

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 mai 2019

PRÉ-ENSEIGNES - (N° 1915)

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

Retiré

AMENDEMENT

N ° 16 (Rect)

présenté par

Mme Le Feur, M. Chalumeau, Mme Degois, M. Garcia, Mme Limon, Mme De Temmerman,
Mme Jacqueline Dubois, M. Daniel, M. Cazenove, Mme Piron et Mme Mauborgne

ARTICLE UNIQUE

Après l'alinéa 1, insérer l'alinéa suivant :

« 1° A Après le mot : « terroir », sont insérés les mots : « ou de produits bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée » ; ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à permettre aux commerçants locaux de pouvoir mettre en avant des produits de qualité, propres au patrimoine culinaire français et bénéficier ainsi d'une meilleure attractivité sur des territoires ruraux qui souvent, peinent à maintenir leurs commerces.

C'est en ce sens que nous souhaitons prendre en compte parmi les dérogations possibles au quatrième alinéa de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, introduit par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE), également les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits AOC, par des entreprises locales, pour permettre de sauver certains commerces et de maintenir l'attractivité de nombreux territoires.

En effet, l'appellation d'origine contrôlée qui désigne des produits répondant aux critères de l'AOP et en protège la dénomination sur le territoire français, nous paraît alors pertinent pour permettre le respect de l'environnement comme souhaité lors de la loi du 12 juillet 2010, en évitant une abondance de pré-enseignes et en ciblant que des activités mettant en avant des produits de qualité, propres à notre culture française, diverse et traditionnelle.

De plus, cet amendement vise à répondre pleinement aux lacunes que propose l'alinéa 4 de l'article L. 581-19 du code de l'environnement, quant à la notion de « produits de terroir », assez vague et laissé trop souvent à interprétation.

Ainsi, dans un document datant de 2014, réalisé par Philippe ZAVOLI (Maître de conférences en droit public à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour) et Thierry VLIMANT (Gérant du cabinet-conseil Cadre et Cité) au nom du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, intitulé « Guide pratique - La réglementation de la publicité extérieure », il est fait mention d'une définition, de « produits de terroir », comme « expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit. ».

Or le constat est fait dans la pratique, que celle-ci est assez mal comprise et peut être très restrictive selon les territoires, mettant ainsi en difficulté certains commerçants hors agglomération. Rappelons en effet, que bon nombre d'artisans et de commerçants n'ont que cette communication pour permettre leur accessibilité. Leur survie économique dépend de la part de clientèle détournée des axes de circulation grâce à la pré-enseigne installée.