

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mai 2018

EQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 902)

Commission	
Gouvernement	

Non soutenu

AMENDEMENT**N ° 1910**

présenté par

M. Potier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11 SEPTDECIES, insérer l'article suivant:**

Les campagnes d'information collectives et génériques sur les produits frais - viandes fraîches, fruits et légumes frais, produits laitiers frais -, menées par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles agricoles portant notamment sur la qualité des produits, les bénéfices nutritionnels et usages culinaires des produits, la connaissance des métiers de la filière ou des démarches agro-environnementales, bénéficient d'espaces d'information périodiques auprès des sociétés publiques de radio et de télévision.

Les organisations professionnelles ou interprofessionnelles des filières agricoles concernées - viandes fraîches, fruits et légumes frais, produits laitiers frais - financent tout programme radiophonique ou télévisuel sans porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale des sociétés de radio et de télévision, dès lors que le message diffusé en contrepartie du financement porte exclusivement sur la promotion collective générique des produits de ces filières et de leurs propriétés, à l'exclusion de toute promotion d'entreprises commerciales proposant à la vente des produits ou des services.

Les modalités d'application du présent article sont précisées par décret.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Considérant les conclusions de l'Atelier 9 des États-Généraux de l'Alimentations, le présent amendement a pour objet de soutenir et d'appuyer les actions d'information collectives menées par les organisations professionnelles et interprofessionnelles des filières de produits agricoles et agroalimentaires dans le cadre de campagnes télévisuelles.

Les campagnes d'information nutritionnelle gouvernementale informent les consommateurs sur les composantes d'un régime alimentaire équilibré, mais ne modifient pas les comportements d'achats des consommateurs. Ces informations ne répondent alors que partiellement aux attentes d'information des consommateurs demandeurs de renseignements et d'indication plus complètes sur les systèmes de production ou l'étiquetage des produits.

Ainsi, si les campagnes nutritionnelles disposent d'espaces d'information dans le cadre des engagements pris par les sociétés de télévisions à la signature de la charte alimentaire du CSA ; les informations relatives à la production, aux métiers, aux systèmes de qualité ou encore aux démarches agro-écologiques ne bénéficient pas de ces accès privilégiés aux chaînes.

Cette mesure visant à assurer un accès sur les sociétés de radio et de télévision publiques aux campagnes d'information générique des filières de produits alimentaires avait été inscrite à l'article 18 de la loi du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, de l'article. Son décret d'application, prévue pour juin 2015, n'a en revanche pas été publié.

Les sources de blocage quant à la mise en œuvre de cet article semblent tenir au caractère « gratuit » des espaces d'information (article 18, I) formulée par la loi de 2014 et à la création d'une taxe additionnelle pour financer ces derniers (article 18, II).

Afin de faciliter la diffusion de campagnes d'information collectives et génériques sur les produits dans ce cadre, est prévu dans cet amendement que les organisations professionnelles ou interprofessionnelles agricoles financent elles-mêmes ces espaces.