

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 mars 2015

SANTÉ - (N° 2302)

Adopté

AMENDEMENT

N° AS1405

présenté par
le Gouvernement

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 5, insérer l'article suivant:**

I. – Au deuxième alinéa de l'article L. 3511-3 du code de la santé publique, les mots : « , ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes » sont remplacés par les mots « à condition que ces enseignes ».

II. – L'article 573 du code général des impôts est abrogé.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Avec 73 000 morts par an, le tabac est la première cause de mortalité évitable et la première cause de cancer en France.

Alors que le principe d'interdiction de la propagande ou de la publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac ou des ingrédients est inscrit à l'article L. 3511-3 du code de la santé publique, le deuxième alinéa de ce même article prévoit que cette interdiction ne s'applique pas aux enseignes des débits de tabac ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements. Ainsi, dans les débits de tabac, la publicité pour les tabacs manufacturés n'est qu'encadrée par l'article 573 du code général des impôts et ses textes d'application (décret n° 76-1324 du 31 décembre 1976 relatif aux régimes économique et fiscal, dans les départements continentaux, des tabacs manufacturés, **décret n° 2010-720 du 28 juin 2010 relatif à l'exercice du monopole de la vente au détail des tabacs manufacturés** et arrêté modifié du 31 décembre 1992 fixant les caractéristiques des affichettes relatives à la publicité en faveur du tabac, des produits du tabac et des ingrédients dans les débits de tabac).

Or, la publicité pour les produits du tabac dans les débits (qui vendent d'autres produits et peuvent attirer un public beaucoup plus large que les seuls fumeurs) constituent un moyen essentiel de :

- promouvoir les produits et l'usage du tabac ;
- stimuler l'achat impulsif de produits du tabac ;

- donner l'impression que l'usage du tabac est socialement acceptable ;
- rendre plus difficile le sevrage tabagique.

Les jeunes sont particulièrement vulnérables aux effets promotionnels de la présentation des produits, qui cultivent également l'image de marque.

Aussi, le présent amendement a pour objet de modifier l'article L. 3511-3 du code de la santé publique et de supprimer l'article 573 du code général des impôts pour interdire la publicité des produits du tabac dans les points de vente. Cet amendement est une mesure qui fait partie du programme national de lutte contre le tabagisme 2014-2019.

Il est en cohérence avec l'article 13 de la convention-cadre de l'Organisation mondiale de la santé pour la lutte anti-tabac (CCLAT), ratifiée par la France en 2003, et la recommandation 22 du rapport d'évaluation relatif aux politiques de lutte contre le tabac de la Cour des comptes de décembre 2012.