

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 novembre 2019

**ARTICLES LOI ÉQUILIBRE RELATIONS COMMERCIALES SECTEUR AGRICOLE
ALIMENTATION Saine - (N° 2441)**

Commission	
Gouvernement	

Adopté

AMENDEMENT

N° 68

présenté par

M. Benoit, Mme Auconie, M. Guy Bricout, M. Brindeau, Mme de La Raudière, Mme Descamps,
Mme Firmin Le Bodo, M. Meyer Habib, M. Herth, M. Lagarde, M. Ledoux, Mme Magnier,
M. Morel-À-L'Huissier, M. Naegelen, Mme Sage et M. Warsmann

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

La section 2 du chapitre II du titre I^{er} du livre IV du code de la consommation est complétée par un article L. 412-10 ainsi rédigé :

« *Art. L. 412-10.* – Le nom et l'adresse du producteur de bière sont indiqués en évidence sur l'étiquetage de manière à ne pas induire en erreur le consommateur quant à l'origine de la bière, d'une manière quelconque, y compris en raison de la présentation générale de l'étiquette.

« Les mentions de l'étiquetage, y compris le nom commercial ne sauraient faire apparaître un lieu différent du lieu de production réel de la bière. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'étiquetage des denrées alimentaires est régi au niveau européen par le règlement n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

Parmi les mentions obligatoires sur l'étiquetage des denrées alimentaires, l'indication de l'origine ou provenance est requise notamment « dans les cas où son omission serait susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la denrée alimentaire, en particulier si les informations jointes à la denrée ou l'étiquette dans son ensemble peuvent laisser penser que la denrée a un pays d'origine ou un lieu de provenance différent » (article 26, § 2.a). Le consommateur recherche de plus en plus des produits alimentaires plus

« authentiques » et la recherche de produits fabriqués localement fait souvent partie des critères associés.

La demande du consommateur fait émerger des pratiques peu scrupuleuses. En effet, de nombreuses brasseries tentent de se faire connaître en revendiquant leur origine géographique locale. Or, ces communications, au mieux, entretiennent un flou sur l'origine réelle des bières (par exemple, en indiquant l'adresse du siège social et/ou une plateforme téléphonique comme coordonnées), au pire, trompent carrément le consommateur en mettant en avant une fausse origine géographique.

Parmi les nombreux cas rencontrés : La Cagole (bière de Marseille – produite en République Tchèque), La Bête des Vosges (produite en Alsace), L'Arrageoise (bière d'Arras, produite en Belgique), L'Alsacienne sans culotte (produite en Belgique), Pelforth (avec des noms de villes sur l'étiquette, mais produite dans le nord), la Grimbergen 75cl (bière d'abbaye belge, embouteillée en Allemagne pour un brasseur alsacien), la 50 (bière de Normandie ; produite dans les Hauts de France)...