes stratégies comme : des emballages faisant référence à la magie, à la fantaisie, à l'aventure, utilisant des typographies enfantines ou offrant des jeux et des petits cadeaux.

Outre le packaging, on trouve également dans tous les supermarchés des présentoirs au graphisme attrayant qui ciblent particulièrement les enfants. Grâce à ces étalages, les bonbons, les barres chocolatées, les céréales trop sucrées, sont mis en valeur le plus souvent à la hauteur des yeux d'enfant. Il en va de même pour les présentoirs érigés en *tête de gondole* ou aux caisses, là où les enfants sont susceptibles de solliciter leurs parents, obligés de patienter pour régler leurs achats.

Les produits biologiques, quant à eux, font l'objet d'une mise en rayon à l'écart des produits ordinaires ; l'accès restreint à ces produits, exige une démarche volontaire de la part du consommateur et réduit d'autant leur achat spontané. En outre, cette mise en rayon dédiée ne permet pas à l'acheteur de comparer le prix d'un produit bio avec celui d'un produit ordinaire.

Nous pensons que toutes ces tactiques promotionnelles en faveur des produits peu sains, influencent négativement les habitudes alimentaires des enfants et peuvent avoir un impact sur leur santé (problèmes d'obésité notamment).

Tous les élèves de la classe de CM2 du Lycée Français d'Irlande, vous remercient pour l'attention que vous porterez à leur proposition de loi.

## **ARTICLE 1**

Les présentoirs contenant des friandises (bonbons, chocolats, gâteaux) ainsi que des produits à faible valeur nutritionnelle (Nutri-Score D et E) seront interdits à l'entrée des commerces, en tête de rayon et aux caisses.

## **ARTICLE 2**

Afin de ne pas faciliter leur accessibilité aux enfants, les produits à faible valeur nutritionnelle (Nutri-Score D et E) ne pourront pas être mis en rayons entre 80 et 130 cm de hauteur.

## **ARTICLE 3**

Les emballages des produits destinés aux enfants devront afficher le Nutri-Score côté face et non au dos du produit.

## **ARTICLE 4**

Les produits biologiques ne devront plus faire l'objet d'une mise en rayon dédiée mais devront être intégrés parmi les autres produits en affichant une étiquette-prix de couleur verte bien identifiée.