

ASSEMBLÉE NATIONALE12 décembre 2025

RELATIF À L'ORGANISATION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2030 -
(N° 2233)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

N° 281

AMENDEMENT

présenté par

M. Courbon, Mme Rouaux, Mme Keloua Hachi, M. Emmanuel Grégoire, Mme Herouin-Léautey,
Mme Céline Hervieu, M. Proença, Mme Allemand, M. Fégné, Mme Rossi, M. Aviragnet,
M. Baptiste, M. Barusseau, Mme Battistel, M. Baumel, Mme Bellay, M. Benbrahim, M. Bouloux,
M. Philippe Brun, M. Califer, Mme Capdevielle, M. Christophle, M. David, M. Delaporte,
M. Delautrette, Mme Diop, Mme Dombre Coste, M. Dufau, M. Echaniz, M. Eskenazi, M. Faure,
Mme Froger, M. Garot, Mme Godard, M. Gokel, Mme Got, M. Guedj, M. Hablot, Mme Hadizadeh,
M. Hollande, M. Houlié, Mme Jourdan, Mme Karamanli, M. Leseul, M. Lhardit, Mme Mercier,
M. Naillet, M. Oberti, Mme Pantel, M. Pena, Mme Pic, Mme Pirès Beaune, M. Potier, M. Pribetich,
M. Aurélien Rousseau, M. Roussel, Mme Runel, Mme Récalde, M. Saint-Pasteur, Mme Santiago,
M. Saulignac, M. Simion, 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 3, insérer l'article suivant:**

I. – À titre expérimental, pendant les jeux Olympiques et Paralympiques de 2030, les techniques virtuelles pour insérer des messages publicitaires lors de la diffusion des événements sportifs, par remplacement virtuel des panneaux publicitaires existants, sont autorisées.

II. – Un décret définit les modalités du dispositif et ses encadrements.

III. – L'expérimentation est menée pour la durée des jeux Olympiques et Paralympiques de 2030.

IV. – Avant le 1^{er} septembre 2030, le Gouvernement présente au Parlement un rapport d'évaluation de cette expérimentation établissant des propositions de prorogation, d'encadrement, d'extension ou d'arrêt du dispositif.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à autoriser et encadrer la publicité et le parrainage virtuels à titre expérimental pendant les jeux Olympiques et Paralympiques 2030.

En France, depuis une décision du CSA (devenu Arcom) rendue en 2003, suite à deux saisines de la Fédération française de rugby, la publicité virtuelle est considérée comme clandestine donc interdite (article 9 du décret du 27 mars 199210, décret d'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication). Pourtant, certains de nos voisins européens l'autorisent, comme l'Espagne, la Grèce, l'Italie ou encore l'Allemagne. Et certains organisateurs et producteurs internationaux (UEFA, Formule 1, Serie A, Champions Cup – EPCR, etc.) intègrent de la publicité virtuelle à l'étranger avant de la diffuser en France.

La publicité digitale pourrait être un réel levier pour dégager de nouvelles sources de financement pour le sport en France. En ce sens, les Jeux de 2030 sont l'occasion d'expérimenter la publicité et le parrainage virtuels.

Cette expérimentation doit toutefois être encadrée. Notamment, elle porte uniquement sur le remplacement virtuel des panneaux publicitaires existants et non pas par incrustation de nouvelles images.

Un rapport d'évaluation de cette expérimentation sera remis au Parlement établissant des propositions de prorogation, d'encadrement, d'extension ou d'arrêt du dispositif.