

**ASSEMBLEE NATIONALE**25 octobre 2005

---

**LOI DE FINANCEMENT DE LA SÉCURITÉ SOCIALE POUR 2006 - (n° 2575)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 241

présenté par  
M. Roubaud

-----  
**ARTICLE 38**

Substituer au dernier alinéa du I de cet article les deux alinéas suivants :

« Les messages publicitaires télévisés ou radiodiffusés en faveur des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et de produits alimentaires manufacturés émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire, doivent contenir une information à caractère sanitaire.

« La même obligation d'information s'impose à toute promotion destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par des producteurs ou distributeurs de ces produits. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le texte de la loi relative à la politique de santé publique qui a été voté l'année dernière impose l'obligation d'intégrer une information à caractère sanitaire sur la publicité télévisée ou radio diffusée et sur les actions de promotion.

Le texte du Gouvernement élargit le champ de cette obligation à la publicité réalisée par voie de presse, d'affichage, au cinéma ou par Internet.

Il s'agit d'un alourdissement très fort de la charge mise sur les industries alimentaires, alors que celles-ci sont soumises, aujourd'hui, à de nombreuses contraintes économiques (baisse des prix, hausse de l'énergie et des matières premières, etc.).

De plus, le projet présenté par le Gouvernement prévoit d'élargir le champ d'application aux manifestations et événements.

Pourraient être visées les manifestations en faveur d'un produit, organisées par les municipalités, les offices du tourisme ou les comités de producteurs, qu'il s'agisse de

---

manifestations traditionnelles ou folkloriques, l'essentiel de l'activité des collectives et des centres d'information, les exposants des salons comme le salon de l'agriculture, le SIAL, le SIRRAH ou des grandes foires régionales (comme celle de Dijon) qui ont toutes une section gastronomique.

Le fait d'inclure des manifestations extrêmement diverses dans le périmètre de la loi va créer une vraie insécurité juridique et va couvrir des opérations traditionnelles qui n'ont aucun rapport avec le problème du développement de l'obésité.

Il y a donc lieu de s'en tenir à la définition précise de la promotion qui est constituée par les actions que conduisent ensemble un fabricant et un distributeur pour promouvoir les ventes d'un produit.

La dernière partie de la rédaction du Gouvernement peut donc être conservée en ce qu'elle est plus précise que la rédaction antérieure.