

ASSEMBLÉE NATIONALE

29 octobre 2025

PROJET DE LOI DE FINANCEMENT DE LA SÉCURITÉ SOCIALE POUR 2026 - (N° 1907)

Commission	
Gouvernement	

RETIRÉ AVANT DISCUSSION**AMENDEMENT**

N ° 449

présenté par

Mme Capdevielle, M. Aviragnet, M. Guedj, Mme Bellay, M. Califer, Mme Dombre Coste, Mme Froger, Mme Godard, Mme Runel, M. Simion, M. Baptiste, M. Barusseau, Mme Allemand, Mme Battistel, M. Baumel, M. Belhaddad, M. Benbrahim, M. Bouloux, M. Philippe Brun, M. Christophle, M. David, M. Delaporte, M. Delautrette, Mme Diop, M. Dufau, M. Echaniz, M. Eskenazi, M. Faure, M. Fégné, M. Garot, M. Gokel, Mme Got, M. Emmanuel Grégoire, M. Hablot, Mme Hadizadeh, Mme Herouin-Léautey, Mme Céline Hervieu, M. Hollande, Mme Jourdan, Mme Karamanli, Mme Keloua Hachi, M. Leseul, M. Lhardit, Mme Mercier, M. Naillet, M. Oberti, Mme Pantel, M. Pena, Mme Pic, Mme Pirès Beaune, M. Potier, M. Pribetich, M. Proença, Mme Récalde, Mme Rossi, Mme Rouaux, M. Aurélien Rousseau, M. Roussel, M. Saint-Pasteur, Mme Santiago, M. Saulignac, M. Sother, Mme Thiébault-Martinez, Mme Thomin, M. Vallaud, M. Vicot, M. William et les membres du groupe Socialistes et apparentés

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11, insérer l'article suivant:**

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

Après le 2° de l'article L. 137-27 du code de la sécurité sociale, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Sont également comprises dans l'assiette de la contribution les dépenses engagées par les opérateurs de jeux d'argent et de hasard au titre du parrainage ou du sponsoring d'événements, de clubs ou de compétitions sportives. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement des députés socialistes et apparentés vise à étendre l'assiette de la taxe sur la publicité des jeux d'argent et de hasard aux dépenses de *sponsoring* et de parrainage sportif.

L'article L. 137-27 du code de la sécurité sociale institue une contribution assise notamment sur les frais de publication et d'achats d'espaces publicitaires ainsi que sur les frais engagés auprès de personnes assurant la promotion des opérateurs. En l'état, la rédaction peut laisser incertitudes quant au traitement fiscal des dépenses de parrainage et de sponsoring sportif.

Or, les partenariats et parrainages sportifs conclus par les opérateurs de jeux ont connu une progression notable ces dernières années et constituent un vecteur de communication potentiellement exposant les publics jeunes à la promotion du jeu.

L'Autorité nationale des jeux (ANJ) a mis en évidence l'augmentation des budgets de partenariats sportifs des opérateurs et a publié des recommandations pour mieux encadrer ces pratiques.

Le présent amendement a pour objet d'ôter toute ambiguïté juridique en inscrivant clairement que les dépenses de parrainage / sponsoring sportif, lorsqu'elles servent la promotion d'opérateurs de jeux d'argent et de hasard, doivent être prises en compte dans l'assiette de la contribution prévue à l'article L. 137-27 et soumises au taux applicable (15 %), permettant ainsi :

- d'harmoniser le traitement fiscal entre publicité « classique » et parrainage ;
- d'éviter la création d'un canal de promotion non taxé susceptible d'augmenter l'exposition des publics vulnérables ;
- de dégager des recettes supplémentaires affectables à des actions de prévention et de lutte contre l'addiction aux jeux (estimation indicative, sur la base d'une hypothèse de 45 M€ de dépenses de parrainage en 2025, : ~6,75 M€ à 15 %).

En incluant le sponsoring dans l'assiette de la taxe, cet amendement permet de rééquilibrer le dispositif fiscal et d'aligner le traitement de ces dépenses sur celui de la publicité traditionnelle. Les recettes supplémentaires ainsi générées, estimées à 6,75 millions d'euros (15 % de 45 M€), seront affectées à la Caisse nationale de l'assurance maladie (CNAM) pour financer des actions de prévention et de lutte contre l'addiction au jeu et leurs conséquences sanitaires et sociales.

Ce dispositif s'inscrit pleinement dans le principe du pollueur-payeur, en vertu duquel les acteurs économiques qui génèrent des externalités négatives sur la santé publique doivent contribuer à la prévention et à la réparation de leurs conséquences. En incluant le sponsoring dans l'assiette de la taxe, cet amendement permet de rééquilibrer le dispositif fiscal et d'aligner le traitement de ces dépenses sur celui de la publicité traditionnelle.

Cet amendement a été travaillé avec l'association Addictions France.