

ASSEMBLÉE NATIONALE

6 février 2009

RÉFORME DE L'HÔPITAL - (n° 1210)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 545

présenté par
M. Rolland, rapporteur
au nom de la commission des affaires culturelles,
Mme Boyer, M. Chossy, Mme Louis-Carabin et M. Victoria

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

À la dernière phrase des troisième et quatrième alinéas de l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, le taux : « 1,5 % » est remplacé par le taux : « 3 % ».

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 porter de 1,5 % à 3 % le taux de la taxe sur les messages publicitaires concernant les aliments manufacturés et les boissons sucrées qui est affectée à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour financer les actions 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.