

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

17 mai 2018

EQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 902)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 2591

présenté par

M. Véran, Mme Piron, M. Kasbarian, M. Marc Delatte, M. Mis, Mme Pouzyreff, M. Gouttefarde, M. Baichère, Mme Peyron, Mme Sarles, M. Morenas, Mme De Temmerman, Mme Lenne, Mme Lazaar, M. Bois, Mme Park, Mme Dubost, M. Testé, Mme Bono-Vandorme, Mme Rossi, Mme Riotton, Mme Charvier, M. Matras, M. Julien-Laferrrière, Mme Vignon, Mme Petel, Mme Bourguignon, Mme Meynier-Millefert, Mme Abadie, M. Alauzet, Mme Kamowski, M. Touraine, Mme Bagarry, M. Delpon, M. Paluszkiewicz, Mme Thomas, M. Mesnier, M. Perrot, Mme Brocard, Mme Janvier, Mme Bessot Ballot, Mme Khattabi, M. Questel, Mme Wonner, Mme Chalas, Mme Beaudouin-Hubiere, M. Fugit, M. Cellier, Mme Valérie Petit, M. Maillard, Mme Romeiro Dias, M. Belhaddad, Mme Brugnera, M. Ardouin, M. Anato, Mme Michel, M. Giraud, Mme Toutut-Picard, Mme Givernet, Mme Faure-Muntian, Mme Fontaine-Domeizel, Mme Krimi, Mme Fontenel-Personne, Mme Rist, Mme Colboc, Mme Crouzet, M. Barbier, Mme Pitollat, Mme Robert, M. Gaillard, M. Eliaou et M. Chalumeau

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 11 SEPTDECIES, insérer l'article suivant:**

Après l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 2133-1-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-1-1.* Les messages publicitaires en faveur de denrées alimentaires sont accompagnés de la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'État en application de l'article L. 3232-8 du présent code. Dans le cas des messages publicitaires sur internet, télévisés ou radiodiffusés, cette obligation ne s'applique qu'aux messages émis et diffusés à partir du territoire français et reçus sur ce territoire. La même obligation d'information s'impose à toute promotion, destinée au public, par voie d'imprimés et de publications périodiques édités par les producteurs ou distributeurs de ces produits.

« Les annonceurs et les promoteurs peuvent déroger à cette obligation sous réserve du versement d'une contribution dont le produit est affecté à l'Agence nationale de santé publique.

« La contribution prévue à l'alinéa précédent est assise, s'agissant des messages publicitaires, sur le montant annuel des sommes destinées à l'émission et à la diffusion de ces messages, hors remise,

---

rabais, ristourne et taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs. Le montant de cette contribution est égal à 5 % du montant de ces sommes.

« La contribution prévue au deuxième alinéa est assise, s'agissant des autres types de promotion de ces produits, sur la valeur hors taxe sur la valeur ajoutée des dépenses de réalisation et de distribution qui ont été engagées au titre de l'année civile précédente, diminuée des réductions de prix obtenues des fournisseurs qui se rapportent expressément à ces dépenses. La base d'imposition des promoteurs qui effectuent tout ou partie des opérations de réalisation et de distribution avec leurs propres moyens d'exploitation est constituée par le prix de revient hors taxe sur la valeur ajoutée de toutes les dépenses ayant concouru à la réalisation desdites opérations. Le taux de la contribution est fixé à 5 % du montant hors taxe sur la valeur ajoutée de ces dépenses.

« Le fait générateur est constitué par la diffusion des messages publicitaires ou la mise à disposition des documents visés au premier alinéa. La contribution est exigible au moment du paiement par l'annonceur aux régies ou au moment de la première mise à disposition des documents visés. La contribution est déclarée, liquidée, recouvrée et contrôlée selon les procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe. Il est opéré un prélèvement de 1,5 % effectué par l'État sur le montant de cette contribution pour frais d'assiette et de recouvrement.

« Les modalités d'application du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'État pris après avis de l'Agence nationale chargée de la sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail et après consultation de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité.

Les dispositions du présent article entrent en vigueur à la date de publication du décret mentionné au précédent alinéa, et, au plus tard, le 1<sup>er</sup> janvier 2019. »

## EXPOSÉ SOMMAIRE

Le Nutri-Score est une échelle graphique et visuelle de l'étiquetage nutritionnel, conçue par Santé Publique France, l'Anses et le Haut Conseil de la Santé Publique, recommandée par le Ministère de la Santé, saluée par l'OMS, les organisations de consommateurs et les professionnels de santé.

Egalement appelé système 5 couleurs, il classe en 5 catégories allant du A au E et du vert au rouge, les produits alimentaires, en fonction de leurs qualités nutritionnelles. Ainsi, les produits riches en nutriments à favoriser comme les fibres, les protéines, les fruits et les légumes, obtiendront un score plus proche du vert et du A, et ceux riches en nutriments à limiter (sel, sucre, gras), un score plus proche du rouge et du E.

Cette information transparente et directe du grand public permet de répondre à un double objectif : mieux informer et sensibiliser le consommateur dans ses choix, et inciter les industriels à améliorer la composition et la qualité nutritionnelle de leurs produits. Des études menées par les autorités sanitaires ont démontré que le Nutri-Score orientait le choix des consommateurs vers des produits plus sains, en particulier les plus jeunes.

La mention du Nutri-Score sur les emballages n'est aujourd'hui pas obligatoire pour des raisons de conformité au droit européen, mais recommandée par les autorités. Aujourd'hui une cinquantaine d'entreprises se sont déjà engagées à l'apposer sur leurs produits.

Dans la lignée de la révolution de la prévention que souhaite mener le Gouvernement, le présent amendement vise à rendre obligatoire la mention du Nutri-Score sur tous les supports publicitaires pour les denrées alimentaires.

Le Nutri-Score viendrait ainsi s'ajouter aux dispositifs déjà en place à travers le programme « Manger Bouger ». Il concernerait les mêmes produits que dans les moyennes et grandes surfaces, excluant donc les produits artisanaux, traiteur, bruts, infantiles et les boissons alcoolisées.

Cette disposition est une mesure de santé publique, pour mieux orienter le consommateur et mieux prévenir le développement de maladies comme le diabète et l'obésité.