

ASSEMBLÉE NATIONALE

18 novembre 2021

PLFSS 2022 - (N° 4685)

Commission	
Gouvernement	

Adopté

AMENDEMENT

N° 246

présenté par
Mme Bergé

ARTICLE 16 QUATER

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Alors que la consultation publique lancée par l’Autorité Nationale des Jeux (ANJ) au sujet de la publicité pour les jeux d’argent en ligne n’est pas encore achevée, le Sénat a adopté l’article 16quater, qui met en place une taxe supplémentaire sur la publicité pour les jeux en ligne et les jeux de hasard.

Les investissements publicitaires du marché des paris sportifs représentent l’essentiel du marché des jeux en ligne ouverts à la concurrence. Les dépenses publicitaires des annonceurs issues de cette industrie représentent aujourd’hui moins de 1% du marché publicitaire français. Cet article consisterait donc à ajouter une nouvelle taxe à faible rendement à une industrie déjà soumise à de nombreux prélèvements obligatoires. On peut donc légitimement questionner son efficacité, que ce soit en termes de recettes pour l’Etat ou pour faire évoluer les comportements des joueurs et renforcer les missions de contrôle et de prévention du jeu excessif.

En effet, les éditeurs et les régies sont signataires depuis 2010 d’une Charte de bonne conduite sous l’égide de l’ANJ avec des engagements volontaires de limitation de volume de publicité et de précaution sur l’exposition du public fragile et des mineurs. Cette charte est en phase d’élargissement et de renforcement. D’autre part, une délibération du CSA encadre de façon stricte ce type de publicité pour les supports audiovisuels.

Cette taxe affaiblirait les acteurs traditionnels des médias et du paris sportifs, favorisant ainsi les sites de paris illégaux et les acteurs du digital qui ne déclarent pas leurs revenus. La perte de ces annonceurs autour des événements sportifs, que ce soit pour les chaînes gratuites ou pour les chaînes payantes, entraînerait une baisse importante des recettes et par voie de conséquence une

diminution de leurs investissements dans la création, mais aussi une baisse de la valeur desdits événements sportifs avec des conséquences sur le financement du sport professionnel et amateur, à travers la taxe Buffet.

Enfin, il convient de souligner que les GAFAM détiennent déjà près de 80% du marché de la publicité en ligne. Par conséquent, cette taxe nouvelle qui pèsera sur les opérateurs du secteur viendra accroître la distorsion de concurrence avec les GAFAM, auxquels cette nouvelle taxe ne sera pas appliquée.

Aussi, le présent amendement vise à supprimer cet article.