



Paris, le 05/07/2021

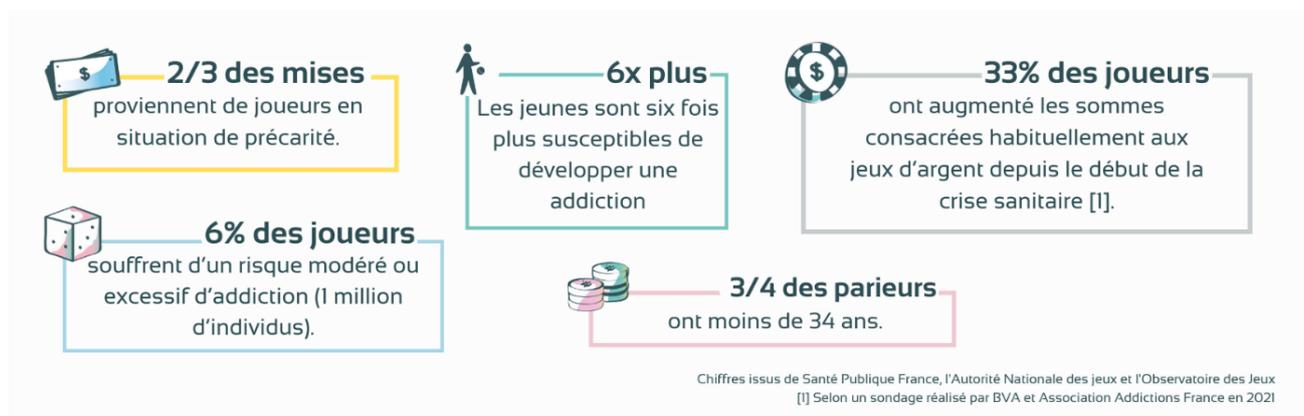
Publicités pour les paris sportifs : Une réglementation efficace s'impose pour lutter contre les addictions

Dans le cadre de l'Euro 2021, les publicités pour les paris sportifs sont omniprésentes. Alors que 40% des revenus des opérateurs de jeux d'argent proviennent de personnes souffrant d'addictions [1], Addictions France appelle à une « loi Evin pour le jeu ».

Un matraquage publicitaire ciblé qui pousse à la dépendance

Dans les transports en commun, à la télévision, dans la rue : les publicités pour les paris sportifs sont partout, à la vue des adultes, des enfants et des adolescents. Selon des relevés opérés par une équipe d'Addictions France, ces publicités peuvent représenter jusqu'à **40% des affiches publicitaires dans les stations de métro** à Paris et petite couronne [2] et plus d'un quart des publicités télévisées avant les matches de foot de l'Euro et pendant la mi-temps.

En cette période de compétition, les opérateurs ne cachent pas le but de leurs campagnes : "L'Euro, c'est l'occasion parfaite pour en faire" selon Winamax. En effet, "C'est un grand moment de recrutement", a affirmé le fondateur de la plateforme Zebet [3]. Mais comme pour tous les produits addictifs, **plus de joueurs mène à plus de risques d'addictions**.



Ces chiffres mettent en lumière les inégalités sociales face aux comportements à risque. Or on constate que beaucoup de publicités pour les paris sportifs ciblent les jeunes des quartiers populaires [4] et véhiculent l'idée que les paris pourraient **représenter une source importante de**

revenus. Pourtant, l'association S.O.S. Joueurs alerte : **tous jeux d'argent confondus, 70,3% des joueurs sont endettés auprès des banques.**

Si derrière cette addiction aux paris et aux jeux en général se cachent plusieurs facteurs sociaux-environnementaux, le rôle de la publicité n'est pas anodin.

Des messages publicitaires contraires aux enjeux de santé publique en matière d'addiction

Association Addictions France dénonce les messages publicitaires incitant aux comportements addictifs. Sont notamment contestables :

- Les slogans de type "No bet, no game" ou "Les matchs deviennent trop intenses" de Betclik qui insinuent qu'un pari est nécessaire pour apprécier un match.
- Le marketing émotionnel dans la publicité « Tout pour la daronne » de Winamax, conçu pour toucher un public « Jeunes » qui pourraient « remercier leur mère » en leur remettant un cadeau issu des sommes gagnées.
- Les offres promotionnelles sous forme de centaine(s) d'euros de « paris gratuits », incitant à parier plusieurs fois, en laissant entrevoir la possibilité de « se refaire », soit de gagner plus après avoir perdu. C'est un **mécanisme caractéristique de l'addiction au jeu** [5].



Ci-dessus : photographie prise à la Gare Montparnasse. 4 affiches l'une à côté de l'autre proposant des offres promotionnelles peu lisibles liées à des expressions de joie.

Reconnue d'utilité publique

Fondée en 1872 par Louis Pasteur & Claude Bernard

www.addictions-france.org • contact@addictions-france.org

ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre 75002 PARIS • Tel : 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :

 @AddictionsFr

 Association Addictions France

 Association Addictions France



COMMUNIQUE DE PRESSE

Pour une Loi Evin spécifique aux jeux d'argent

La réglementation en vigueur [6] n'est pas suffisamment contraignante pour réguler les pratiques **des opérateurs plus intéressés par leur chiffre d'affaires que par les enjeux de santé publique**. Cette réglementation repose sur des termes très généraux qui rappellent ceux employés dans les codes d'auto-régulation élaborés par les alcooliers pour promouvoir leurs produits : brillant par leur permissivité, ils permettent la **diffusion de publicités contraires aux objectifs de santé publique** fixés par la loi Evin [7].

L'Autorité Nationale des Jeux contrôle les stratégies de communication des opérateurs avant leur diffusion, mais elle ne peut imposer le retrait des publicités illégales qu'après la diffusion initiale. Du reste, le texte n'est pas appliqué : le slogan « Grosse cote, gros gain, gros respect » de Winamax a été massivement diffusé [8] alors que **la notion de "gros respect", qui laisse entendre une réussite sociale par le pari, est illégale**. Il est donc nécessaire d'assurer son contrôle effectif.

Addictions France appelle dès lors à l'adoption d'une « loi Evin pour le jeu ». Appliquée et adaptée aux jeux d'argent (dont les paris sportifs), cette loi pourrait permettre de :

- Interdire la diffusion de ces publicités dans **les médias que les mineurs sont amenés à consommer** régulièrement (la télévision, la radio, les réseaux sociaux)
- Interdire tout affichage aux alentours des établissements scolaires, universitaires et sportifs
- Encadrer strictement les offres promotionnelles
- Définir le contenu des publicités et supprimer les messages purement subjectifs (liés au plaisir unique de jouer, à la fête, aux dons issus des gains...)

En Espagne et en Italie, des mesures ont déjà été prises pour limiter ces publicités.

Addictions France, sans juger les joueurs et sans prôner une prohibition de ces paris, **appelle les parlementaires à se saisir du sujet afin d'encadrer leur publicité** et ainsi contribuer aux objectifs de santé publique en matière de lutte contre les pratiques addictives.



COMMUNIQUE DE PRESSE

À PROPOS D'ASSOCIATION ADDICTIONS FRANCE : Fondée en 1872 par Louis Pasteur et Claude Bernard, Association Addictions France est reconnue d'utilité publique et agréée d'éducation populaire. L'association agit au plus près des populations et intervient sur toutes les addictions. Elle est également force de proposition pour faire évoluer les opinions et la législation.

CONTACT :

Relations presse – Cécile Joyeux | cecile.joyeux@addictions-france.org - 01 42 52 33 87

Références :

¹ Santé Publique France, Jeux d'argent et de hasard dans le baromètre de Santé publique France 2019 : description des joueurs, des pratiques et des problèmes en population adulte [[en ligne](#)]

² Stations étudiées : Gare Montparnasse, Opéra, Auber, Grands Boulevards, Invalides, Varennes, Parmentier, Créteil Université, Rosny-sous-Bois RER, Noisiel RER, Bastille, Porte de Charenton, Botzaris, Maisons-Alfort Stade, Choisy-le-Roi RER (mi-juin à début juillet)

³ Louis Heidsieck, « Les paris sportifs, l'autre grand enjeu de l'Euro », *Le Figaro*, 11/06/2021 [[en ligne](#)]

⁴ Stéphanie Marteau, « Euro 2021 et paris sportifs en ligne : l'overdose du « marketing de la misère » », *Le Monde*, 24/06/2021

⁵ Critères définis par le DSM V permettant de caractériser un comportement de jeu excessif / pathologique

⁶ Décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 relatif aux modalités de régulation de l'Autorité nationale des jeux

⁷ Addictions France, L'autorégulation des pratiques commerciales des alcooliers – Efficacité ou leurre ?, *Décryptages*, 2021 [[en ligne](#)]

⁸ La campagne basée sur ce slogan occupe la seconde place du top 15 des annonceurs TV sur les paris en ligne, selon Kantar Media

Reconnue d'utilité publique

Fondée en 1872 par Louis Pasteur & Claude Bernard

www.addictions-france.org • contact@addictions-france.org

ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre 75002 PARIS • Tel : 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :

 @AddictionsFr

 Association Addictions France

 Association Addictions France