



Paris, le 21 juin 2022

Communiqué de presse

## Addictions France et l'UFC-Que Choisir attaquent le marketing malsain des hard seltzers

Addictions France et l'UFC-Que Choisir déposent deux plaintes devant le tribunal judiciaire de Paris pour violation de la loi Evin et pratiques commerciales trompeuses contre SNOWMELT, une marque de hard seltzer. Ces boissons pétillantes aromatisées, qui contiennent environ 5% d'alcool, pullulent aujourd'hui dans les rayons de nos supermarchés et sur les réseaux sociaux. Avec des slogans comme "Not just water"<sup>1</sup> et une mise en exergue de leur composition prétendument "naturelle", les hard seltzers illustrent la stratégie de diversification des industriels de l'alcool, qui ciblent une clientèle toujours plus jeune. Addictions France et l'UFC-Que Choisir s'unissent donc pour lutter contre la banalisation de ces produits, cherchant par essence à faire oublier au consommateur qu'il boit de l'alcool.

*"En unissant leurs forces, Addictions France et l'UFC-Que Choisir souhaitent frapper un grand coup contre la **publicité illégale et mensongère** sur les réseaux sociaux pour ces nouvelles boissons alcoolisées qui, malgré ce que les industriels de l'alcool voudraient nous faire croire, sont tout sauf bonnes pour la santé",* précise Franck Lecas, Responsable du Pôle Loi Evin à Addictions France

Pour Alain Bazot, Président de l'UFC-Que Choisir, *"il faut mettre un terme à ces pratiques de marketing douteuses des alcooliers qui consistent à valoriser les prétendues vertus de ces boissons aromatisées **pour mieux masquer leur contenu en alcool**".*

Venus d'Amérique du Nord, les hard seltzers ont investi le marché français au travers d'une campagne marketing intense, vantant une boisson prétendument innovante et naturelle et occultant par tous les moyens son contenu en alcool. Pourtant, les hard seltzers contiennent autant d'alcool que d'autres produits comme la bière et sont basés sur le même principe de fermentation. Cette stratégie d'omission est d'autant plus néfaste que ces boissons s'adressent en priorité à un public jeune.

En mai 2022, Addictions France a déjà remporté deux victoires contre des hard seltzers pour publicités contraires à la loi Evin. Le tribunal correctionnel de Paris a ainsi condamné les marques FEFE et OPEAN pour les publicités postées sur leurs comptes Instagram et leurs sites internet mettant en scène des photos de vacances, de plage, et d'apéros entre amis.

---

<sup>1</sup> « Pas que de l'eau ».

S'agissant de SNOWMELT, l'UFC-Que Choisir et Addictions France ciblent toutes deux les infractions à la loi Evin et donc au code de la santé publique. Ayant pour objectif de promouvoir une consommation responsable, l'UFC-Que Choisir a également développé un argumentaire portant sur les pratiques commerciales trompeuses au regard du code de la consommation. Addictions France souhaite quant à elle faire de cette affaire un procès de l'influence, en épinglant le parrainage illicite de la marque américaine : au travers de partenariats avec des influenceurs, des célébrités, et des sportifs de haut niveau, la marque s'inscrit en lien fort avec le monde du sport et plus spécifiquement les sports extrêmes et de montagne.

La marque SNOWMELT a ainsi organisé la participation d'un groupe d'influenceurs à une expédition en montagne en 2021 : l'occasion de se montrer sur les réseaux sociaux en train de consommer des hard seltzers tout en pratiquant une activité sportive. « *Cette mise en scène dans l'univers du sport, cette caution apportée par des sportifs, ce lien avec la nature et les termes employés, induisent le consommateur en erreur sur l'essence même du produit. Cela est d'autant plus illicite que le message avertissant sur les dangers de l'alcool, ainsi que le caractère publicitaire des publications rédigées et partagées par ces influenceurs et la marque, sont absents quasi systématiquement* » dénonce Franck Lecas.

A travers leur action commune, Addictions France et l'UFC-Que Choisir souhaitent aujourd'hui rappeler que, comme tout alcool, la consommation de hard seltzers engendre des risques pour la santé.

---

#### À propos d'Addictions France :

Reconnue d'utilité publique et agréée d'éducation populaire, **Association Addictions France** (anciennement ANPAA) est un acteur majeur et historique de la santé publique fondé en 1872 par Louis Pasteur et Claude Bernard. Composée de professionnels du médico-psycho-social, de la prévention et du plaidoyer, l'association agit au plus près des populations et intervient sur toutes les addictions (tabac, alcool, cannabis, médicaments psychotropes, pratiques de jeux excessives, drogues illicites et autres addictions sans substance).

En plus d'informer, de sensibiliser et de faire de la prévention pour tous les publics, elle gère plusieurs dizaines de centres en addictologie en France métropolitaine et en Outre-mer, propose des formations auprès des professionnels, tout en veillant au respect et à la défense de la Loi Evin. Addictions France porte finalement un projet de société dans lequel la problématique des addictions n'est ni un tabou, ni une fatalité : ensemble, changeons le regard sur les addictions !

#### Contacts presse Addictions France :



Lisa Dubreuil - [lisa.d@oxygen-rp.com](mailto:lisa.d@oxygen-rp.com) - 06 65 95 96 25

Tatiana Graffeuil - [tgraffeuil@oxygen-rp.com](mailto:tgraffeuil@oxygen-rp.com) - 06 71 01 72 58

#### A propos d'UFC-Que Choisir :

Créée en 1951, l'UFC-Que Choisir est la plus ancienne association de consommateurs en Europe. Elle agit pour une consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, sociétaux et environnementaux. Totalement indépendante de l'État, des entreprises, des partis politiques et des syndicats, elle publie sa première revue de tests comparatifs et d'enquêtes *Que Choisir* en 1961, et agit en justice à partir de 1976 devant toutes les juridictions judiciaires ou administratives. Elle promeut les actions individuelles ou collectives des consommateurs et la défense de leurs intérêts. L'association représente les consommateurs auprès de toute instance afin d'aboutir à une amélioration de leurs conditions de vie dans tous les domaines. Elle met également à leur disposition les moyens de formation et d'éducation nécessaires et milite pour une consommation plus juste et responsable.

#### Contacts presse UFC Que Choisir :

Lauren Nelson [lnelson@quechoisir.org](mailto:lnelson@quechoisir.org) – 01 44 93 19 84

Corentin Coppens [ccoppens@quechoisir.org](mailto:ccoppens@quechoisir.org) - 01 44 93 19 85