

# ASSEMBLÉE NATIONALE

27 novembre 2025

---

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

Tombé

N° AS79

## AMENDEMENT

présenté par

Mme Runel, M. Guedj, M. Simion, Mme Froger, Mme Karamanli, Mme Santiago, M. Aviragnet,  
Mme Bellay, M. Califer, Mme Dombre Coste et M. Houlié

-----

### ARTICLE 11 QUINQUIES A

I. – À la fin de la première phrase de l’alinéa 4, supprimer les mots :

« à la Réunion ».

II. – En conséquence, à la seconde phrase du même alinéa 4, substituer aux mots :

« Caisse générale de la sécurité sociale de La Réunion »

les mots :

« branche mentionnée au 1° de l’article L. 200-2 ».

III. – En conséquence, à l’alinéa 7, substituer au montant :

« 5 »

le montant :

« 100 ».

### EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement des députés socialistes et apparentés vise à élargir la taxe sur les publicités pour des boissons alcoolisées à la Réunion à l'ensemble du territoire mais en circonscrire le périmètre aux publicités réalisées par des entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 100 millions d'euros par an (soit des multinationales vendant essentiellement des produits standardisés comme la vodka, le whisky, etc.).

En France, les recettes de taxation issues de l'alcool ne couvrent que 51 % du coût des soins engendrés par la consommation d'alcool, selon les données de l'Observatoire Français des Drogues et des Tendances addictives de 2023.

Pourtant, l'alcool représente la deuxième cause de cancer évitable, près de 600 000 séjours hospitaliers annuels et 41 000 morts.

Face à l'absence de véritable régulation sur les réseaux sociaux, les producteurs d'alcool font, depuis quelques années, la promotion croissante de leurs boissons alcoolisées sur ces plateformes, notamment par le biais d'influenceurs.

En près de trois ans, Addictions France a ainsi recensé plus de 11 300 contenus valorisant l'alcool sur Instagram et sur Tik Tok. La cible touchée par ces publicités est très jeune : 79 % des 15-21 ans déclarent en voir toutes les semaines. Cette exposition fréquente ouvre la voie à un alcoolisme de plus en plus précoce.

Le présent amendement vise à taxer la publicité pour les produits alcooliques afin de financer le Fonds de lutte contre les addictions.

D'une part, en s'acquittant de cette taxe, les grands industriels de l'alcool contribuent financièrement à diminuer les risques inhérents à leur produit.

D'autre part, cette contribution permettra de diversifier les ressources de ce fonds et de concrétiser l'engagement pris par le Gouvernement au travers du plan de lutte contre le cancer : faire de la prévention une priorité de la politique de santé publique.