

ASSEMBLÉE NATIONALE

6 février 2009

RÉFORME DE L'HÔPITAL - (n° 1210)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 544

M. Rolland, rapporteur
au nom de la commission des affaires culturelles
Mme Boyer, M. Bur, Mme Grommerch, M. Chossy et M. Victoria

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 25, insérer l'article suivant :**

À la première phrase du deuxième alinéa de l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, les mots : « peuvent déroger à cette obligation sous réserve du » sont remplacés par les mots : « sont assujettis au ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cette mesure vise à traduire une des préconisations du rapport de la Mission d'information sur la prévention de l'obésité, adopté par la commission des affaires culturelles, familiales et sociales, le 30 septembre 2008.

L'amendement vise à supprimer la possibilité pour les annonceurs de messages publicitaires concernant les aliments manufacturés et les boissons sucrées de s'exonérer de l'obligation d'ajouter dans les messages une information à caractère sanitaire (« Manger, bouger », « cinq fruits et légumes par jour »...) moyennant le versement d'une taxe de 1,5 % qui est affectée à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et à rendre obligatoire l'assujettissement à cette taxe.

La suppression de la possibilité de déroger à l'obligation d'information sanitaire permettra de renforcer l'information en matière d'équilibre nutritionnel, d'éducation à la santé et de prévention de l'obésité. Cela contribuera à rééquilibrer l'information sur les produits alimentaires transformés. Dans ce même esprit, l'obligation d'acquitter la taxe permettra d'accroître les moyens d'information et de prévention de l'INPES.

Cela correspond aussi au souhait exprimé par le Président de la République, lors de son discours sur la politique de santé et la réforme du système de soins, prononcé le 18 septembre 2008, à Bletterans, de porter la part de la prévention dans les dépenses de santé de 7 % à 10 %.

A ce jour, le budget de l'INPES affecté aux messages publicitaires de prévention s'élève à 5 millions d'euros par an (toutes campagnes de prévention confondues y compris celles relatives à la préservation du capital santé au travers d'une alimentation équilibrée), quand celui de l'agroalimentaire atteint 2 milliards d'euros par an, soit 400 fois plus pour la promotion de ses produits. L'industrie agroalimentaire est le premier annonceur et sa publicité représente 25 % à 30 % de l'ensemble des dépenses publicitaires. Par ailleurs, l'efficacité de la publicité est bien réelle puisque 90 % des parents achètent les produits demandés par leurs enfants.

A cet égard depuis sa création en 2007, la taxe de 1,5 % créée en 2007 destinée au financement de l'INPES connaît un rendement très faible : 100 000 euros en 2007 et 30 000 euros pour les quatre premiers mois en 2008, selon les informations communiquées par le ministère de l'économie. Or les annonceurs ont la possibilité de s'en exonérer en insérant les bandeaux contenant les messages sanitaires de l'INPES. C'est pourquoi l'augmentation du taux et la suppression de la possibilité de s'en exonérer conduiraient au renforcement des moyens de la politique de prévention.

Suivant l'avis du gouvernement, cet amendement avait été retiré du projet de loi de finances 2009 pour privilégier les négociations ouvertes depuis le 4 février 2008 entre le gouvernement et les entreprises de l'industrie agroalimentaire, les annonceurs et les publicitaires afin d'élaborer un cadre d'engagements volontaires en matière de communication sur les produits alimentaires, comprenant notamment le retrait des écrans jeunesse.

La ministre de la santé avait indiqué qu'en cas d'échec de la démarche, les dispositions législatives devraient être engagées.

A ce jour, les négociations n'ayant toujours pas abouti, il apparaît nécessaire de prendre les mesures qui s'imposent pour qu'une partie de la prévention de l'obésité soit financée par l'industrie agroalimentaire. Cette logique est largement partagée par la représentation nationale.