



SYMPOSIUM ORGANISE PAR LE RESEAU RECLAMS SUR LES DETERMINANTS COMMERCIAUX DE LA SANTE

Mobilisation des déterminants commerciaux de la santé pour une
meilleure prévention : retours d'expériences en plaidoyer et en
communication

PROGRAMME DU SYMPOSIUM

Congrès 2025 - Société Française de Santé Publique - 6 novembre 2025 - Lille Grand Palais

1/3 des décès par an dans le monde est lié à quatre industries (tabac, alcool, alimentation ultra-transformée, énergies fossile). Pour faire face à cette concurrence délétère à la santé publique, ce symposium - porté par le 1er réseau français sur cette thématique financé par l'IReSP, RECLAMS (Réseau Eclairage sur le Lobbying et Analyse du Marketing des Industriels) - a pour objectif de définir les Déterminants Commerciaux de la Santé (DCoS), d'échanger avec différents acteurs de santé qui se mobilisent contre ces DCoS, et de conclure par une présentation des objectifs et activités de RECLAMS.

16H30 INTRODUCTION

Karine GALLOPEL-MORVAN, Professeure des universités, EHESP, CNRS, Inserm, Arènes - UMR 6051, RSMS - U 1309, Rennes, France

Philémon AUROUET, Ingénieur d'études, EHESP, CNRS, Inserm, Arènes - UMR 6051, RSMS - U 1309, Rennes, France

Cécile KNAI, Professor, Faculty of Public Health & Policy, London School of Hygiene & Tropical Medicine, London, UK - capsule vidéo

16H50 TABLE RONDE 1 : OBSERVER LES PRATIQUES MARKETING DES INDUSTRIELS DU TABAC, DE L'ALCOOL ET DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD

Modérateur : Boris CHAPOTON, Doctorant, Université Jean Monnet, CoActiS – UR 4161, Institut PRESAGE, Saint-Etienne, France

Guillemette QUATREMÈRE, Chargée d'études, Santé publique France, France

Emmanuelle BEGUINOT, Directrice, Comité National Contre le Tabagisme, France

Carine MUTATAYI, Chargée d'études sénior, Observatoire Français des Drogues et des Tendances addictives (OFDT), France

Pierre-François CHABOUREAU, Coordinateur projet ADdict, Avenir santé, France

17H15 TABLE RONDE 2 : MENER DES ACTIONS DE COMMUNICATION POUR CONTRER LE MARKETING DES INDUSTRIELS DU TABAC, ALCOOL ET JEUX D'ARGENT ET DE HASARD

Modérateur : Joan CORTINAS, Maître de conférences en sociologie, Université de Bordeaux, Chercheur au Centre Émile Durkheim, Chercheur associé Chaire Santé de Sciences Po, France

Franck LECAS, Responsable projets santé, Association Addictions France, France

Stéphanie PIERRE, Conseillère Santé publique, France Assos Santé, France

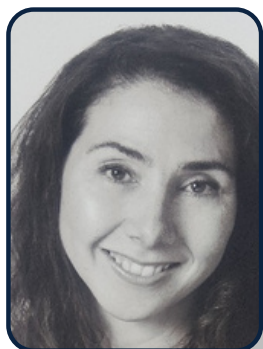
Martin DRAGO, Responsable Plaidoyer, Alliance contre le tabac, France

Astrid BILLARD, Responsable Communication, Alliance contre le tabac, France

Viêt NGUYEN THANH, Responsable de l'Unité Addictions, Direction de la prévention et promotion de la santé, Santé publique France, France

17H40 QUESTIONS & REPONSES

OFDT



Carine MUTATAYI, est chargée d'études senior à l'Observatoire français des drogues et des tendances addictives (OFDT), titulaire d'un Master en épidémiologie appliquée et santé communautaire et d'une formation en Génie de l'environnement. Son champ d'étude porte sur les politiques de prévention dans le domaine de drogues et des addictions et sur l'analyse critique des techniques de marketing (ou marketing social critique), plus particulièrement dans les secteurs de l'alcool et des jeux d'argent. Elle s'intéresse également aux questions des genre qui traversent la problématique des usages de drogues et est membre du Groupe européen sur les drogues et le genre (EDGG), coordonné par l'Agence de l'Union européenne sur les drogues (EUDA).



Enquête CIPPAL-ADAM

De novembre 2023 à novembre 2025, l'OFDT coordonne une étude comparative sur le marketing audiovisuel et digital en faveur de l'alcool...



SANTÉ PUBLIQUE FRANCE



Viêt NGUYEN THANH, est ingénieur agronome. Elle travaille depuis une vingtaine d'années dans le domaine de la santé publique, principalement sur la thématique des conduites addictives (tabagisme, vapotage, consommation d'alcool, de drogues illicites, pratique des jeux d'argent et de hasard). Elle est actuellement responsable de l'unité Addictions à la Direction de la prévention et de la promotion de la santé de Santé publique France, l'agence nationale de santé publique. A ce titre, elle encadre une équipe pluridisciplinaire dont les missions sont les suivantes : observation et suivi des comportements, attitudes et connaissances relatifs aux conduites addictives (enquêtes Baromètres de Santé publique France) ; veille scientifique sur les actions de prévention efficaces ; mise en œuvre des actions nationales de prévention, en particulier celles qui s'appuient sur les techniques du marketing social ; plaidoyer en faveur d'autres actions de prévention dont l'efficacité a été démontrée ; évaluation des actions de prévention des conduites addictives.



Guillemette QUATREMÈRE, a une formation en économie et sociologie. Elle a travaillé pendant 5 ans dans une équipe de recherche communautaire dans l'association AIDES de lutte contre le VIH/Sida. Elle y a mené des études qualitatives et quantitatives sur la prévention et réduction des risques sexuels et de substances psychoactives, et a participé à des recherches interventionnelles. Elle travaille depuis plusieurs années en tant que chargée d'études à Santé publique France et s'intéresse particulièrement aux politiques publiques visant à limiter les dommages dus à l'alcool.

Elle mène principalement des travaux pour concevoir et évaluer des dispositifs de marketing social pour faire évoluer les comportements en matière de consommation d'alcool, et pour analyser les comportements, les perceptions et les attitudes de consommation de substances psychoactives en France.

ALLIANCE CONTRE LE TABAC



Martin DRAGO, ancien avocat, est responsable de plaidoyer à l'ACT-Alliance contre le Tabac. Il a rejoint l'association en 2021 après une première expérience en plaidoyer associatif. Il mène aujourd'hui ce plaidoyer au niveau national, européen et international, via notamment le contact avec les parlementaires, membres du gouvernement ou de l'administration. Il est par ailleurs spécialisé dans l'étude du lobby de l'industrie du tabac sur lequel il a participé à la rédaction de plusieurs rapports d'enquête.



Astrid BILLARD a rejoint ACT-Alliance contre le tabac en tant que responsable de la communication en 2022. Sa mission principale consiste à élaborer les plans de communication annuels et à veiller à leur bonne mise en œuvre. À ce titre, elle supervise les relations presse, les réseaux sociaux et les campagnes de sensibilisation. Avant de rejoindre l'ONG, elle a travaillé dans des agences de communication internationales (Edelman, Omnicom) où elle s'est spécialisée dans la communication d'entreprise et la gestion de crise.

● A propos de l'ACT

L'ACT-Alliance contre le tabac est un contre-lobby d'intérêt général qui œuvre depuis plus de 30 ans pour un monde libéré des produits du tabac et de la nicotine. À ce titre, l'ACT déploie des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer dénonçant les stratégies et les manipulations de l'industrie la plus mortifère au monde : l'industrie du tabac. Au-delà de fédérer les forces de plus de 20 associations, l'ACT mobilise décideurs, acteurs de la société civile, médias et opinion publique pour voir émerger en France la première génération sans tabac, à l'horizon 2032.

www.alliancecontreletabac.org



ASSOCIATION ADDICTIONS FRANCE



Franck LECAS, responsable projets politiques publiques, Franck Lecas est titulaire d'un DESS en droit de la santé. Après un bref passage au conseil de l'ordre des médecins, il s'est ensuite tourné vers les structures médico-sociales (ESMS) en intégrant la FEHAP (fédération des établissements hospitaliers et d'aide à la personne) en 2004, en qualité de conseiller secteur personnes âgées. Il rejoint Association Addictions France en 2009 en tant que chargé de mission ESMS afin de contribuer à la structuration et au développement de l'activité en addictologie (CSAPA, CAARUD,

ACT). Chargé de veiller au respect de la loi Evin depuis 2013, il est expert des questions relatives au marketing des alcooliers et des jeux d'argent et de hasard. Il développe l'activité autour des interdits protecteurs grâce à plusieurs projets dont les résultats contribuent à la médiatisation croissante des problématiques liées à la vente d'alcool aux mineurs, et à l'alcool et aux paris sportifs sur les réseaux sociaux). En 2019, il obtient un DU en addictologie de Paris Saclay dirigé par les professeurs Reynaud, Benyamina et Karila.

À propos de l'Association Addictions France

Engagée historiquement dans le respect de la loi Evin, Addictions France mène, depuis 4 ans avec le soutien du Fonds de lutte Addictions France, différents projets structurants autour des interdits protecteurs.

S'agissant de la vente d'alcool aux mineurs, une étude pilote menée par Addictions France entre 2020 et 2021 a révélé que 93 % des magasins vendaient de l'alcool à des mineurs. Le projet ACCESS alcool met en place un volet dissuasion ciblant les commerces de vente à emporter via des constats d'huissiers suivis d'actions judiciaires. Un volet observatoire a permis de documenter les pratiques dans les bars et restaurants grâce à des achats tests sur site et des entretiens. Ces données ont été complétées par des enquêtes sociétales et campagnes de sensibilisation.

Les résultats montrent un infléchissement de cette tendance coïncidant avec le lancement d'actions contentieuses par Addictions France ou d'actions combinées avec les autorités administratives. Malgré des freins liés notamment à la lenteur des procédures, le projet identifie des leviers prometteurs : consensus scientifique et sociétal confortant la pertinence de contrôles et de sanctions renforcés, habilitation d'associations à réaliser du testing et à agir en justice, et logique d'actions co-portées territorialement incluant les collectivités, la justice et les forces de l'ordre.

<https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2025/07/Rapport-ACCESS-ALCOOL-VDEF.pdf>



Sur les réseaux sociaux, massivement fréquentés par les plus jeunes dont des mineurs, Addictions France, avec le projet MAPLE (mieux appliquer la loi Evin sur les réseaux sociaux), examine des centaines de contenus pro-alcool et sensibilise les influenceurs aux risques qu'engendre la valorisation d'un produit néfaste, compte tenu de l'aura que ces derniers ont sur leur communauté. Les plateformes (META ; TikTok ...) sont également au cœur du projet et font l'objet d'actions de signalement de poursuites judiciaires. Le rapport « réseaux sociaux, nouveau FAR WEST » diffusé en septembre 2024 dénonce les manipulations de masse orchestrées par les alcooliers qui exploitent le filon de l'influence pour cibler les plus jeunes. Ce rapport, de même que les décisions judiciaires font l'objet d'actions de communication efficaces qui permettent de mettre le sujet au cœur de l'agenda médiatique et demain, peut-être dans celui des politiques pour une adaptation de la loi Evin concernant internet.

<https://addictions-france.org/presentation/respect-loi-evin/>

<https://addictions-france.org/presentation/respect-loi-evin/loi-evin-et-reseaux-sociaux/>

<https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2024/11/RAPPORT-MAPLE-VDEF-28112024.pdf>

AVENIR SANTÉ



Pierre-François CHABOUREAU, issu d'une formation de Santé Publique, master "prévention et éducation à la santé", est salarié au sein d'Avenir santé depuis 2016. Il travaille sur les questions liées aux déterminants commerciaux de la santé en lien avec l'alcool depuis 2018, d'abord en intégrant le projet "alcoolorator" au sein de l'association, premier observatoire de l'association sur l'étude du marketing alcool, puis, en le faisant évoluer vers le projet ADdict, à partir de 2020. À partir de cette période, les liens entre le projet et Addictions France se sont considérablement

renforcés, avec une dynamique commune et complémentaire visant à limiter les stratégies d'influences sur l'alcool et les jeux d'argent et de hasard.

◎ Avenir Santé et le projet ADdict

L'association [Avenir Santé](#) œuvre depuis plusieurs années pour la santé des jeunes (les 12 - 25 ans). Elle réalise auprès d'eux des actions de terrain, en prévention et réduction des risques, notamment sur les thématiques liées à l'addiction.

En réalisant ces actions de terrain, l'association a constaté au fil des ans la présence (très visible) d'autres acteurs qui veulent toucher les jeunes : **les marques d'alcool**.

C'est dans ce contexte que l'association s'est intéressée à ces acteurs dont les objectifs, qui consistent à inciter les jeunes à l'achat et aux consommations, restent aux antipodes de nos ambitions de prévention et protection de leur santé.

La recherche a depuis plusieurs années démontré l'impact de l'exposition au marketing alcool sur les comportements de consommation des jeunes. Or, ce marketing est présent en grande quantité dans leur environnement, plus particulièrement sur les réseaux sociaux, alors même qu'ils y consacrent un temps non négligeable.

C'est au regard de ces considérations qu'est né en 2020 le projet ADdict, composé aujourd'hui de 3 personnes. Il vise à limiter, notamment chez les jeunes, l'impact des stratégies d'influence et plus particulièrement le marketing relatif à l'alcool. La constatation de la présence de marketing d'autres acteurs pouvant entraîner des addictions nous a également poussés à ouvrir le projet en 2023 à une autre thématique : celle des jeux d'argent et de hasard.

Plusieurs volets sont mis en place pour atteindre cet objectif. D'une part, nous souhaitons contribuer à limiter les stratégies d'influence dans les environnements numériques des jeunes et ainsi limiter leur exposition à celles-ci. Un observatoire réalisé quotidiennement permet de recueillir les contenus valorisant l'alcool et les paris sportifs identifiés comme problématiques sur les réseaux sociaux. C'est plus de 3000 contenus valorisant l'alcool et 2700 relatifs au paris sportif qui ont été recueillis en 2024, sur la base de l'observation de 570 comptes sur les réseaux sociaux. Ces données sont ensuite transmises à notre partenaire Addictions France qui, dans le cadre de leurs projets MAPLE (alcool) et PEPS (jeux d'argent) réalise des actions de plaidoyer et de sensibilisation des influenceurs sur les bonnes pratiques en matière de publicité. Dans le cadre de MAPLE, Addictions France est également amené à réaliser des signalements aux différentes plateformes (Tiktok, META, etc...) ainsi que des actions en justice afin d'obtenir le retrait de certaines publications illégales. Des écrits d'analyse sont également partagés à des collaborateurs choisis, afin de (1) diffuser les connaissances, (2) nourrir le plaidoyer, (3) inciter l'évolution de la réglementation encadrant la publicité alcool et jeux d'argent sur le numérique et (4) promouvoir des mesures renforçant son encadrement, voir, invitant à son interdiction complète.

D'autre part, en complément de ces déterminants environnementaux, notre projet cible des déterminants plus individuels en renforçant les compétences des jeunes pour résister aux stratégies d'influence concernant l'alcool. Sur la base du « matériel » récolté sur notre observatoire, nous mènerons des actions éducatives en direction des jeunes avec l'objectif de faire évoluer leurs connaissances et attitudes vis-à-vis de ces stratégies d'influence.

Nos observations mettent en lumière le fait que beaucoup trop de publicités émises par les marques et les influenceurs sur les réseaux sociaux ne respectent que peu la réglementation et présentent des caractéristiques problématiques au regard de la santé publique en matière d'incitation à la consommation. Ces constats amènent à se questionner tant sur la régulation de la publicité que sur les limites actuelles de la loi encadrant le marketing alcool et les jeux d'argent et de hasard.

COMITE NATIONAL CONTRE LE TABAGISME



Emmanuelle BEGUINOT, est directrice du Comité national contre le tabagisme (CNCT). Elle a reçu le prix de l'OMS pour son implication dans la lutte contre le tabagisme. Le CNCT est la première ONG en France reconnue d'utilité publique, spécialisée et impliquée dans la prévention et la protection des personnes face aux méfaits du tabac et de son industrie. L'association mène des études, observatoires, projets expérimentaux et actions de sensibilisation sur les différents effets nocifs du tabac et les pratiques de cette industrie. Engagé dans des actions de plaidoyer pour l'adoption de mesures éprouvées et efficaces, le CNCT a également développé tout un volet de vigilance et d'actions judiciaires à l'origine d'une jurisprudence protectrice de la santé publique.

● À propos de l'Observatoire des Nouveaux Produits du Tabac et de la Nicotine du CNCT

● Publication d'un **baromètre trimestriel** sur les stratégies marketing publicitaires dans les lieux de vente en faveur des nouveaux produits du tabac et de la nicotine.

Accès au répertoire :

<https://cnct.fr/actualites/barometres-de-la-publicite-des-produits-du-tabac-et-de-la-nicotine-sur-les-lieux-de-vente/>

Tous les baromètres sont téléchargeables individuellement.

● Communiqué de presse sur le **nouveau rapport de l'observatoire en ligne des nouveaux produits du tabac et de la nicotine**, février 2025 :

<https://cnct.fr/communiqués/publicites-illegales-tabac-nicotine-cnct-alerte-strategie-contournements-en-ligne/>
<https://cnct.fr/wp-content/uploads/2025/02/Rapport-nouveaux-produits-du-tabac-et-de-la-nicotine-2025.pdf>

● **Etude en laboratoire des sachets de nicotine** CNCT – INC 60 millions de consommateurs (décembre 2024)

Communiqué de presse :

<https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-et-linc-60-millions-de-consommateurs-devoient-les-resultats-de-leur-etude-du-plomb-et-de-larsenic-retrouves-dans-les-sachets-de-nicotine/>

Synthèse du rapport :

<https://cnct.fr/wp-content/uploads/2024/12/Synthese-rapport-SDN.pdf>

● Alerte sur l'utilisation des **analogues à la nicotine** et **campagne de communication** relative à la stratégie de l'industrie du tabac sur les nouveaux produits mis sur le marché, mai 2025 :

<https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-alerte-sur-lusage-dune-nouvelle-molecule-addictive-utilisee-par-lindustrie-du-tabac-la-6-methyl-nicotine/>

Dossier et visuels de la campagne : <https://cnct.fr/wp-content/uploads/2025/05/DP-JMST-2025-Journalistes.pdf>

● Illustration de **condamnations en justice** :

Philip Morris : [février 2025](#) ; [juillet 2024](#)

British American Tobacco : [septembre 2023](#) ; [avril 2024](#)

● Alerte sur l'**utilisation des arômes** dans les stratégies marketing pour le développement des nouveaux produits du tabac et de la nicotine (février 2023) :

<https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-alerte-developpement-anarchique-nouveaux-produits-demande-interdiction-des-aromes/>

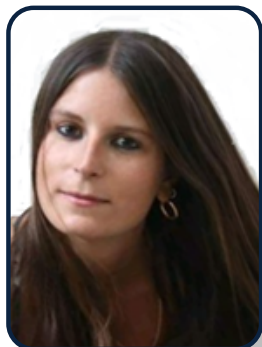
Rapport:

https://cnct.fr/wp-content/uploads/2023/02/CNCT_Rapport_Montage_Web.pdf

● Visuels **campagne de communication** :

https://cnct.fr/wp-content/uploads/2023/02/CNCT_Affiche_Pomme.pdf
https://cnct.fr/wp-content/uploads/2023/02/CNCT_Affiche_Cookie.pdf
https://cnct.fr/wp-content/uploads/2023/02/CNCT_Affiche_Barbeapapa.pdf

FRANCE ASSOS SANTÉ



Stéphanie PIERRE est conseillère santé publique à France Assos Santé. A ce titre, elle anime des groupes de travail sur des sujets de prévention, notamment sur les thématiques de l'alimentation et l'alcool, afin de coordonner un plaidoyer inter-associatif et de construire des campagnes collectives visant à sensibiliser l'opinion publique et les politiques à des problématiques de santé publique.

À propos de France Assos Santé

France Assos Santé est le nom choisi par l'Union nationale des associations agréées d'usagers du système de santé afin de faire connaître son action comme organisation de référence pour représenter les patients et les usagers du système de santé et défendre leurs intérêts. Forte d'une mission officiellement reconnue par son inscription dans le code de la santé publique via la loi du 26 janvier 2016, France Assos Santé a été créée en mars 2017 dans la continuité d'une mobilisation interassociative de plus de 20 ans pour construire et faire reconnaître la représentation des usagers. Elle regroupe aujourd'hui plusieurs centaines d'associations nationales et régionales. Notre volonté est ainsi de permettre que s'exprime la vision des usagers sur les problématiques de santé qui les concernent au premier chef, par une voix puissante, audible et faisant la synthèse des différentes sensibilités afin de toujours viser au plus juste de l'intérêt commun.

"Alcool et préjugés" : la nouvelle série avec le journal Mâtin



[Retrouvez la campagne, ici !](#)

... et sur [YouTube](#)



ORGANISATEURS DU SYMPOSIUM : RECLAMS, 1er réseau français sur les déterminants commerciaux de la santé

RECLAMS

(Réseau Eclairage sur le Lobbying et Analyse du Marketing des industriels)



FINANCEMENT

Institut pour la recherche en Santé Publique (IReSP) - Subvention N°22II007-00 - 2024-2027



OBJECTIF

Développer et diffuser les connaissances en France sur les Déterminants commerciaux de la santé, notamment les pratiques marketing et lobbying des industries du tabac, de l'alcool, de l'alimentation et des jeux d'argent et de hasard. Pour ce faire, mise en place de :

- Conférences autour des déterminants commerciaux de la santé ;
- Productions scientifiques et vulgarisation de la recherche ;
- Relais d'informations sur le décryptage et l'analyse de l'influence des industriels.



PILOTES DU RESEAU RECLAMS



Karine GALLOPEL-MORVAN (Directrice scientifique) est Professeure des universités à l'Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique à Rennes, chercheuse au sein des laboratoires INSERM RSMS U1309 et Arènes UMR CNRS 6051.

Philémon AUROUET est Ingénieur d'études à l'Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique dans l'équipe du Prof. Karine Gallopel-Morvan, et rattaché aux laboratoires INSERM RSMS U1309 et Arènes UMR CNRS 6051.



Daniel BENAMOUZIG est sociologue, directeur de recherche au CNRS, Centre de sociologie des organisations, titulaire de la Chaire santé Sciences Po.

Joan CORTINAS est Maître de conférences en sociologie à l'Université de Bordeaux, chercheur au Centre Emile Durkheim et chercheur associé à la Chaire santé de Sciences Po.



Boris CHAPOTON est doctorant en sciences de gestion à l'Université Jean Monnet de Saint Etienne, et rattaché au laboratoire CoActiS, UR 4161, Institut PRESAGE.

A VENIR



SUIVEZ-NOUS

[@Réseau RECLAMS](https://www.reseau-reclams.fr)



HORS-SERIE

Revue Santé publique

"Déterminants Commerciaux de la Santé"

Fin 2026



NUMÉRO SPÉCIAL

Alcoolologie & Addictologie

Pratiques marketing & lobbying industries du tabac et de l'alcool

En collaboration : D3S (Drogues, Sciences sociales et Société) Dir. Marie JAUFFRET-ROUSTIDE (EHESP) et Refertab (Réseau français d'excellence de recherche sur le tabac, la nicotine et les nouveaux produits) Dir. Simon DUCARROZ (INSERM)

À destination :
Acteurs de la prévention,
professionnels de santé,
chercheurs, journalistes, et
décideurs

