

ASSEMBLÉE NATIONALE

30 octobre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 940

présenté par

Mme Amiot, M. Arenas, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amrani, 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. Clouet, 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-Terrenoir, M. Aurélien Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

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

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 et les activités promotionnelles en faveur de produits alimentaires et boissons trop riches en sucre, en sel ou en matières grasses sont soumis au versement d'une contribution dont le produit est affecté à la branche maladie de la sécurité sociale.

« Cette contribution est assise 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 10 % du montant de ces sommes.

« 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 mentionnés. 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 10 % 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 Santé publique France. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du groupe parlementaire La France Insoumise vise à taxer la publicité sur la « malbouffe ».

Alors que l'obésité est de plus en plus présente chez les enfants, le lien entre ce phénomène et la commercialisation de produits alimentaires et de boissons trop riches en sucre, sel ou matières grasses a déjà été observé par l'OMS.

Après de nombreuses années de mesures s'appuyant sur la bonne volonté des industriels, force est de constater l'échec des mesures non contraignantes. Les annonceurs ont accru la pression marketing sur les produits alimentaires riches en sucre, sel ou matières grasses ainsi que les sodas participant au changement de comportements alimentaires des plus jeunes et au développement de l'épidémie de surpoids et d'obésité.

En effet, entre 2001 et 2022 le nombre de personnes traitées pour le diabète a augmenté de +160 %. Le rôle de la publicité est flagrant, avec 5,5 Md de dépenses totales en publicité de communication en 2023, l'alimentation représente 48 % des investissements publicitaires dans les médias. Selon une étude du Secours catholique, du réseau Civam, Solidarité paysans et la Fédération française des diabétiques, parue en septembre 2024, le système alimentaire coûte 12,3 Md au système de santé, chiffre sous-évalué du fait des méthodes de calcul.

En l'absence de cadre réellement contraignant, cet amendement propose donc que la publicité en faveur de ces produits soit soumise au versement d'une contribution dont le produit sera affecté à la branche maladie de la Sécurité sociale.

Cet amendement a été travaillé à partir de propositions de la Ligue nationale contre le cancer.