

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 septembre 2011

PROTECTION DES CONSOMMATEURS - (n° 3632)

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

AMENDEMENT

N° 339

présenté par

Mme Boyer, M. Maurer, M. Colombier, Mme Hostalier, M. Teissier, M. Verchère,
M. Guibal, Mme Poletti, M. Diefenbacher, M. Grall, Mme Louis-Carabin, M. Le Mèner,
M. Christ, Mme Marland-Militello, Mme Joissains-Masini, M. Luca, M. Roubaud, M. Cinieri,
M. Morel-A-L'Huissier, M. Gosselin, M. Reiss, M. Christian Ménard, M. Dord, M. Favennec,
M. Moyne-Bressand, M. Dupont, Mme Pons, M. Flory, M. Gonnot, M. Siré,
M. Durieu, M. Herbillon, M. Salen, M. Loïc Bouvard et M. Zumkeller

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 7, insérer l'article suivant :**

L'article L. 2133-1 du code de la santé publique est ainsi modifié :

1° À la première phrase du deuxième alinéa, les mots : « peuvent déroger à cette obligation sous réserve du » sont remplacés par les mots : « sont assujettis au ».

2° Le deuxième alinéa est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Les annonceurs et promoteurs ayant reçu le label PNNS visé par l'article L. 112-10 du code de la consommation sont exonérés du versement de cette contribution. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à rendre obligatoire le paiement de la taxe affectée à la prévention pour l'ensemble des annonceurs et promoteurs de produits alimentaires ou boissons, à l'exception des produits ayant obtenu le label PNNS.

Le label PNNS, proposé dans un amendement précédent, devient ainsi un indicateur efficace permettant de renforcer à la fois l'information sanitaire dans les messages publicitaires et le financement des actions d'information et d'éducation nutritionnelle.

Dans un même souci d'information du consommateur, le présent amendement impose que les messages publicitaires portant sur les produits alimentaires et les boissons indiquent obligatoirement le contenu calorique du produit.

Depuis sa création en 2007, 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 a un rendement faible : 100 000 euros en 2007 et 30 000 euros pour les quatre premiers mois de 2008, selon les informations communiquées par le ministère de l'économie.

C'est certainement parce que les annonceurs ont la possibilité de s'exonérer de cette taxe à condition de placer un bandeau d'information sanitaire sur leurs messages publicitaires (bandeau « manger, bouger »).

En effet, l'industrie agroalimentaire fait figurer le bandeau nutritionnel sur toutes ses publicités. Il en résulte une disproportion considérable des moyens. Ainsi l'INPES consacre 5 millions d'euros par an pour financer ses campagnes de communication pendant que le secteur de production et de distribution alimentaire mobilise 2 milliards d'euros par an pour financer ses budgets publicitaires, soit 400 fois plus que l'INPES.

Le rapport « Nouvelles approches de la prévention en santé publique : l'apport des sciences comportementales, cognitives et des neurosciences » remis le 16 mars 2010 à Nathalie Kosciusko-Morizet, Secrétaire d'État chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique par le Centre d'analyse stratégique montre que le bandeau d'information sanitaire a un impact limité sur le consommateur. D'abord parce qu'étant présent dans tous les messages publicitaires, il devient paradoxalement invisible aux yeux du public. Ensuite parce que les marques minimisent sa visibilité ; le bandeau apparaît en même temps que la marque du produit et que le jingle...

L'industrie agroalimentaire s'exonère donc de la taxe permettant de financer la prévention en diffusant un bandeau dont l'impact est limité.

Le présent amendement vise donc à corriger cette incohérence.