

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 octobre 2024

PLFSS POUR 2025 - (N° 325)

Adopté

AMENDEMENT

N° AS1235

présenté par

Mme Sebaihi, M. Davi, Mme Garin, M. Lucas-Lundy, M. Peytavie, Mme Sandrine Rousseau, M. Ramos, M. Naillet, Mme Youssouffa, Mme Lebon, Mme Morel, M. Olive, M. Bataille, M. Courbon, Mme Capdevielle, M. Prud'homme, M. Pilato, M. Diouara, Mme Ferrer, M. Sother, Mme Caroit, M. Coulomme, Mme Errante, M. Amirshahi, Mme Arrighi, Mme Autain, Mme Balage El Mariky, Mme Belluco, M. Ben Cheikh, M. Biteau, M. Arnaud Bonnet, M. Nicolas Bonnet, Mme Chatelain, M. Corbière, M. Duplessy, M. Fournier, M. Damien Girard, M. Gustave, Mme Catherine Hervieu, M. Iordanoff, Mme Laernoës, M. Lahais, Mme Ozenne, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, M. Ruffin, Mme Sas, Mme Simonnet, Mme Taillé-Polian, M. Tavernier, M. Thierry et Mme Voynet

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

Le chapitre III du titre III du livre I^{er} 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 reversé sans rang de priorité aux branches mentionnées à l'article L. 200-2 du code de la sécurité sociale.

« 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^{er} juin 2025. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à rendre obligatoire la mention du Nutri-Score sur tous les supports publicitaires pour les denrées alimentaires. Les industriels peuvent déroger à cette obligation, sous réserve du versement d'une contribution reversée à la Sécurité sociale.

Cet amendement, déposé par le député Olivier Véran et de nombreux députés de la majorité présidentielle, avait été adopté à l'Assemblée nationale dans une proposition de loi du groupe La France Insoumise en 2019. Cette proposition a été reprise par le député Frédéric Valletoux lors de l'examen de la dernière LFSS.

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 %.

Depuis, cette échelle s'est démocratisée et est bien identifiée du grand public. 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 et de plus en plus utilisée par les industriels.

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.

Cet amendement est proposé par la Fédération des Diabétiques.