



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Publicité pour les paris sportifs ciblant les jeunes

Question au Gouvernement n° 4267

Texte de la question

PUBLICITÉ POUR LES PARIS SPORTIFS CIBLANT LES JEUNES

M. le président. La parole est à M. Cédric Roussel.

M. Cédric Roussel. Ma question relative aux paris sportifs s'adresse à Mme la secrétaire d'État chargée de la jeunesse et de l'engagement. J'y associe Cécile Rilhac, députée du Val-d'Oise, qui a effectué un travail d'alerte sur le sujet, ainsi que les membres des groupes d'étude sur le sport et l'économie du sport de notre assemblée.

L'Euro 2020 de football a mis en lumière un phénomène qui se développe depuis plusieurs années et qui me préoccupe beaucoup : les paris sportifs à destination des jeunes. Plusieurs plateformes de paris en ligne visent directement notre jeunesse par le biais de campagnes de publicité en faveur du jeu, sous-entendant qu'il contribue à la réussite sociale.

Ces campagnes attirent les jeunes en mettant en scène des personnes publiques influentes et des gens qui se seraient sortis de difficultés grâce au jeu. Quelque 2,5 millions de Français sont considérés comme des joueurs. En 2011, les 18-24 ans représentaient 17 % des joueurs ; dix ans plus tard, ce pourcentage a doublé.

S'agissant des jeux d'argent en général, Santé publique France relève que 300 000 Français souffrent d'un risque modéré ou excessif d'addiction, que les jeunes sont six fois plus susceptibles de développer une addiction, que 40 % du chiffre d'affaires des opérateurs de jeux provient de personnes aux pratiques excessives. Au vu de ces données, je ne crois pas que l'on devienne « riche sur un coup de tête », que l'on obtienne un « gros respect » ou que l'on « dépoussière son compte en banque » quand on est endetté comme 70 % des joueurs.

Le code de la sécurité intérieure prévoit pourtant que les mineurs, même émancipés, ne peuvent prendre part à des jeux d'argent et de hasard dont l'offre publique est autorisée par la loi. Un décret du 4 novembre 2020 précise que « sont interdites les publicités qui banalisent le jeu, qui indiquent que le jeu valorise la réussite sociale, ou qu'en jouant, on peut gagner sa vie. » Ces dispositions n'ont, semble-t-il, donné lieu à aucune enquête ou poursuite.

Je sais, madame la secrétaire d'État, que vous partagez notre attachement à protéger notre jeunesse. Comment comptez-vous mieux encadrer la promotion de ces plateformes de paris afin d'éviter les dérives actuelles ? *(Nombreux applaudissements sur les bancs du groupe LaREM.)*

M. le président. La parole est à Mme la secrétaire d'État chargée de la jeunesse et de l'engagement.

Mme Sarah El Haïry, secrétaire d'État chargée de la jeunesse et de l'engagement. Votre question, monsieur le

député Roussel, me permet de dire à quel point le Gouvernement est attaché à la protection de nos jeunes, à chaque moment de leur vie, et de rappeler à la représentation nationale les travaux entrepris.

Comme vous l'avez justement souligné, l'Euro 2020 de football a été une sorte d'accélérateur de campagnes de communication des plateformes en faveur des paris sportifs. Nous nous en sommes alarmés pour plusieurs raisons : 75 % des parieurs avaient moins de 34 ans ; plus de 435 millions d'euros ont été misés auprès des opérateurs de jeu français durant cette période ; c'est la compétition qui a suscité le plus de trafic depuis l'autorisation des paris en ligne.

Ce matin encore, je recevais la présidente de l'Autorité nationale des jeux (ANJ), que j'avais alertée dès le 9 juillet dernier, afin de faire en sorte que les deux échéances sportives qui vous tiennent à cœur – les Jeux olympiques de 2021 et la Coupe du monde de football de 2022 – se passent dans les meilleures conditions.

Dès cet après-midi, la présidente de l'ANJ va recevoir tous les opérateurs, afin de leur rappeler leurs obligations et leurs engagements. Je le dis avec une grande fermeté, des sanctions seront prises en cas de non-respect de ces engagements. Ces consultations visent à faire revenir les opérateurs dans le giron du décret du 4 novembre dernier, que vous avez cité, sans exclure des évolutions inspirées des modèles anglais ou espagnol – je pense à la réduction des volumes et des horaires de diffusion de ce type de publicité.

Notre prochaine étape sera de recevoir l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) et de nous assurer que l'encadrement soit suffisamment ferme pour que ces paris ne nuisent pas à notre jeunesse. Monsieur le député, soyez sûr que notre priorité est de protéger notre jeunesse, de favoriser son éducation et son accompagnement. *(Applaudissements sur les bancs du groupe LaREM et sur quelques bancs du groupe Dem.)*

Données clés

Auteur : [M. Cédric Roussel](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (3^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question au Gouvernement

Numéro de la question : 4267

Rubrique : Jeux et paris

Ministère interrogé : Jeunesse et engagement

Ministère attributaire : Jeunesse et engagement

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [21 juillet 2021](#)

La question a été posée au Gouvernement en séance, parue dans le journal officiel le [21 juillet 2021](#)