

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 juin 2026

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

Commission	
Gouvernement	

Adopté

N° 139

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:**

Après le 5° de l'article L. 320-12 du code de la sécurité intérieure, il est inséré un 6° ainsi rédigé :

« 6° Interdite dans les services de télévision et de radio, au sens de l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, sur la période qui s'étend de cinq minutes avant le début de la diffusion d'une manifestation ou rencontre sportive à cinq minutes après la fin de celle-ci. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement du groupe Écologiste et Social vise à instaurer en France un dispositif de « whistle to whistle ban » interdisant la diffusion de publicités en faveur des paris sportifs à la radio et à la télévision dans la période comprise entre cinq minutes avant le début d'une rencontre sportive et cinq minutes après sa fin.

Le présent amendement répond à un constat simple : la publicité pour les paris sportifs est aujourd'hui devenue indissociable de la retransmission des compétitions sportives. Cette omniprésence contribue à banaliser les paris sportifs et à faire du pari un prolongement supposé

naturel du spectacle sportif. Elle participe progressivement à installer l'idée selon laquelle regarder un match et parier sur son résultat relèveraient d'une même expérience.

Cette évolution est particulièrement préoccupante pour les jeunes publics. La publicité constitue une motivation à jouer pour près d'un tiers des jeunes joueurs et les 18-24 ans demeurent la catégorie la plus exposée au risque de jeu problématique. Les données disponibles montrent par ailleurs que le risque de développer une pratique problématique des jeux d'argent diminue avec l'âge.

Cette mesure est aujourd'hui soutenue par de nombreux acteurs de la prévention et de la régulation. L'Autorité nationale des jeux l'a notamment recommandée dans le cadre du rapport d'information sur l'évaluation de la loi du 2 mars 2022 visant à démocratiser le sport en France.

Son efficacité a déjà été démontrée à l'étranger. Introduit au Royaume-Uni en 2019, le « whistle to whistle ban » a permis de réduire de 97 % le nombre de publicités pour les paris sportifs vues par les mineurs et de diminuer fortement leur exposition lors des retransmissions sportives en direct.

Dans un contexte marqué par l'augmentation continue des investissements publicitaires des opérateurs de paris sportifs et par la perspective des grandes compétitions internationales à venir, il apparaît nécessaire de mieux protéger les publics vulnérables et de réaffirmer que le sport ne doit pas devenir le support permanent de la promotion des jeux d'argent.

Le présent amendement poursuit ainsi un objectif de santé publique, de protection des mineurs et de préservation de l'intégrité du sport.