

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 juin 2026

RELATIVE À L'ORGANISATION, À LA GESTION ET AU FINANCEMENT DU SPORT
PROFESSIONNEL - (N° 2797)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

N° 138

AMENDEMENT

présenté par

M. Duplessy, M. Amirshahi, Mme Arrighi, Mme Autain, Mme Balage El Mariky, Mme Belluco, M. Ben Cheikh, M. Biteau, M. Arnaud Bonnet, M. Nicolas Bonnet, Mme Chatelain, M. Corbière, M. Davi, M. Fournier, Mme Garin, M. Damien Girard, M. Gustave, Mme Catherine Hervieu, M. Iordanoff, Mme Laernoës, M. Lahais, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, M. Raux, Mme Regol, M. Roumégas, Mme Sandrine Rousseau, M. Ruffin, Mme Sas, Mme Sebaihi, Mme Simonnet, Mme Taillé-Polian, M. Tavernier, M. Thierry et Mme Voynet

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 10 BIS, insérer l'article suivant:**

L'article L. 320-12 du code de la sécurité intérieure est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique, au sens de l'article 1^{er} de la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, et âgée de moins de vingt-cinq ans, toute promotion, directe ou indirecte, en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de repli du groupe Écologiste et Social vise à interdire le recours aux influenceurs de moins de vingt-cinq ans dans les communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

Les jeunes adultes constituent aujourd'hui l'une des catégories les plus exposées aux contenus promotionnels diffusés sur les réseaux sociaux. Les influenceurs les plus suivis par les adolescents et les jeunes majeurs appartiennent souvent à des classes d'âge proches de celles de leur audience, ce qui renforce les mécanismes d'identification et la crédibilité des messages publicitaires diffusés.

L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) recommande déjà que les personnes apparaissant dans les publicités pour les jeux d'argent soient âgées de plus de vingt-cinq ans afin de limiter l'attractivité de ces contenus auprès des mineurs et des jeunes publics.

Le présent amendement vise à donner une portée plus effective à cet objectif de protection en empêchant le recours à des influenceurs dont l'âge, la proximité générationnelle et l'audience sont particulièrement susceptibles d'encourager la banalisation des paris sportifs et des jeux d'argent auprès des plus jeunes.

Il constitue une mesure de protection proportionnée, ciblée sur les publics les plus vulnérables, tout en préservant les autres formes de communication autorisées.