



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Promotion publicitaire de l'alcool sur les réseaux sociaux

Question écrite n° 22450

Texte de la question

M. Xavier Paluszkiwicz attire l'attention de Mme la ministre des solidarités et de la santé sur la promotion de produits alcoolisés par le biais des réseaux sociaux à destination des mineurs et adolescents. Ceci étant, avec la démocratisation de l'internet et plus particulièrement des réseaux sociaux, certains groupes de spiritueux contournent dorénavant la législation en vigueur par l'utilisation de nouveaux supports de publicité. En effet, la publicité sur internet étant moins contrôlée, notamment sur les réseaux sociaux, cette dernière occupe une place prépondérante auprès des industriels en quête de nouveaux consommateurs. Ce faisant, certains alcooliers développent du *marketing* d'influence sur des plateformes sociales telles qu'Instagram en y effectuant des partenariats rémunérés pour un placement de produit. En contradiction avec la « loi Evin », certains recrutent de jeunes influenceurs, dont des mineurs, afin de publier auprès de leur communauté des photographies qui promeuvent des produits alcoolisés, verre ou bouteille en main qui dépasse une représentation objective du produit, auprès d'une cible particulièrement jeune contrairement à ce que dispose la « loi Evin ». Contrairement aux *spots* publicitaires à la télévision soumis aux mentions obligatoires prévues par la « loi Evin », ces photos ne disposent généralement d'aucun message de caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé, ni d'indication qu'il s'agit d'une publicité commerciale. Certaines entreprises contournent même la loi française en publiant ces publications depuis l'étranger et qui sont visibles sur le territoire national. Par conséquent, il la sollicite afin de connaître les renforcements des mesures et des contrôles y afférents pour une meilleure protection des publics les plus sensibles face au lien établi entre le *marketing* et la consommation d'alcool chez les jeunes, voire avec le phénomène de « binge-drinking » et de l'alcoolisme.

Texte de la réponse

La publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques sur les services de communications n'est pas autorisée depuis 2009 pour ceux destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles, sous réserve que la publicité ne soit ni intrusive ni interstitielle. De plus, toute publicité en faveur de boissons alcooliques doit être assortie d'un message de caractère sanitaire précisant que « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ». Le code de la santé publique précise également que la publicité autorisée pour les boissons alcooliques est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition du produit, du nom et de l'adresse du fabricant, des agents et des dépositaires ainsi que du mode d'élaboration, des modalités de vente et du mode de consommation du produit. Par ailleurs, la vente et l'incitation à consommer des mineurs sont interdites. La loi s'applique sur internet et sur les réseaux sociaux et doit être respectée par les « influenceurs » et les marques contractualisant avec eux. Tout manquement à l'une des règles est susceptible d'être attaqué devant les tribunaux. Le Gouvernement habilite et soutient les associations de lutte contre les addictions pour assurer une veille du respect de la loi et agir en justice, pour le compte de l'Etat en cas d'observation de manquements. Dans ce cadre, des actions préalables à des actions devant les tribunaux ont permis le retrait de certaines publications. Pour aller plus loin dans le domaine des réseaux sociaux, les pouvoirs publics soutiennent, grâce au fonds de lutte contre les addictions, un projet associatif visant à déployer spécifiquement vers les

influenceurs et les marques d'alcool présentes sur ces réseaux des actions de pédagogie et de sensibilisation aux enjeux de santé publique et de protection des mineurs.

Données clés

Auteur : [M. Xavier Paluszkiwicz](#)

Circonscription : Meurthe-et-Moselle (3^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 22450

Rubrique : Alcools et boissons alcoolisées

Ministère interrogé : [Solidarités et santé](#)

Ministère attributaire : [Solidarités et santé](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [20 août 2019](#), page 7541

Réponse publiée au JO le : [22 février 2022](#), page 1185