

ASSEMBLÉE NATIONALE

29 octobre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 567

présenté par

M. Tavernier, M. Davi, Mme Sandrine Rousseau, Mme Sebaihi, Mme Garin, Mme Simonnet, 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, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, M. Roumégas, M. Ruffin, Mme Sas, Mme Taillé-Polian, M. Thierry et Mme Voynet

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11, insérer l'article suivant:**

I. – Après l'article L. 2133-1 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 2133-1-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 2133-1-1.* – 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 les 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 au deuxième alinéa du présent article 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.

« Cette contribution 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 mentionnés 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 un 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. »

II. – Le présent article entre en vigueur à la date de publication du décret mentionné au dernier alinéa de l'article L. 2133-1-1 du code de la santé publique et au plus tard le 1^{er} juin 2026.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de repli 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.

Il s'agit d'un amendement de repli puisque nous appelons prioritairement à interdire les publicités pour les produits alimentaires trop gras, trop sucrés et trop salés et en particulier celles qui visent les enfants.

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.

Cet amendement est soutenu par France Asso Santé.