

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 octobre 2009

OUVERTURE À LA CONCURRENCE DES JEUX D'ARGENT EN LIGNE - (n^o 1860)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENTS N^{os} 640 (Rect.) à 648 (Rect.)

présentés par

Mme Fourneyron, M. Jean-Michel Clément et M. Bapt

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 4 BIS, insérer l'article suivant :**

Un rapport conjoint du Conseil supérieur de l'audiovisuel et de l'autorité de régulation de la publicité évaluant les conséquences du développement de la publicité des opérateurs de jeux et de paris en ligne dans les médias sera présenté au Parlement avant le 1^{er} juillet 2010.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le nouveau marché des jeux et paris en ligne va générer des dépenses publicitaires colossales de loin supérieures à celles du marché de la télévision ou à celles qu'a connu le marché des renseignements téléphoniques 118, ces dernières années.

Les opérateurs de jeux et de paris en ligne, pour accrocher le chaland et se démarquer de la concurrence, vont devoir dépenser beaucoup d'argent en publicité notamment dans les services de télévision et de radio. La publicité sera donc essentielle pour ce secteur économique en pleine croissance.

Les opérateurs de jeux et paris en ligne et leurs partenaires recrutés dans les médias et chez les opérateurs de communication, ne vont pas hésiter à déverser des flots de publicité sur toutes les chaînes pour accrocher une clientèle familiale qu'il conviendra de fidéliser pour qu'elle dépense dans ces jeux, au moins ce qu'elle investit dans ses abonnements de télévision payante et de téléphonie mobile.

Dans un contexte « d'entertainment », le téléspectateur sera donc invité à coup de spots publicitaires et de parrainages de vedettes du « show bis » ou du sport, à devenir un internaute joueur et dépensier ce qui ne sera pas sans conséquences en terme d'addiction et d'endettement.

Il est donc du devoir du législateur de s'interroger sur les conséquences de telles pratiques et de demander au gouvernement et aux instances compétentes, de bien vouloir étudier à une réécriture du décret 92-280 du mars 1992 qui fixent les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services de télévision en matière de publicité, de parrainage et de téléachat, afin d'envisager l'interdiction de la publicité des jeux et des paris en ligne, aux heures de grandes écoute et durant certaines émissions comme les compétitions, manifestations sportives et celles se consacrant aux sports médiatisés.

Ces amendements identiques ont été déposés par 27 membres du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche :

Adt n° 640 (Rect.)	de Mme Fourneyron, MM. Jean-Michel Clément et Bapt
Adt n° 641 (Rect.)	de MM. Gorce, Dussopt et Duron
Adt n° 642 (Rect.)	de Mme Filippetti, MM. Roy et Le Roux
Adt n° 643 (Rect.)	de Mme Delaunay, M. Nayrou et Mme Mazetier
Adt n° 644 (Rect.)	de M. Gaubert, Mme Lemorton et M. Brottes
Adt n° 645 (Rect.)	de MM. Juanico, Villaumé et Rogemont
Adt n° 646 (Rect.)	de MM. Hutin, Blisko et Jean-Marie Le Guen
Adt n° 647 (Rect.)	de MM. Pupponi, Le Bouillonec et Likuvalu
Adt n° 648 (Rect.)	de MM. Mallot, Ayrault et Mme Hoffman-Rispal