

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 février 2020

SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)

Rejeté

AMENDEMENT

N° AC769

présenté par

Mme Crouzet, Mme Kamowski, Mme Rossi, M. Lainé, Mme Melchior, M. Vignal, Mme Kuric, Mme Thillaye, M. Ramos, M. Causse, M. Martin, M. Perrot, Mme Chapelier, Mme Bagarry, Mme Mirallès, Mme De Temmerman, Mme Brunet, Mme Petel, M. Orphelin, Mme Tuffnell, Mme Hérin, Mme Lardet, M. Poulliat, Mme Khedher, M. Rouillard, M. Cabaré, M. Simian, M. Blanchet, M. Kerlogot, Mme Pételle, M. Mis, Mme Cazebonne, Mme Fontenel-Personne, Mme Colboc, M. Touraine, Mme Mauborgne, Mme Sarles, M. Bois, M. Damien Adam, M. Girardin, M. Daniel, Mme Janvier, Mme Vanceunebrock, Mme Jacqueline Dubois, Mme Brocard, Mme Françoise Dumas et Mme Brulebois

ARTICLE 54

Rédiger ainsi cet article :

Le chapitre III du titre III du livre premier de la deuxième partie du code de la santé publique est complété par un article L. 2133-3 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-3.* – Les messages publicitaires en faveur de denrées alimentaires sont accompagnés de la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle en application de l'article L. 3232-8. 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 au deuxième alinéa du présent article 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 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 mentionnés 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 mentionnés. 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.

« Le présent article entre en vigueur à la date de publication du décret mentionné à l'avant-dernier alinéa du présent article et au plus tard le 1^{er} juin 2021. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'objet de cet amendement consiste à instaurer l'affichage du Nutri-Score sur tous les supports publicitaires pour les denrées alimentaires, tout en ouvrant aux annonceurs et aux promoteurs une possibilité de dérogation contre le versement d'une contribution, conformément aux préconisations du rapport de la commission d'enquête présenté par Mme Michèle Crouzet sur l'alimentation industrielle ainsi qu'à celui sur le suivi des conclusions de cette même commission d'enquête, également présenté par Mme Michèle Crouzet.

Adopté lors de l'examen de la proposition de loi visant à améliorer la qualité nutritionnelle des aliments et à encourager les bonnes pratiques alimentaires, le 21 février 2019 à l'Assemblée nationale, cet amendement est resté depuis lettre morte, cette proposition de loi n'ayant jamais été examinée au Sénat.

Pour rappel, 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, les professionnels de santé et plébiscitée par les citoyens qui s'y sont montrés favorables à 91 %.

Il informe les consommateurs sur la qualité nutritionnelle des produits, du plus favorable sur le plan nutritionnel (classé A) au moins favorable (classé 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 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 chez les plus jeunes.

La mention du Nutri-Score sur les emballages n'est pas obligatoire pour des raisons de conformité au droit européen, mais elle est recommandée par les autorités. Aujourd'hui, c'est près de 300 entreprises qui se sont engagées à l'apposer sur leurs produits.

Par le dispositif proposé, le Nutri-Score viendrait ainsi s'ajouter aux dispositifs en place à travers le Programme National Nutrition Santé « 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 les choix des consommateurs et mieux prévenir le développement de maladies chroniques, comme le diabète et l'obésité.