

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2023

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 56

présenté par

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

ARTICLE 2 B

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

« 3° Les boissons sans alcool mentionnées au 1° de l'article L. 3321-1 du code de la santé publique commercialisées sous un nom de marque faisant référence à une marque de boisson alcoolique. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les boissons telles que « Heineken 0.0 », « 1664 0.0 » ou « Martini Vibrante » sont des boissons sans alcool commercialisées sous le même nom qu'une marque d'alcool. Or, selon l'OMS et les associations de santé, promouvoir ces boissons revient à promouvoir tous les produits de la gamme, y compris les boissons alcoolisées. Cette pratique est particulièrement néfaste pour les personnes qui souffrent d'un trouble de l'usage de l'alcool et les jeunes. Cet amendement vise à empêcher la promotion de marques d'alcool par les influenceurs. Il ne concerne pas les boissons sans alcool dont le nom ne fait pas référence à une marque d'alcool, même lorsqu'elles sont produites par des entreprises qui produisent ou commercialisent des boissons alcoolisées (exemple : Palette, Ceder's, Pacific etc.)