

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

23 janvier 2025

PLFSS POUR 2025 - (N° 622)

Tombé

**AMENDEMENT**

N° AS320

présenté par

M. Clouet, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisabeth Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-Terreiro, M. Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

**ARTICLE 9 TER A**

I. – À la fin de l'alinéa 4, supprimer les mots : « à La Réunion ».

II. – En conséquence, à l'alinéa 9, substituer au taux :

« 1 % »

le taux :

« 3 % ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Par cet amendement de repli, le groupe LFI-NFP propose de généraliser à l'ensemble du territoire nationale la taxe sur la publicité pour les boissons alcoolisées afin de financer le Fonds de lutte contre les addictions.

Le Sénat a accepté le principe d'une taxation de la publicité. Nous considérons que celui-ci est valide pour l'ensemble du territoire national.

Aussi, compte tenu des capacités financières des industriels alcooliers, nous considérons qu'il était tout à fait justifié de porter cette contribution à 10 % des dépenses publicitaires. Dans une démarche

---

de compromis, nous proposons de faire un premier pas en direction d'une politique sérieuse de prévention en l'établissant à 3 %.

L'alcool est à l'origine de 49 000 morts par an en France. La crise sanitaire a généré une augmentation de la consommation d'alcool chez les personnes vivant avec une addiction, laissant présumer des dommages sur le long-terme. En effet, les résultats de l'enquête CoviPrev (novembre 2023) révèlent qu' 11% des usagers d'alcool déclarent avoir augmenté leur consommation depuis le confinement.

Face à l'absence de véritable régulation sur les réseaux sociaux, les alcooliers font, depuis quelques années, la promotion croissante de leurs boissons alcoolisées sur ces plateformes, notamment par le biais d'influenceurs. En près de trois ans, Addictions France a ainsi recensé plus de 11 300 contenus valorisant l'alcool sur Instagram et sur Tik Tok. La cible touchée par ces publicités est très jeune : 79% des 15-21 ans déclarent en voir toutes les semaines. Cette exposition fréquente ouvre la voie à un alcoolisme de plus en plus précoce.

Toute consommation d'alcool comporte un risque, c'est pourquoi les entreprises qui incitent à la consommation d'alcool doivent participer financièrement à la prévention des risques et des dommages liés à cette substance.

Le présent amendement vise à taxer la publicité pour les produits alcooliques afin de financer le Fonds de lutte contre les addictions. D'une part, en s'acquittant de cette taxe, les grands industriels de l'alcool contribuent financièrement à diminuer les risques inhérents à leur produit. D'autre part, cette contribution permettra de diversifier les ressources de ce fonds et de concrétiser l'engagement pris par le Gouvernement au travers du plan de lutte contre le cancer : faire de la prévention une priorité de la politique de santé publique.

Cet amendement a été travaillé avec l'association Addictions France.