

ASSEMBLÉE NATIONALE

9 février 2009

RÉFORME DE L'HÔPITAL - (n° 1210)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 1550

présenté par

M. Jean-Marie Le Guen, Mme Marisol Touraine, Mme Génisson, Mme Delaunay, Mme Lemorton,
M. Christian Paul, M. Bapt, M. Rogemont, M. Mallot, Mme Iborra,
M. Jean-Louis Touraine, M. Gille, Mme Biémouret, M. Juanico, M. Lebreton,
Mme Orliac, M. Renucci, Mme Pinville, Mme Crozon, Mme Fourneyron,
Mme Got, Mme Marcel, Mme Massat, M. Letchimy, M. Manscour,
M. Bacquet, M. Pupponi, M. Goldberg, M. Vergnier
et les membres du groupe Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

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 : « 5 % ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'amendement vise à porter de 1,5 % à 5 % 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 ses actions de prévention.

Depuis sa création en 2007, cette taxe connaît un rendement très faible : 100 000 euros en 2007 et 30 000 euros pour les quatre premiers mois en 2008, selon les chiffres du ministère de l'économie. Par ailleurs, 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.

A cela s'ajoute l'argument de l'échec des négociations 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.