ASSEMBLÉE NATIONALE

29 janvier 2025

PLFSS POUR 2025 - (N° 622)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 185

présenté par

Mme Spillebout, M. Cosson, Mme Le Nabour, Mme Maud Petit, Mme Miller, Mme Vignon,
Mme Riotton, M. Frébault, Mme Le Feu, Mme Delpech et M. Fait

ARTICLE 9 TER B

Sous réserve de son traitement par les services de l'Assemblée nationale et de sa recevabilité

Compléter l'alinéa 16 par les mots :

« , à l'exception des personnes morales mentionnées aux articles L. 122-1, L. 122-2, L. 131-1 et L. 132-1 du code du sport ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le sport Français a besoin de sponsors plus que jamais, dans le contexte économique actuel. De nombreux clubs, dont le LOSC à Lille, ne peuvent équilibrer leur budget sans ce sponsoring. Dans une période marquée par une succession de crises – affaire Mediapro, pandémie de la Covid-19, réduction des subventions publiques et baisse des revenus audiovisuels –, le soutien financier des opérateurs agréés de jeux d'argent est devenu un levier essentiel pour l'équilibre économique du sport professionnel français.

Une nouvelle hausse de la fiscalité applicable au sponsoring risquerait de fragiliser cet équilibre en incitant plusieurs opérateurs à réduire la valeur de leurs partenariats avec les clubs et les fédérations. Une telle mesure mettrait en péril des structures locales et les clubs, à l'image du LOSC à Lille, et de nombreux sports de haut niveau, qui bénéficient du soutien de ces partenariats pour financer leurs actions sportives mais également éducatives.

Au-delà de l'enjeu économique, les collaborations entre les opérateurs de jeux d'argent et les acteurs du sport contribuent à la préservation de l'éthique sportive : elles permettent un encadrement strict des partenariats et le financement d'actions de prévention à destination des jeunes, des supporters et des sportifs eux-mêmes.

Pour garantir la compétitivité et le développement du sport professionnel en France, il est impératif

de ne pas freiner les investissements privés issus du sponsoring et de la publicité, qui représentent une source de financement essentielle pour de nombreuses disciplines.

C'est pourquoi le présent amendement rédigé en lien avec Foot Unis, vise à exclure le sponsoring sportif du périmètre de la taxation envisagée par l'article.