

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 mai 2025

LEVER LES CONTRAINTES À L'EXERCICE DU MÉTIER D'AGRICULTEUR - (N° 1437)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 1288

présenté par

M. Biteau, Mme Laernoës, M. Lahais, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, M. Roumégas, Mme Sandrine Rousseau, M. Ruffin, Mme Sas, Mme Sebaihi, Mme Simonnet, Mme Taillé-Polian, M. Tavernier, M. Thierry et Mme Voynet

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

Sous réserve de son traitement par les services de l'Assemblée nationale et de sa recevabilité

Après l'article L. 254-1-3 du code rural et de la pêche maritime, il est inséré un article L. 254-1-4 ainsi rédigé :

« *Art. L. 254-1-4.* – Dans le cadre du commerce électronique de produits phytopharmaceutiques, il est interdit aux distributeurs de recourir aux pratiques suivantes :

« 1° La publication d'avis ou de commentaires de clients relatifs auxdits produits ;

« 2° La mise en œuvre de techniques de vente croisée consistant à proposer des produits complémentaires ou similaires ;

« 3° L'offre de services de livraison gratuite ;

« 4° L'envoi de messages publicitaires par courrier électronique, message textuel ou tout autre moyen de communication électronique directe ;

« 5° La proposition de modalités spécifiques de remboursement, de retour ou d'échange incitant à l'achat ;

« 6° L'instauration de programmes de fidélité ou de récompense ;

« 7° La diffusion de contenus publicitaires ou promotionnels sur les réseaux sociaux ;

« 8° L'utilisation de systèmes d'intelligence artificielle, notamment d'algorithmes de recommandation ou d'analyse comportementale, aux fins de promotion, de ciblage ou de vente de produits phytopharmaceutiques. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à encadrer strictement les pratiques commerciales liées au commerce en ligne de produits phytopharmaceutiques, en cohérence avec les objectifs de protection de la santé publique, de l'environnement, et de prévention des risques liés à l'usage de ces substances.

Les produits phytopharmaceutiques ne peuvent être assimilés à des biens de consommation courants. Leur vente, notamment à distance, doit faire l'objet de garanties renforcées, évitant toute incitation abusive à l'achat ou toute forme de promotion susceptible de banaliser leur usage.

Ainsi, il est proposé d'interdire un ensemble de pratiques commerciales considérées comme incompatibles avec les principes de prudence et de responsabilité qui doivent prévaloir dans ce domaine. Sont notamment visés :

- la publication d'avis de consommateurs, qui pourrait influencer de manière non encadrée les décisions d'achat ;
- la vente croisée et la recommandation de produits associés ;
- les offres promotionnelles telles que la livraison gratuite ou les facilités de remboursement ;
- les campagnes de publicité directe par voie électronique ou sur les réseaux sociaux ;
- l'usage d'outils d'intelligence artificielle, notamment pour le profilage des consommateurs ou la personnalisation des offres.

Ce dispositif vise à renforcer le cadre éthique et réglementaire applicable à la vente de produits phytopharmaceutiques à distance, en assurant que celle-ci reste strictement fonctionnelle et encadrée, sans recours à des mécanismes promotionnels inadaptés.