

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

7 novembre 2025

**PROJET DE LOI DE FINANCEMENT DE LA SÉCURITÉ SOCIALE POUR 2026 - (N° 1907)**

|              |  |
|--------------|--|
| Commission   |  |
| Gouvernement |  |

Rejeté

**SOUS-AMENDEMENT**

N ° 2664

présenté par  
M. Colombani

à l'amendement n° 405 de Mme Sandrine Rousseau

**APRÈS L'ARTICLE 11**

À l'alinéa 5, substituer au montant :

« 10 millions d'euros »

le montant :

« 50 millions d'euros ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Ce sous-amendement relève de 10 à 50 millions d'euros le seuil de chiffre d'affaires rendant les entreprises redevables de la taxe sur les dépenses publicitaires en faveur des boissons alcooliques.

L'objectif de l'amendement initial — encadrer la promotion de l'alcool portée par les acteurs disposant de moyens publicitaires importants — est pleinement partagé. Toutefois, un seuil fixé à 10 millions d'euros risquerait d'inclure des brasseries régionales, des caves coopératives ou des domaines viticoles indépendants, dont les campagnes sont limitées et dont l'activité est avant tout ancrée dans un tissu économique et agricole local.

Porter ce seuil à 50 millions d'euros permet au contraire de cibler les groupes industriels et maisons disposant de budgets de communication nationaux ou internationaux, seuls réellement à l'origine de stratégies publicitaires massives et répétées.

Ainsi, ce sous-amendement préserve les producteurs de territoire tout en maintenant le principe de responsabilisation des grands acteurs du secteur, qui doivent contribuer en priorité.