

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mars 2023

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

Tombé

AMENDEMENT

N ° CE37

présenté par

Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas,
Mme Autain, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard,
M. Caron, M. Carrière, M. Chauche, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Corbière,
M. Coulomme, Mme Couturier, M. Davi, M. Delogu, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Etienne,
M. Fernandes, Mme Ferrer, Mme Fiat, M. Gaillard, Mme Garrido, Mme Guetté, M. Guiraud,
Mme Hignet, Mme Keke, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Laisney, M. Le Gall, Mme Leboucher,
Mme Leduc, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Pascale Martin,
Mme Élisabeth Martin, M. Martinet, M. Mathieu, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Manon Meunier,
M. Nilor, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes,
M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Rome, M. Ruffin, M. Saintoul, M. Sala, Mme Simonnet,
Mme Soudais, Mme Stambach-Terrenoir, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé, M. Vannier et
M. Walter

ARTICLE PREMIER

I. – Après l’alinéa 7, insérer les deux alinéas suivants :

« 3° Les abonnements à des pronostics sportifs ;

4° Les jeux d’argent et de hasard. »

II. – En conséquence, supprimer les alinéas 9 et 11.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, le groupe LFI-NUPES souhaite interdire la promotion par les influenceurs des jeux d’argent et de hasard et des abonnements à des pronostics sportifs.

La publicité pour les paris sportifs en ligne vise prioritairement les plus jeunes et des plus précaires, cibles des opérateurs de jeux tels que Winamax, Zebet, Unibet, FDJ, etc.

Les dépenses en paris sportifs en ligne des 18-24 ans connaissent une hausse de 127 % au cours de la première moitié de l’année 2021, et de 30 % sur la seule période correspondant au championnat

d'Europe de football, selon une étude réalisée en 2021. Les 18-24 seraient désormais la tranche de population qui effectue le plus de transactions liées aux paris sportifs en ligne, suivis des 24-35 ans.

La Commission européenne souligne que l'exposition des mineurs aux publicités pour des jeux d'argent et de hasard est permanente en raison de leur présence sur tous les supports de communication, dont les réseaux sociaux.

Pour les jeux d'argent en général, Santé publique France relève que les jeunes sont six fois plus susceptibles de développer une addiction et que 70 % des joueurs sont endettés auprès des banques.

Presque 2 tiers de l'audience d'Instagram a moins de 35 ans, 28 % ont entre 18 et 24 ans. 40 % des visiteurs quotidiens de Tiktok se situent dans la tranche 15-24 ans. Il y a donc nécessité de protéger les jeunes publics des jeux d'argent et de hasard en interdisant la promotion par des influenceurs.