



N° 4285

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUINZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 29 juin 2021.

PROPOSITION DE LOI

*visant à exempter les produits issus d'une appellation d'origine protégée
ou d'une indication géographique protégée
de l'obligation d'apposition d'un indice Nutri-Score,*

(Renvoyée à la commission des affaires économiques, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par Mesdames et Messieurs

Arnaud VIALA, Pierre CORDIER, Dino CINIERI, Emmanuel MAQUET, Jean-Marie SERMIER, Philippe BENASSAYA, Vincent DESCOEUR, Pierre VATIN, Frédérique MEUNIER, Jean-Jacques FERRARA, Jacques CATTIN, Bernard PERRUT, Fabrice BRUN, Marc LE FUR, Stéphane VIRY, Robert THERRY, Éric PAUGET, Annie GENEVARD, Patrick HETZEL, Sébastien HUYGHE, Vincent ROLLAND, Marie-Christine DALLOZ, Philippe MEYER, Isabelle VALENTIN,

députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Conçu dans le cadre du programme national Nutrition-Santé, le Nutri-Score a pour but de faciliter la compréhension des informations nutritionnelles par les consommateurs et d'encourager les bonnes pratiques alimentaires. Il vise aussi à encourager les industries agro-alimentaires à modifier leurs formulations afin de commercialiser des produits plus sains. Ce système de cotation nutritionnelle à l'avant des emballages met ainsi en œuvre la faculté offerte par l'article L. 3232-8, alinéa 1^{er} du code de la santé publique d'accompagner la déclaration nutritionnelle obligatoire par « *une présentation ou une expression complémentaire au moyen de graphiques ou de symboles* ». Les enquêtes de Santé publique France publiées en janvier 2021, réalisées auprès de plus de mille consommateurs, montrent une évolution favorable et rapide de la notoriété et de l'impact du Nutri-Score.

Ce logo coloriel est aujourd'hui facultatif, mais la Commission européenne et le législateur français envisagent de le rendre obligatoire à l'horizon 2022 pour toutes les denrées alimentaires, y compris l'ensemble des fromages. Une telle généralisation serait susceptible de provoquer de nombreux effets nuisibles pour des filières placées sous signe de qualité, notamment sur les appellations d'origine protégée (AOP) et les produits issus d'une indication géographique protégée (IGP).

Le Nutri-Score prend en effet la forme d'une échelle graphique, classant les produits alimentaires en cinq catégories en fonction de leurs qualités nutritionnelles. Le logo est attribué sur la base d'un score prenant en compte, pour 100 grammes ou 100 millilitres de produit, la teneur en nutriments et aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits, légumes, légumineuses, fruits à coques, huile de colza, de noix et d'olive) et en nutriments à limiter (énergie, acides gras saturés, sucres, sel). Après ce calcul, le score obtenu par un produit permet de lui attribuer une lettre et une couleur. Ce dernier ne prend en compte ni les additifs qui peuvent avoir un impact très négatif sur la santé, ni le calcium dont l'apport s'effectue par la consommation régulière de produits laitiers, ni encore le niveau de transformation industrielle.

L'attribution d'une note vise en définitive à orienter le consommateur dans le choix de son aliment en fonction des teneurs nutritionnelles sans prendre en compte la qualité intrinsèque du produit en question. Le Nutri-Score classe ainsi 90 % des fromages en catégories D et E, signe d'une mauvaise composition, dangereuse pour la santé. Les fromages de brebis AOP souffrent de cette classification en raison de leur teneur en sel ou en

matière grasse, alors même qu'ils obéissent à des critères de fabrication très stricts. Pourtant, une appellation d'origine protégée (AOP) qualifie un produit dont les principales étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques. C'est un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne et qui désigne des produits issus d'une fabrication extrêmement encadrée.

Le Roquefort est ainsi le symbole de tout un territoire, l'Aveyron, et le fruit d'une histoire de plusieurs siècles. Il est le premier produit à avoir bénéficié d'une appellation d'origine en 1925. Pourtant, le Nutri-Score dans sa définition actuelle ne prend pas en compte la « naturalité » du fromage et stigmatise ainsi un produit simple et peu transformé, fabriqué à partir de lait et de sel pour sa conservation.

De plus, le calcul du Nutri-Score est réalisé en se basant sur une portion de 100 grammes de produit, quel que soit le produit en question. Or, la portion moyenne de fromage consommée par les Français est de 38,5 g/jour. Par conséquent, pour ce type de produit, la classification ne tient pas compte des quantités consommées réellement par les individus, mais repose sur un calcul qui vise à faire ressortir un taux élevé de matière grasse pour certains aliments. À travers cette classification, de nombreux savoir-faire et de nombreux terroirs sont en danger, alors que la fabrication des produits alimentaires en question est soumise à de nombreux contrôles et résulte d'une transmission intergénérationnelle.

Les conséquences d'une classification défavorable sont lourdement pénalisantes : interdiction de faire de la publicité à la télévision aux heures de grande écoute, interdiction de commercialiser ces produits dans le circuit de la restauration collective, arrêt des publicités dans les prospectus des grandes surfaces, taxation envisagée sur les produits « gras » et, potentiellement, baisse de la demande en produits classés en catégories E ou D. Ces produits, symboles de la gastronomie française, se voient ainsi injustement pénalisés au bénéfice d'autres produits, plus respectueux en apparence en matière de nutriments alimentaires mais dont la fabrication reste douteuse.

La loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous, dite « *loi Egalim* », a pourtant la volonté de rendre accessible une alimentation saine et durable pour tous les consommateurs, particulièrement en faisant en sorte que les repas en

restauration collective comprennent au moins 50 % en valeur de produits alimentaires durables notamment sous signe officiel de qualité et d'origine (SIQO). Cette valorisation des produits SIQO est aussi soutenue par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO). Ces ambitions sont incompatibles avec le système de Nutri-Score qui limite l'accès de ces produits SIQO.

La présente proposition de loi vise donc à exclure du champ du Nutri-Score l'ensemble des AOP et des IGP qui se voient injustement pénalisés par un système de notation arbitraire, alors que le processus de fabrication y est plus rigoureux que pour la majorité des aliments recevant une notation favorable.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

- ① I. – Le chapitre III du titre III du livre I^{er} de la deuxième partie du code de la santé publique est complété par un article L. 2133-3 ainsi rédigé :
- ② « *Art. L. 2133-3.* – Les messages publicitaires en faveur de denrées alimentaires sont accompagnés de la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle en application de l'article L. 3232-8, à l'exception des produits et des denrées issues d'une appellation d'origine protégée (AOP) et des indications géographiques protégées (IGP). Dans le cas des messages publicitaires sur internet, télévisés ou radiodiffusés, cette obligation ne s'applique qu'aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire. La même obligation d'information s'impose à toute promotion, destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par les producteurs ou distributeurs de ces produits, à l'exception des produits et des denrées issus d'une appellation d'origine protégée (AOP) et des indications géographiques protégées (IGP).
- ③ « Les annonceurs et les promoteurs peuvent déroger à cette obligation sous réserve du versement d'une contribution dont le produit est affecté à l'Agence nationale de santé publique.
- ④ « La contribution prévue au deuxième alinéa du présent article est assise, s'agissant des messages publicitaires, sur le montant annuel des sommes destinées à l'émission et à la diffusion de ces messages, hors remise, rabais, ristourne et taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs. Le montant de cette contribution est égal à 5 % du montant de ces sommes.
- ⑤ « La contribution prévue au même deuxième alinéa est assise, s'agissant des autres types de promotion de ces produits, sur la valeur hors taxe sur la valeur ajoutée des dépenses de réalisation et de distribution qui ont été engagées au titre de l'année civile précédente, diminuée des réductions de prix obtenues des fournisseurs qui se rapportent expressément à ces dépenses. La base d'imposition des promoteurs qui effectuent tout ou partie des opérations de réalisation et de distribution avec leurs propres moyens d'exploitation est constituée par le prix de revient hors taxe sur la valeur ajoutée de toutes les dépenses ayant concouru à la réalisation desdites opérations. Le taux de la contribution est fixé à 5 % du montant hors taxe sur la valeur ajoutée de ces dépenses.

- ⑥ « Le fait générateur est constitué par la diffusion des messages publicitaires ou la mise à disposition des documents mentionnés au premier alinéa. La contribution est exigible au moment du paiement par l'annonceur aux régies ou au moment de la première mise à disposition des documents mentionnés au même premier alinéa. La contribution est déclarée, liquidée, recouvrée et contrôlée selon les procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. Il est opéré un prélèvement de 1,5 % effectué par l'État sur le montant de cette contribution pour frais d'assiette et de recouvrement.
- ⑦ « Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'État, pris après avis de l'Agence nationale de la sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail et après consultation de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité. »
- ⑧ II. – Le présent article entre en vigueur le 1^{er} janvier 2022.

