



# ASSEMBLÉE NATIONALE

17ème législature

## Problème de la promotion de l'alcool sur les réseaux sociaux

Question écrite n° 14395

### Texte de la question

M. Mickaël Bouloux attire l'attention de Mme la ministre de la santé, des familles, de l'autonomie et des personnes handicapées sur la promotion de l'alcool sur les réseaux sociaux, notamment par les influenceurs. En effet, la promotion de l'alcool sur les réseaux sociaux demeure aujourd'hui un problème majeur sur ces plateformes qui demeure trop peu sanctionné, malgré un cadre législatif et réglementaire clair. Un an après la publication du rapport d'Addictions France sur la promotion de l'alcool sur les réseaux sociaux, les nouveaux constats dressés par cette association révèlent une situation toujours aussi préoccupante. Malgré la loi Évin et la loi de 2023, le *marketing* de l'alcool continue de se déployer massivement sur les réseaux sociaux, signe que les garde-fous actuels ne suffisent plus à protéger les jeunes des stratégies d'influence des marques. En effet, 17 300 contenus promouvant l'alcool ont été recensés depuis 2021. Au total, 479 influenceurs ont été observés, parmi lesquels 42 % d'entre eux continuent de diffuser des contenus en contradiction avec la loi Évin. Pendant ce temps, l'exposition des jeunes demeure alarmante : 79 % des 15-21 ans voient des publicités pour l'alcool chaque semaine et près d'un quart des adolescents indiquent que ces contenus leur ont donné envie de consommer. Alors que les 15-24 ans passent 2 h 24 par jour sur les réseaux sociaux, cette influence est loin d'être anodine. Par ailleurs, l'action publique rencontre un frein majeur : malgré l'obtention par plusieurs associations et institutions du statut de signaleur de confiance, certaines plateformes ne jouent pas leur rôle. Meta met deux mois à répondre, X refuse les retraits et seulement 27 % des contenus signalés sont effectivement supprimés, bien après avoir été vus par des millions d'utilisateurs. Enfin, malgré plusieurs propositions de loi transpartisanes visant à renforcer l'encadrement du *marketing* de l'alcool en ligne, aucune n'a pu être inscrite à l'ordre du jour. Il souhaite en conséquence savoir si le sujet du *marketing* digital de l'alcool sera bien intégré dans le « plan de prévention des risques liés à la consommation d'alcool ciblé sur les usages nocifs et les populations vulnérables » annoncé par la ministre de la santé en décembre 2025. Il souhaite également savoir si ce plan sera bien publié au 1er semestre 2026 comme initialement prévu.

### Données clés

**Auteur :** [M. Mickaël Bouloux](#)

**Circonscription :** Ille-et-Vilaine (8<sup>e</sup> circonscription) - Socialistes et apparentés

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 14395

**Rubrique :** Alcools et boissons alcoolisées

**Ministère interrogé :** [Santé, familles, autonomie et personnes handicapées](#)

**Ministère attributaire :** [Santé, familles, autonomie et personnes handicapées](#)

### Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [21 avril 2026](#), page 3316