

ASSEMBLÉE NATIONALE

12 octobre 2018

PLFSS POUR 2019 - (N° 1297)

Rejeté

AMENDEMENT

N° AS466

présenté par

M. Hammouche, Mme de Vaucouleurs, M. Isaac-Sibille, Mme Elimas, Mme Benin, M. Mignola,
Mme Gallerneau, M. Berta, M. Laqhila et M. Fuchs

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 9, insérer l'article suivant:**

Le *b* du I de l'article 1613 *bis* du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Les mots : « définis aux articles 401, 435 et au *a* du I de l'article 520 A qui ne répondent pas aux définitions prévues aux règlements modifiés n° 1576/89 du Conseil du 29 mai 1989, n° 1601/91 du Conseil du 10 juin 1991 et n° 1493/99 du Conseil du 17 mai 1999, au 5° de l'article 458 du code général des impôts, » sont supprimés ;

2° Après le mot : « maladie », sont insérés les mots : « des travailleurs salariés ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les Premix, Alcopops, ou autre Coolers, ces boissons mélangeant alcool fort et boisson non alcoolisée type soda, très sucré, masquent la dangerosité de l'alcool et la forte teneur en sucre qu'ils contiennent derrière un packaging festif, coloré et racoleur, à destination tout particulièrement des jeunes.

Les pouvoirs publics se sont emparés du problème de santé public dès 1997 introduisant une première taxe sur les Premix dans la loi de financement de sécurité sociale, renforcée en 2004 par la loi relative à la santé publique qui l'a étendue à l'ensemble des « ready to drink ». La taxe est ainsi de 11 € par décilitre d'alcool pur.

Les chiffres de l'OFDT (office français des drogues et toxicomanie) témoignent de l'efficacité de ces politiques publiques ; en 1996, alors que le marché était en plein boom, moins de 100 000 litres en ont été vendus en 1997 contre 950 000 litres en 1996. La nouvelle hausse de 2004 a entraîné une baisse de 40 % des ventes de Premix en 2005. Les ventes des trois marques leader du marché, Boomerang, Smirnoff Ice et Eristoff Ice ont reculé respectivement de 26,4 %, 34,6 % et 44,9 %,

chute qui s'est poursuivie en 2006 (- 38 %, - 23,1 % et -78,4 %).

Les industriels ont riposté en utilisant une faille de la loi de 2004 qui excluait les vins aromatisés du champ d'application de la taxe. Ainsi, sont apparus sur le marché des vins coca ou cidres aromatisés, ciblant clairement les jeunes via leur packaging ou leur appellation (Rosé sucette), et bénéficiant d'une politique de prix bas à laquelle les jeunes sont particulièrement sensibles.

« Ces bouteilles, à moins de 3 euros sur linéaire, seront un tremplin permettant aux néophytes d'accéder aux vins plus classiques. Notamment pour un public plutôt jeune et féminin », explique le propriétaire de la marque Rosé Sucette. Pour des raisons de santé publique et de prévention, le présent amendement propose d'étendre la taxe Premix aux boissons aromatisées à base de vin (vinipops).

Tel est l'objet du présent amendement.