

ASSEMBLÉE NATIONALE

11 mars 2015

SANTÉ - (N° 2302)

Rejeté

AMENDEMENT

N° AS112

présenté par

M. Cinieri, M. Santini, M. Berrios, Mme Louwagie, Mme Pons, M. Salen et M. Dord

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 5, insérer l'article suivant:**

I. – Après l'article L. 3511-6 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 3511-6-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 3511-6-1.* – I. – L'étiquetage des unités de conditionnement, tout emballage extérieur ainsi que le produit du tabac proprement dit ne peuvent comprendre aucun élément ou dispositif qui :

« 1° Contribue à la promotion d'un produit du tabac ou incite à sa consommation en donnant une impression erronée quant aux caractéristiques, effets sur la santé, risques ou émissions du produit ; les étiquettes ne comprennent aucune information sur la teneur en nicotine, en goudron ou en monoxyde de carbone du produit du tabac ;

« 2° Suggère qu'un produit du tabac donné est moins nocif que d'autres ou vise à réduire l'effet de certains composants nocifs de la fumée ou présente des propriétés vitalisantes, énergisantes, curatives, rajeunissantes, naturelles, biologiques ou a des effets bénéfiques sur la santé ou le mode de vie ;

« 3° Évoque un goût, une odeur, tout arôme ou tout autre additif, ou l'absence de ceux-ci, à l'exception jusqu'au 20 mai 2020 des produits du tabac contenant un arôme caractérisant particulier, dont le volume des ventes à l'échelle de l'Union européenne représente 3 % ou plus dans une catégorie de produits déterminée ;

« 4° Ressemble à un produit alimentaire ou cosmétique ;

« 5° Suggère qu'un produit du tabac donné est plus facilement biodégradable ou présente d'autres avantages pour l'environnement.

« II. – Les unités de conditionnement et tout emballage extérieur ne suggèrent pas d'avantages économiques au moyen de bons imprimés, d'offres de réduction, de distribution gratuite, de promotion de type « deux pour le prix d'un » ou d'autres offres similaires.

« III. – Les éléments et dispositifs qui sont interdits en vertu du I et du II peuvent comprendre notamment les messages, symboles, noms, marques commerciales, signes figuratifs ou autres. »

II. – Le I entre en vigueur le 20 mai 2016.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise transposer la présentation des produits du tabac conformément à la Directive 2014/40/UE.