

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 octobre 2024

PLFSS POUR 2025 - (N° 325)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° AS123

présenté par

M. Potier, M. Aviragnet, Mme Bellay, M. Califer, M. Delaporte, Mme Dombre Coste,
Mme Godard, M. Guedj, Mme Runel et M. Simion

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

Le chapitre 5 du titre IV du livre II du code de la sécurité sociale est complété par une section 3 *bis* ainsi rédigée :

« Section 3 *bis* :

« *Taxe sur les dépenses de publicité en faveur des produits alimentaires manufacturés et des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse*

« Art. L. 246. – I. – Il est institué, à compter du 1^{er} janvier 2025, une taxe sur les dépenses publicitaires portant sur la promotion de l'achat de produits alimentaires manufacturés et des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse. Son produit est affecté à la branche maladie de la sécurité sociale.

« II. – Sont redevables de cette taxe les entreprises produisant, important ou distribuant en France des produits alimentaires manufacturés et des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse et dont le chiffre d'affaires du dernier exercice est supérieur ou égal à 5 millions d'euros, hors taxe sur la valeur ajoutée.

« III. – Cette taxe est assise sur les frais d'achats d'espaces publicitaires, quelle que soit la nature du support retenu et quelle que soit sa forme, matérielle ou immatérielle, ainsi que les frais d'événements publics et de manifestations de même nature.

« IV. – Le taux de la taxe est fixé à 1 % du montant hors taxes sur la valeur ajoutée des dépenses mentionnées au I du présent article.

« V. – Les modalités d'application, notamment sur les produits alimentaires visés, sont précisées par arrêté pris après avis de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail et de Santé Publique France.

« VI. – Les modalités du recouvrement sont précisées par décret trois mois après la date d'entrée en vigueur de la loi n° du de financement de la sécurité sociale pour 2025. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de députés socialistes te apparentés vise à créer une taxation des publicités en faveur des produits alimentaires manufacturés et des boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse, afin de financer une partie de la branche maladie de la sécurité sociale.

En effet, nous dépensons aujourd'hui 11,7 milliards d'euros, a minima, pour les maladies liées à notre mauvaise alimentation (obésité et diabète en particulier). L'OMS parle désormais d'épidémie pour l'obésité. Cette mauvaise alimentation est pourtant fortement encouragée : une grande partie des plus de 5,5 milliards d'euros de publicité et de communication du secteur agroalimentaire, en 2023, nous oriente sur des produits trop gras, trop sucrés ou salés, selon le rapport « L'injuste prix de notre alimentation – quels coûts pour la société et la planète ? » (septembre 2024).

5,5 milliards d'euros, c'est plus de 1000 fois le budget communication du Programme national nutrition santé en 2014, soit 5,5 millions d'euros. Ces chiffres illustrent l'injonction contradictoire qui est faite aux citoyens et citoyennes ainsi que la faiblesse des moyens des politiques publiques d'information du consommateur. En 2020, une étude de Santé publique France montre que la moitié des investissements publicitaires était pour des produits de faibles qualité nutritionnelle (nutri-scores D et E), et donc fait partie de l'environnement obésogénique.

La publicité pour l'alimentation est un élément clé de nos comportements alimentaires. C'est par ailleurs là où se génère le plus de valeur ajoutée dans l'agroalimentaire. Elle nécessite, au vu du contexte actuel (environnemental, sanitaire et social), une régulation qui passerait par des interdictions, notamment aux heures de grande écoute pour les enfants, mais aussi par l'encadrement de la promotion de produits alimentaires jugés néfastes pour la santé par l'usage des réseaux sociaux. Un premier signal consisterait à établir une taxe pour ces entreprises visées. Elles contribueraient en ce sens à diminuer les risques inhérents à la consommation de leurs produits en finançant la branche maladie de la Sécurité Sociale. 1% des 5,5 milliards d'euros de publicité et de communication investis par ces entreprises revient à consacrer 50 millions de budget en plus, car dans ce même temps, nous dépensons aujourd'hui 11,7 milliards d'euros, à minima, pour les maladies liées à notre mauvaise alimentation.

Cet amendement a été inspiré du rapport *"L'injuste prix de notre alimentation - Quels coûts pour la société et la planète ?"* rédigé par le Secours Catholique – Caritas France, le Réseau Civam, Solidarité Paysans et la Fédération française des diabétiques.