



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## étiquetage informatif

Question écrite n° 30835

### Texte de la question

M. Bruno Bourg-Broc demande à M. le secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation les perspectives de son action ministérielle relative à la proposition de l'Union fédérale des consommateurs (Que Choisir, décembre 2003) demandant qu'une réglementation établisse, pour la restauration, la nécessité d'indiquer, aux clients, les produits surgelés, comme cela existe, dans un souci d'hygiène alimentaire, dans divers pays de la Communauté européenne.

### Texte de la réponse

Le décret du 9 septembre 1964 modifié relatif aux aliments surgelés définit de manière précise leurs caractéristiques par rapport à la qualité des matières premières, à la technique de congélation et à la température de conservation qui ne peut être supérieure à - 18 °C jusqu'à l'utilisateur final. A ces dispositions s'ajoutent les obligations en matière d'hygiène résultant de la directive 93/43/CE relative à l'hygiène des aliments et les obligations de respect de la chaîne du froid par l'enregistrement des températures aux stades de l'entreposage et du transport de ces aliments comme prévu par la directive 92/1/CE du 13 janvier 1992. Le respect de ces réglementations contribue à faire des aliments surgelés des aliments sûrs et de qualité. Concernant l'information de la clientèle du secteur de la restauration, les dispositions existantes en terme d'étiquetage et de publicité du code de la consommation prévoient une interdiction d'induire le consommateur en erreur. Ces mesures ne sont pas interprétées comme imposant aux restaurateurs l'indication systématique de l'utilisation de produits surgelés. En revanche, un restaurateur peut faire valoir sur sa carte l'utilisation de produits frais si tel est le cas. Ces allégations sont contrôlées par les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) sous l'angle de la publicité trompeuse en application de l'article L. 121-1 du code de la consommation. Des dossiers contentieux sont établis en cas d'allégations trompeuses ou de nature à induire en erreur le consommateur.

### Données clés

**Auteur :** [M. Bruno Bourg-Broc](#)

**Circonscription :** Marne (4<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 30835

**Rubrique :** Consommation

**Ministère interrogé :** PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

**Ministère attributaire :** PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

### Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 22 décembre 2003, page 9770

**Réponse publiée le :** 23 mars 2004, page 2344