



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 09 juillet 2026

Recul sur l'interdiction de la pub pour les paris sportifs à la TV

Addictions France dénonce le manque de courage politique face au lobbying des opérateurs

En pleine Coupe du Monde, et alors qu'il est impossible d'échapper à la publicité pour les paris sportifs, les parlementaires de la Commission Mixte Paritaire (CMP) sur la PPL pour le financement du sport professionnel ont supprimé la mesure dite du « whistle-to-whistle ban »¹. Cette mesure avait été adoptée par l'Assemblée nationale le 29 juin dernier. **Addictions France dénonce un manque de courage politique de la part du Gouvernement et des parlementaires membres de la CMP pour imposer une mesure de protection des plus jeunes.**

Cette décision intervient alors même que les données disponibles démontrent le rôle central de la publicité dans l'incitation aux paris sportifs : selon les derniers chiffres de l'ANJ², 62 % des joueurs déclarent avoir déjà parié sous l'influence de la publicité, tandis que 86 % des joueurs réguliers affirment avoir eu envie de parier après y avoir été exposés. **Près de huit jeunes de 15 à 17 ans sur dix déclarent par ailleurs avoir déjà vu une publicité pour les jeux d'argent, et 67% des moins de 25 ans disent avoir déjà eu le sentiment de perdre le contrôle.** Aujourd'hui, selon l'Autorité nationale des jeux, environ 600 000 joueurs présentent une forte probabilité de jeu excessif.

En 3 matchs, 21 publicités pour les paris sportifs

Pendant la Coupe du monde, par exemple, un jeune de 14 ans qui aurait regardé les trois matchs de la France dans la phase de groupes a été exposé à **21 publicités pour les paris sportifs sur la diffusion gratuite de M6**^[1]. Un chiffre scandaleux si l'on sait que plus un individu est exposé aux incitations au jeu, plus il devient réceptif aux publicités et plus sa pratique des paris s'intensifie ^[2]. Lors de ces matchs, **21 fois** un jeune mineur a été invité à parier alors qu'il souhaitait soutenir l'équipe nationale. **21 fois** on lui a insinué que le pari est une pratique banale alors qu'il voulait regarder la compétition la plus importante de son sport préféré. Et ce sans compter le parrainage de l'émission précédente, du match lui-même et de l'émission d'après-match.

[1] Ce chiffre comprend les publicités diffusées 30 minutes avant, durant et 30 minutes après les matchs, puisque ces émissions sont aussi sur la thématique de la Coupe du monde.

[2] Tessier, S. (2023) « Les effets d'influence des campagnes publicitaires et préventives sur les joueurs de hasard et d'argent et les variables

¹ Interdiction de la publicité pour les paris sportifs à la TV 5 minutes avant, pendant et 5 minutes après les retransmissions sportives

² « Zone à risques » : la nouvelle campagne de l'Autorité nationale des jeux sur les risques d'addiction aux paris sportifs : <https://anj.fr/zone-risques-la-nouvelle-campagne-de-lautorite-nationale-des-jeux-2026>

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

En refusant d'agir sur l'un des principaux vecteurs de banalisation des paris sportifs, le législateur laisse perdurer une exposition massive des mineurs et des publics vulnérables à des messages publicitaires dont les effets sont aujourd'hui largement documentés

Alors que la procédure législative n'est pas encore tout à fait terminée, nous appelons le Gouvernement à mieux résister aux arguments des opérateurs de jeu et des diffuseurs, et à réintroduire la mesure lors du vote final au Parlement le 21 juillet prochain. **Car contrairement à ce que veulent faire croire les opérateurs, leur souci n'est pas de prévenir le jeu excessif mais au contraire de l'encourager** : on sait de manière établie que 60 % du produit brut des jeux (qui correspond à leur chiffre d'affaires) provient des joueurs en situation de perte de contrôle ou d'addiction.

Le Gouvernement a une responsabilité en matière de protection des plus jeunes et ne peut se laisser influencer par des arguments économiques dont on peut d'ailleurs douter de la fiabilité. Face au [désarroi des parents](#) qui voient leurs enfants réciter les slogans des opérateurs, mieux encadrer la publicité pour les paris sportifs est plus que jamais une exigence de santé publique.

À PROPOS D'ASSOCIATION ADDICTIONS FRANCE : Reconnue d'utilité publique et agréée d'éducation populaire, **Association Addictions France** (anciennement ANPAA) est un acteur majeur et historique de la santé publique fondé en 1872 par Louis Pasteur et Claude Bernard. Composée de professionnels du médico-psychosocial, de la prévention et du plaidoyer, l'association agit au plus près des populations et intervient sur toutes les addictions (tabac, alcool, cannabis, médicaments psychotropes, pratiques de jeux excessives, drogues illicites et autres addictions sans substance).

En plus d'informer, de sensibiliser et de faire de la prévention pour tous les publics, elle gère plusieurs dizaines de centres en addictologie en France métropolitaine et en Outre-mer, propose des formations auprès des professionnels, tout en veillant au respect et à [la défense de la Loi Evin](#). Addictions France porte finalement un projet de société dans lequel la problématique des addictions n'est ni un tabou, ni une fatalité : ensemble, changeons le regard sur les addictions !

CONTACT :

Relation presse – Noémie SOULA | presse@addictions-france.org | tél. : 06 82 72 78 67

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](https://twitter.com/AddictionsFr)

 [Association Addictions France](https://www.facebook.com/AssociationAddictionsFrance)

 [Association Addictions France](https://www.linkedin.com/company/AssociationAddictionsFrance)