

ASSEMBLÉE NATIONALE

22 mars 2023

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 790)

Adopté

SOUS-AMENDEMENT

N ° CE200

présenté par
Mme Givernet

à l'amendement n° CE|48 de M. Delaporte

APRÈS L'ARTICLE PREMIER

I. – Après le septième alinéa, insérer l'alinéa suivant :

« II. *bis* – Les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique la promotion, directe ou indirecte, des jeux d'argent et de hasard tels que définis à l'article L. 320-1 du code de la sécurité intérieure, ainsi que les jeux vidéo comportant une fonctionnalité essentielle assimilable aux mêmes jeux, ont l'obligation d'informer par un bandeau visible sur l'image ou la vidéo durant l'intégralité de la promotion que ceux-ci sont réservés aux personnes majeures et respectent les dispositions législatives et réglementaires applicables à ces jeux, notamment celles prohibant les communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard en direction des mineurs. »

II. – Supprimer le huitième alinéa.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement supprime l'interdiction de principe de la promotion des jeux d'argent et de hasard par les influenceurs tout en fixant des obligations strictes pour la protection des mineurs.

Mettre des jeux d'argent dans les mains d'un mineur, c'est l'exposer précocement au risque d'addiction.

Plus d'un tiers des jeunes de 15 à 17 ans (34,8 %) déclarent avoir joué au moins une fois à des jeux d'argent et de hasard au cours des douze mois précédant une étude de 2021.

Pour protéger ce public vulnérable, l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) a défini des lignes directrices inscrites à l'article D. 320-10 du Code de la Sécurité Intérieure, qui prohibe dans les communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard :

- Toute mise en scène de mineurs ou toute représentation de mineurs en situation d'achat ;
- Toute publicité incitant les mineurs à considérer que les jeux d'argent et de hasard font naturellement partie de leurs loisirs ;
- Toute mise en scène de personnalités ou personnages appartenant à l'univers des mineurs ;
- Toute publicité orientée vers les enfants ou les adolescents, ou particulièrement attractive pour ceux-ci en raison notamment d'éléments visuels, sonores, verbaux ou écrits.

Le respect strict de ces lignes directrices est nécessaire pour éviter que les influenceurs ciblent volontairement un public jeune, voire mineur, tout en affichant de manière formelle une interdiction aux moins de dix-huit ans.