

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 novembre 2025

PROJET DE LOI DE FINANCEMENT DE LA SÉCURITÉ SOCIALE POUR 2026 - (N° 2141)

Commission	
Gouvernement	

Adopté

N° 130

AMENDEMENT

présenté par

Mme Marsaud, Mme Ronceret, M. Terlier, M. Cormier-Bouligeon, M. Fugit, M. Mazars et
M. Marion

ARTICLE 11 QUINQUIES A

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'article 11 quinques A, qui instaure une taxe sur la publicité pour l'alcool à La Réunion, soulève de fortes difficultés. Malgré l'avis défavorable du Gouvernement et de la Commission des affaires sociales lors de l'examen de cette disposition au Sénat, cette mesure n'apporte aucune réponse directe aux enjeux sanitaires liés aux consommations excessives d'alcool : elle frappe indistinctement toute publicité, y compris celles associées à des usages modérés. En l'absence de ciblage des usages nocifs ou d'action sur les volumes consommés, une telle taxe ne modifie pas les comportements à risque et se contente de pénaliser l'outil de communication, quel que soit le profil de consommation visé.

Cette disposition relève par ailleurs d'une réforme du droit de la publicité commerciale, et non du champ d'une loi de financement de la sécurité sociale. De plus, le critère retenu — l'exemption pour les entreprises réalisant moins de cinq millions d'euros de chiffre d'affaires — repose sur une logique économique sans lien avec le risque sanitaire. La taille de l'entreprise n'ayant aucune incidence sur les dangers liés à la consommation d'alcool, cette distinction fragilise la cohérence de l'objectif affiché.

L'instauration d'une taxe applicable dans un seul département crée également une rupture d'égalité entre opérateurs selon leur localisation géographique. De plus, il est à noter que contrairement à ce qui est mentionné dans l'article il n'est pas possible que le produit de la taxe perçue soit directement versé à la Caisse régionale de la sécurité sociale de la Réunion.

Enfin, l'extension du dispositif aux événements publics et manifestations soulève d'importantes difficultés pratiques : la majorité des communications associées à ces événements (publications de particuliers, collectivités, associations) échappe au contrôle des producteurs, ce qui pourrait générer de la publicité indirecte involontaire, impossible à prévenir et difficilement taxable.

Pour toutes ces raisons, cet amendement vise à supprimer cette disposition.