

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

13 octobre 2024

PLF POUR 2025 - (N° 324)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° I-CF1245

présenté par

M. Tavernier, Mme Sas, M. Amirshahi, Mme Arrighi, Mme Autain, Mme Balage El Mariky, Mme Belluco, M. Ben Cheikh, M. Bateau, M. Arnaud Bonnet, M. Nicolas Bonnet, Mme Chatelain, M. Corbière, M. Davi, M. Duplessy, M. Fournier, Mme Garin, M. Damien Girard, M. Gustave, Mme Catherine Hervieu, M. Iordanoff, Mme Laernoës, M. Lahais, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, Mme Sandrine Rousseau, M. Ruffin, Mme Sebaihi, Mme Simonnet, Mme Taillé-Polian, M. Thierry et Mme Voynet

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 26, insérer l'article suivant:**

I. – Le chapitre VIII *bis* du titre II de la première partie du livre I<sup>er</sup> du code des impôts est complété par un article 302 *bis* ainsi rédigé

« Art. 302 *bis* – a. Il est institué une taxe sur la publicité visant à promouvoir des produits alimentaires notés d'un Nutri-score C, D ou E.

La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour l'émission et la diffusion de leurs messages publicitaires

« b. La taxe est due par l'annonceur au moment de l'achat d'un espace publicitaire.

« c. Le taux de la taxe est progressif et adossé à la valeur Nutri-score du produit dont il est fait la publicité. La taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées par l'annonceur pour la diffusion de son message publicitaire :

- Le taux de la taxe est de 0 % pour les produits obtenant un Nutri-score A ou B.
- Le taux de la taxe est de 15 % pour les produits obtenant un Nutri-score C.
- Le taux de la taxe est de 20 % pour les produits obtenant un Nutri-score D.
- Le taux de la taxe est de 25 % pour les produits obtenant un Nutri-score E.

« d. L'observatoire de l'alimentation tel que défini par l'article 54 de la loi n° 2018-938 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation

---

saine, durable et accessible à tous, évalue les produits qui font l'objet d'une publicité et leurs attribue le Nutri-score auquel le montant de la taxe est adossé.

« e. La taxe s'applique que le Nutri-score obtenu soit affiché ou non sur les produits.

« f. La taxe est constatée, recouvrée et contrôlée selon les mêmes procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. »

II. – Un décret précise les modalités d'application du présent article, notamment les conditions et les échéances de mise en œuvre au 1<sup>er</sup> janvier 2026.

### EXPOSÉ SOMMAIRE

En France, un adulte sur deux et près d'un enfant sur cinq sont en surpoids. On compte désormais, dans notre pays, six fois plus d'enfants obèses ou en surpoids que dans les années 1960. Cette réalité se traduit par des dégâts humains et sociaux très lourds pour les personnes mais présente également un coût réel pour nos finances publiques.

L'exposition à la publicité en faveur d'aliments et boissons de mauvaise qualité nutritionnelle est identifiée par l'OMS comme étant un des facteurs de risques de surpoids, d'obésité et de maladies cardiovasculaires. La publicité promouvant des produits de mauvaise qualité nutritionnelle vise particulièrement les enfants : selon une étude de l'UFC-Que-Choisir publiée en 2020, 88 % des spots publicitaires alimentaires destinés aux enfants concernent des produits notés avec un Nutri-score D ou E. L'auto-régulation et les engagements volontaires des industriels montrent leurs limites. Comme l'a redit le Conseil des prélèvements obligatoires, organe en lien direct avec la Cour des comptes, la fiscalité spécifique sur l'alimentation donc sur sa publicité peut constituer un outil utile (CPO, La fiscalité nutritionnelle, juillet 2023), si elle est correctement articulée avec des politiques alimentaires bien organisées, ce que notre groupe soutient.

Cet amendement vise à créer une taxe sur la publicité promouvant des produits alimentaires de mauvaise qualité nutritionnelle. La taxe est payée par les industriels de l'agro-alimentaire qui sont à l'origine de ce matraquage publicitaire promouvant des produits de mauvaise qualité nutritionnelle. La taxe est progressive et adossée à la note de Nutri-score du produit dont il est fait la publicité. La publicité pour les produits les plus sains (Nutri-score A et B) ne serait pas taxée. Les fonds récoltés par cette taxe pourraient venir contribuer au financement de la future Stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat.