

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 janvier 2014

AGRICULTURE, ALIMENTATION ET FORÊT - (N° 1639)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 1461

présenté par

M. Potier

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

Les organisations professionnelles ou interprofessionnelles des filières de produits alimentaires et agroalimentaires peuvent contribuer au financement de tout programme radiophonique ou télévisuel sans porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale des sociétés de radiophonique et de télévision, dès lors que le message diffusé en contrepartie du financement porte exclusivement sur la promotion collective générique des produits de leurs filière et de leurs propriétés à l'exclusion de toute promotion d'entreprises commerciales proposant à la vente des produits ou services.

Les modalités d'application de l'alinéa précédent sont précisées par décret.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement a pour objet de soutenir et d'appuyer les actions d'information et de promotion collectives menées par les organisations professionnelles et interprofessionnelles des filières agricoles et agroalimentaires.

Les campagnes d'information nutritionnelle gouvernementale informent les consommateurs sur les composantes d'un régime alimentaire équilibré mais ne modifient pas les comportements d'achats des consommateurs. Cette information doit nécessairement être relayée et démultipliée par des investissements de promotion ou d'information. Si le CSA a reconnu l'existence de la publicité générique en autorisant celle-ci à être diffusée sur les chaînes publiques entre 20 heures et 6 heures du matin, l'application actuelle des textes régissant le parrainage d'émission télévisuelle ou radiophonique ne distingue pas les publicités de marques des campagnes de communication et d'information génériques menées par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles au bénéfice de l'ensemble des opérateurs d'une filière. Le présent amendement vise donc à faciliter l'accès au parrainage en permettant aux organisations professionnelles ou interprofessionnelles de

parrainer des émissions culinaires ou susceptibles de présenter des produits alimentaires, dès lors que toute promotion d'entreprises commerciales proposant à la vente des produits ou services est exclue.