

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

27 mars 2023

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 1006)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 182

présenté par

M. Guy Bricout, M. Jean-Louis Bricout, Mme Bassire, M. Lenormand, M. Naegelen, M. Taupiac  
et M. Saint-Huile

-----

**ARTICLE 2 B**

Après l'alinéa 8, insérer l'alinéa suivant :

« 3° Les boissons mentionnées aux 3° à 5° de l'article L. 3321-1 du code de la santé publique. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Les instances scientifiques et politiques mondiales (OMS) et nationales (Santé publique France, Cour des Comptes, OFDT) recommandent d'agir davantage sur la publicité en faveur de l'alcool pour limiter les conséquences néfastes de la consommation d'alcool, notamment sur les réseaux sociaux. Initialement, l'encadrement des publicités en faveur de l'alcool visait à protéger les jeunes générations des consommations excessives. Or une action menée par Addictions France montre que plusieurs milliers de contenus promouvant une marque d'alcool ont pu être observés en un an sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, la majorité des contenus enfreignent la loi Evin. Ces contenus sont notamment issus d'influenceurs dont la notoriété est telle que des mineurs sont très certainement confrontés à ces publications. En effet, 95% des adolescents fréquentent les réseaux sociaux, ils sont plus réceptifs au marketing d'influence, et en matière d'alcool, sont plus incités à consommer lorsque la publicité provient d'un influenceur. Tous les types d'alcool sont concernés, et tous comportent le même risque pour la santé. En 1991, la publicité pour l'alcool a été interdite à la télévision et au cinéma pour protéger les mineurs, très

---

présents devant ces médias. Aujourd'hui, et face aux dérives, interdire l'industrie de l'alcool de faire appel à des influenceurs suit cette logique de protection de la jeunesse. Cette disposition permettra d'appliquer la piste d'action de la Mission Interministérielle de Lutte contre les Drogues et les Addictions qui souhaite la mise en place de nouvelles dispositions législatives sur le marketing d'influence en faveur des produits qui génèrent des addictions.