

ASSEMBLÉE NATIONALE

7 décembre 2013

AGRICULTURE, ALIMENTATION ET FORÊT - (N° 1548)

Rejeté

AMENDEMENT

N° CE1299

présenté par
Mme Fabre

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant:**

I. – Après l'article L. 632-1-3 du code rural et de la pêche maritime, il est inséré un article L. 632-1-4 ainsi rédigé :

« *Art. L. 632-1-4.* – Pour les organisations interprofessionnelles des boissons alcoolisées, l'information visée au 6° de l'article L632-1 du même code comprend notamment toute indication et représentation sur les caractéristiques du produit, la filière concernée et ses composantes géographiques et humaines.

« Pour ces mêmes organisations, la promotion visée aux 1° et 6° du même article relève de toute action de propagande et de publicité, sauf dans le cas où cette action vise à inciter à un excès de consommation, notamment chez les jeunes. »

II. – L'article L. 632-1-4 est applicable pour la mise en œuvre de toutes les dispositions du code de la santé publique.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le législateur a confié aux interprofessions la mission d'informer sur les produits et les filières qu'elles représentent mais aussi d'assurer la promotion de ces produits. Cette démarche de promotion ne peut donc s'envisager sans les actions nécessaires incitant à la consommation des produits en question.

Pour autant, cette démarche est aujourd'hui rendue impossible aux interprofessions concernées qui voient leur capacité à communiquer sur leurs produits remise en cause par développement d'une jurisprudence extensive : en témoigne deux arrêts de la Cour de Cassation (arrêt n° 215 du 23 février 2012 [10-17.887] et arrêt n° 567 du 22 mai 2008 [H07-14-984]) qui, au motif seul de l'incitation à la consommation, ont censuré les campagnes des interprofessions de Bordeaux (CIVB) et du Val de Loire (InterLoire).

Cette jurisprudence apparaît manifestement non conforme à la décision du Conseil constitutionnel qui, en validant la loi du 10 janvier 1991, a confirmé que « *le législateur qui a entendu prévenir une consommation excessive d'alcool, s'est borné à limiter la publicité en ce domaine, sans la prohiber de façon générale et absolue* » avec comme objectif affiché « *d'éviter un excès de consommation d'alcool, notamment chez les jeunes* ».

En limitant leur capacité de communication à la simple information sur les caractéristiques objectives et techniques du produit, et en prohibant toute forme d'incitation à la consommation, les interprofessions se voient ainsi contester par cette jurisprudence la légalité d'une part de leur mission et la possibilité d'une communication positive et responsable.

Le présent amendement vise donc à remédier à cette contradiction juridique en clarifiant la mission d'information et de promotion des interprofessions des boissons alcoolisées. Il ne remet pas en cause les principes de la Loi du 10 janvier 1991 puisqu'il s'appuie littéralement sur la décision du Conseil Constitutionnel la validant.