

ANJ/Isabelle FAULQUE PIERROTIN : Haro contre la publicité
pour les jeux d'argent

HARO SUR LES JEUX DE HASARD & D'ARGENT (III) :

Haro contre la publicité pour les jeux d'argent :

***Retour sur les mesures liberticides prises par l' Autorité
Nationale des Jeux contre les publicités pour les jeux de
hasard fin 2022***

Alors que sous la domination de la doxa du jeu pathologie maladie, l'ANJ multiplie et accentue les mesures liberticides contre les opérateurs, accroît la surveillance des joueurs, leur fait la morale, parlent en permanence d'addiction, de joueurs à risque... il nous a paru pertinent de revenir sur les motivations des joueurs en ligne récoltées lors d'une étude réalisée en 2012 quand nous étions sociologue à l'ARJEL l'ancêtre de l'ANJ. La 1^o motivation des joueurs, avant l'argent (22,5%) concerne le tryptique facilité , simplicité, LIBERTE (31%). La réponse d'un joueur résumé bien l'esprit de cette catégorie :« pas de déplacements, jeux 24H/24, gains virés sur le compte, accès aux statistiques, discrétion, autonomie, LIBERTE... » (JPMartignoni, analyse des question ouvertes du questionnaire ARJEL , n=395, octobre 2012, 53 pages, citation extraite de la page 3)

Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN

*Sociologue, université Lumière Lyon 2, centre Max Weber
UMR 5283*

mai 2023

Introduction

En novembre 2022, quelques jours avant l'ouverture de la Coupe du Monde de football, l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) a enfoncé le clou dans son combat contre les jeux de hasard & d'argent (JHA), une pratique ludique populaire pratiquée par des millions de français. Elle s'en est prise de manière dogmatique à la publicité pour les JHA - « *en télévision, radio, affichage et digital* » - (1) (*annexe 1 le communiqué de l'anj du 7/II/2022*) avec une pléthore de mesures pour empêcher les opérateurs de promouvoir normalement leurs produits. Les 4 chartes signées par les « *opérateurs de jeux d'argent et à l'écosystème de la publicité* » apparaissent particulièrement contraignantes. Certains observateurs pourraient même les juger scandaleuses, car néo-prohibitionnistes et relevant de la censure. Un nouveau pas vient d'être franchi par l'ANJ, remettant en cause une économie, une pratique sociale et culturelle, le droit et la liberté pour les opérateurs de promouvoir librement leurs jeux, comme ils le faisaient depuis des années sans que cela ne provoque d'émeutes, de scandales, de débordements. L'autorité de régulation devient de plus en plus autoritaire, sous la domination et/ou en connivence avec la doxa du jeu pathologie maladie, des associations, des groupes de pression... qui veulent décider de la politique des jeux de la France en imposant une vision idéologique et sanitaire des pratiques ludiques de nos contemporains. Ces décisions liberticides résultent également des conventions signées par l'ANJ, par exemple avec l'UNAF (Union nationale des associations familiales) (*confer notre article : « UNAF, ANJ, police des familles joueuses ? : une intrusion sociologique de l'UNAF et de l'ANJ dans la socialisation ludique primaire qui pose problème »* (2)) et des multiples sondages payés et instrumentalisés par le gendarme des jeux sur l'addiction, le jeu des mineurs... Quand on suit le dossier dans le détail comme nous le faisons depuis des années, quand on lit les publications et décisions de l'ANJ, il faut se taper la tête contre les murs pour se demander si on ne rêve pas. L'autorité n'a de cesse depuis plusieurs mois de s'attaquer aux fondements sociologiques, symboliques des jeux d'argent. Pas de débats contradictoires, juste des injonctions répétées et inquisitrices du régulateur. Une subjectivité qui rejoint ce que souhaitent certains addictologues en conflits d'intérêts, des associations moralistes qui combattent le *gambling* et le *e gambling*. Cette politique des jeux thérapeutique permet à la doxa du jeu pathologie maladie d'exploiter directement ou indirectement le *business* du jeu compulsif, l'addiction au jeu, une « maladie » qui a parfois curieusement du mal à trouver ses malades (*confer nos articles : A : « L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades » ; B : « Recherche joueurs*

addicts. désespérément »(3) ;C : Addiction au jeu : réalité médicale ou pathologisation d'un Fait Social ? : D : « Le jeu excessif est-il une addiction ? (Sciences sociales et santé, 2022/2 (Vol. 40), p. 95-104. Juin 2022.)

Introduction : On commence par « désintensifier » la publicité pour les jeux de hasard & d'argent, on finira par l'interdire.

Les 4 chartes « qu'a fait signé » en novembre 2022 le régulateur « aux opérateurs de jeux d'argent et l'écosystème de la publicité », apparaissent très liberticides. Elles risquent à terme d'avoir des conséquences importantes sur le marché des jeux. Si l'argent est le nerf de la guerre, la publicité représente peu ou prou celui de l'activité commerciale. En ce sens l'ANJ engage à nouveau la Politique des jeux de la France sur une pente savonneuse. Même si l'autorité administrative dirigée par Isabelle FAULQUE PIERROTIN (ex responsable de la CNIL) emploie des termes doucereux pour calmer le jobbard et endormir les médias - elle parle de « désintensifier » les publicités pour les jeux de hasard, de « modérer la pression publicitaire » en faveur des jeux d'argent - le fait est là. Ces euphémismes politiquement correct n'arrivent pas à masquer qu'il s'agit bel et bien de mesures liberticides, de censure, de néo prohibition. En attendant le spectre - dont rêve la doxa, certaines associations anti jeu et quelques hommes politiques - d'une interdiction totale de la publicité pour les jeux d'argent. On commence par « désintensifier » la pub pour les jeux, on finira par l'interdire.

Comme vient de le proposer en Belgique le ministre de la Justice Vincent Van QUICKENBORNE, avec la même rengaine qu'en France : mesure de santé publique, lutte contre l'addiction... Cette affaire a fait grand bruit au plat pays (4) Vent debout contre ce projet autoritaire : les opérateurs, l'Association belge des jeux de hasard (Bago), les médias, les clubs de sports, certains hommes politiques. Notamment Georges-Louis BOUCHEZ du Mouvement Réformateur qui dénonce « une vision puritaine qui n'a pas de sens » (5) (confer annexe 2)

En France le député de La France Insoumise(FI) Carlos Martens BILONGO, a franchi le Rubicon en déposant « une proposition de loi visant à interdire la publicité des paris sportifs » . Il estime que « des millions de Français vont se faire flouer/voler avec ces jeux à cause de publicités incitatives». Étonnant venant d'un élu du peuple représentant en principe les catégories populaires, de savoir ce qui est bon pour le peuple mais surtout sans le consulter. Comme par définition toute publicité est « incitative », on imagine la

suite. Après les paris sportifs, toutes les publicités pour les jeux seront prohibables. Celles de la FDJ, du PMU, des opérateurs internet, des cercles parisiens, ainsi que les panneaux 4/4 sur les routes départementales qui « incitent » à venir jouer aux machines à sous dans les 200 casinos français. Dans ce domaine de la publicité comme dans d'autres, *la tentation liberticide* peut progressivement, discrètement, se transformer en *tentation néo-totalitaire*. L'enfer au départ est toujours pavé de bonnes intentions, politiques, sociales, sanitaires...

Isabelle FAULQUE PIERROTIN à d'autres soutiens dans son combat contre *cette pandémie ludique qui semble plus grave que le covid*. Le député communiste Pierre DHARREVILLE se fait épidémiologiste et craint « *une épidémie de paris* ». Méconnaissant ou ne respectant pas la culture ludique populaire pour les jeux de hasard, sachant lui aussi ce qui est bon pour les gens sans les consulter, il lance « une proposition de loi pour *réguler la publicité pour les paris sportifs* » (6) Il est vrai les communistes ont toujours été hypocrites avec les jeux d'argent. Les plus anciens lecteurs se souviennent de la phrase d'Alain BOCQUET, qui fut très longtemps député - 39 ans - (7) président du groupe communiste à l'assemblée nationale et maire de Saint-Amand-les-Eaux, bastion historique du groupe PARTOUCHE : « *Je suis contre les casinos sauf à Saint-Amand.* » Ce à quoi Isidore PARTOUCHE a répondu du tac au tac « *qu'il n'aimait pas les communistes sauf dans les villes où il avait des casinos* » Le père fondateur du groupe Partouche a désormais une place qui porte son nom dans cette cité thermale. (8)

Une politique thérapeutique ne constitue pas une politique des jeux.

Comme nous l'avons souvent écrit, le principe d'une usine à gaz c'est que sa construction n'est jamais terminée. La *doxa* du jeu pathologie maladie, certains addictologues, psychiatres, psychologues, thérapeutes, médecins, praticiens, associations, certains hommes politiques... proposeront toujours de nouvelles censures pour *limiter, restreindre, interdire...prohiber les jeux d'argent*. La tentation liberticide, comme toute tentation totalitaire, est sans fin. Certes *jusque-là tout va bien*. (voir la conclusion de notre précédent article (9) en annexe 3). Extraits :

- « *Jusque que là tout va bien* » pour la Française des jeux. Ses résultats 2022 sont bons même si quelques bémols inquiétants apparaissent. La FDJ en a bien conscience. Dans son communiqué (rubrique

« prospectives) elle souligne qu'intervenant « dans un environnement concurrentiel et en évolution rapide. Le Groupe n'est donc pas en mesure d'anticiper tous les risques, incertitudes ou autres facteurs susceptibles d'affecter son activité, leur impact potentiel sur son activité ou encore dans quelle mesure la matérialisation d'un risque ou d'une combinaison de risques pourrait avoir des résultats significativement différents de ceux mentionnés dans toute information prospective ».

- Mais qu'en sera-t-il quand la kyrielle des mesures liberticides imposées par l'ANJ commenceront à faire leurs effets ? Certes en tant que Fait social les jeux d'argent ont une grande résilience. Certes, comme l'a précisé S. PALLEZ , la FDJ est « peu sensible aux cycles économiques »notamment à cause de la constance des joueurs. Mais, comme la tectonique des plaques, la sociologie et la socio-économie des jeux évoluent. *Quand on croit que rien ne se passe , ça bouge en dessous.* C'est la première fois pour la période contemporaine, que les jeux de hasard sont attaqués dans leurs fondements sociologiques (socialisation ludique primaire, sondage ANJ/ UNAF, transmission ludique intergénérationnelle...). C'est la première fois qu'on censure avec une telle virulence la publicité pour ces jeux et qu'on attaque les bases ludiques et symboliques des jeux de hasard, notamment ceux de la FDJ. Personne ne peut savoir qu'elles seront les conséquences de cet autoritarisme, mais nous pouvons douter qu'elles soient positives.

- Isabelle FALQUE PIERROTIN pour justifier ces mesures autocratiques (oukases contre les publicités, campagnes contre les paris sportifs notamment) parle de « responsabilité », de jeu « responsable » Mais la présidente de l'ANJ devrait s'interroger pour savoir si le *think responsibly* (pensez et agir de manière responsable) ne concerne pas également le régulateur, dans la mesure où toutes ces décisions influent désormais fortement sur la politique des jeux de notre pays, sur le « marché » et le « champ » ludique dans sa perspective économique, sociologique, socio-anthropologique. Si l'ANJ en connivence avec la doxa du jeu pathologie maladie et certaines associations font mettre un genou à terre au secteur des jeux, assurément elle en sera responsable.

- Isabelle FAULQUE PIERROTIN est prise dans une escalade liberticide qui n'aura pas de fin, si elle continue à suivre l'idéologie sanitaire de la doxa du jeu pathologie maladie. *Une politique*

thérapeutique ne constitue pas une politique des jeux. La présidente de l'ANJ devrait relire Jean BAUDRILLARD qui en 1970 dénonçait déjà « l'idéologie d'une société qui prend continuellement soin de vous, qui vous soigne comme malade virtuel pour que partout chez les professionnels, dans les gazettes et chez les moralistes analystes, se tienne ce discours thérapeutique » (La société de consommation, ses mythes, ses structures)

- Dernièrement l'ANJ a censuré la stratégie commerciale 2023 de la FDJ de manière surréaliste. Elle a accusé l'opérateur historique - alors que c'est sa raison d'être - d'avoir une « stratégie offensive de promotion de loteries, destinée à recruter un nombre élevé de nouveaux joueurs et à faire de la loterie un produit de consommation courante », en proposant de « bonnes affaires », en mettant des slogans accrocheurs (« pluie de millionnaires ») »

- Précédemment le jeu citoyen Mission Patrimoine a été « violenté » par le régulateur de la manière la plus absurde. Dans son collège du 19 mai 2022, l'ANJ censure deux messages « que la FDJ ne pourra plus mentionner sur les tickets de grattage et dans la communication commerciale qui accompagne ce jeu. »

- Dernièrement l'ANJ en a rajouté une couche, en accusant l'opérateur historique « d'avoir une stratégie promotionnelle axée sur la contribution sociétale du groupe, ce qui comporte le risque d'encourager la pratique des jeux d'argent en installant un lien direct entre la consommation de ses jeux et une cause d'intérêt général, de nature à banaliser ou généraliser la pratique du jeu ».

- Le machiavélisme liberticide à l'œuvre rue Leblanc - siège de l'ANJ dans le 15^e à Paris - se dévoile dans toute son absurdité. Tous les éléments qui caractérisent tel ou tel jeu de la FDJ, tout ce que fait la FDJ, toute sa communication, toute sa RSE est systématiquement retourné, dans un procès à charge qui relève d'une forme de délire intellectuel très inquiétant. Trompée, aveuglée ou séduite par la doxa du jeu pathologie maladie, Isabelle FAULQUE PIERROTIN tombe dans les « dérives d'un principe de précaution », dénoncé depuis longtemps par certains, en remplaçant « le totalitarisme de la morale » - *tu ne joueras point* - par un « totalitarisme de santé publique ». Comme l'affirme La lettre A - *le quotidien de l'influence et des pouvoirs* - Isabelle FAULQUE PIERROTIN et sa « garde rapprochée »

cherchent « à affirmer ses pouvoirs et à muscler la mission de l'ANJ ». Mais l'ex Présidente de la CNIL devra aussi faire preuve de concorde, si elle ne veut pas que la guerre qu'elle a déclenchée contre les jeux d'argent, ne se transforme en une bérézina destructrice pour l'économie ludique nationale. Elle pourrait s'inspirer « des hommes de la renaissance, qui avaient parfaitement compris l'importance du jeu dans le comportement humain et la manière raisonnable de s'en accommoder » (G.DESOTILS et JC GUILBERT : « Le grand livre des loteries : histoire des jeux de hasard et France » L'Archipel, 1993,157 pages, citation pages 18,20)

Le « village des addictions » est devenu une véritable mégapole qui sent bon l'Amérique, le DSM, l'APA...

Tant que l'industrie des jeux est en croissance, l'Anj, les addictologues, les associations... peuvent faire joujou sans limite avec l'addiction au jeu ; multiplier sans vergogne mesures autoritaires, diktats ; instrumentaliser les statistiques et sondages qu'ils produisent et financent (on n'est jamais aussi bien servi que par soi-même). Ils peuvent provoquer jusqu'à l'overdose des initiatives(colloques, appels d'offres, expertises, thèses...) sur le jeu qu'ils qualifient de « pathologique ». Ci-dessous (***) quelques exemples de ces initiatives. Une liste interminable qui ressemble à une ordonnance et montre que le « village des addictions » - Addict Aid - construit par feu l'addictologue Michel REYNAUD, est devenu en quelques années une véritable mégapole qui sent bon l'Amérique, le DSM (IO) , l'APA (11) (Pour comprendre comment « la grille conceptuelle de la pathologie maladie appliquée au jeu n'est pas valide sur le plan scientifique et relève d'une idéologie de la médicalisation » (Suissa 2005), pourquoi » la médicalisation du jeu relève d'un construit social « (BLUM 1985) et est la conséquence « de motivations sociales et politiques » (ROSECRANCE 1985). Plus largement, pour comprendre comment le jeu est devenu un problème de santé publique à partir de son introduction par l' American Psychiatric Association(APA) en 1980 dans le DSM américain - (ce manuel diagnostique des troubles mentaux croyant « délimiter le normal du pathologique ne cesse d'élargir les catégories de la maladie mentale »(CORGOS, 2011)... pour élargir son business) le lecteur consultera : A. Jacob SUISSA : le jeu compulsif vérités et mensonges (Fides Québec

, 2005) ; Maurice CORGOS : *l'homme selon le DSM : le nouvel ordre psychiatrique* (Albin Michel , 2011)

(***)

- Le Réseau National pour la Prévention et le Soins du Jeu Pathologique » organise le 5 juin 2023 un colloque national sur les jeux de hasard (*Journées Scientifiques de Nantes Université, Institut fédératif des addictions comportementales ; Service Universitaire d'Addictologie et de Psychiatrie, « Psychiatrie et Santé mentale », CHU de Nantes*)

- 29/12/2022 : « anj Coupe du monde 2022 : 615 millions d'euros ont été misés en ligne pendant la compétition. Addictions France dénonce les « techniques marketing contestables » des entreprises de paris sportifs Fédération Addiction réitéré ses propositions pour mieux encadrer la publicité des opérateurs ».

- Rencontres de l'IFAC : « Jeu d'argent pathologique : le joueur et la loi » - 17 novembre 2022

- « Paris sportifs : comment enrayer la spirale de l'addiction ? » décembre 2022

- « Caractérisation des capacités de cognition sociale dans les addictions comportementales via le prisme des troubles liés à la pratique des jeux de hasard » décembre 2022

- « Le caractère addictif des paris sportifs » = *Santé ensemble, décembre 2022* = numéro de la lettre d'information de la santé publique en Île-de-France

- « Les jeux de hasard : exploration du rôle des motivations à jouer, de l'attachement et des conduites addictives chez les adolescentes et les jeunes femmes »

- Les pictogrammes : un moyen simple pour mieux identifier les caractéristiques addictives des jeux d'argent. L'étude PictoGRRed est réalisée en collaboration avec des experts du Réseau National pour la Prévention et le Soins du Jeu Pathologique

Les mesures liberticides prise par l'ANJ contre les publicités pour les jeux d'argent : tout ce qui n'est pas interdit est autorisé : c'est à dire pas grand-chose

En premier lieu, sous l'égide de l'ARCOM (ex CSA), les deux chartes déjà existantes applicables à la télévision et à la radio ont été révisées. Elles reprennent la recommandation

de l'ANJ consistant à « *limiter de 4 à 3 les publicités pour les jeux d'argent par écran publicitaire* ». La charte relative à l'affichage oblige désormais les professionnels du secteur :

- à exclure la communication publicitaire en faveur des jeux d'argent à proximité immédiate des établissements scolaires et des structures de soin en addictologie, comme s'il y en avait une à chaque coin de rue ! On frôle le ridicule. A moins que la doxa du jeu pathologie ait si peu confiance en ses multiples thérapies pour soigner les « malades » du jeu, qu'elle craigne qu'un joueur qui sort « guéri » du cabinet d'un addictologue, se remettre à flamber à la seule vue d'une publicité pour le Loto.
- à limiter la pression publicitaire visuelle événementielle pour les jeux dans les gares, stations de métro.
- à mettre à la disposition de l'ANJ des espaces pour déployer des campagnes d'affichage pour prévenir le jeu excessif

La charte pour une publicité digitale responsable, contraint également les opérateurs de jeux d'argent ainsi que les professionnels de la publicité membres de l'Alliance digitale, à mieux maîtriser les communications commerciales des opérateurs publiées sur les réseaux sociaux, plateformes, applications mobiles, sites internet, ainsi que celles des influenceurs et ambassadeurs. L'ANJ précise soulignant sans s'en rendre compte le caractère très liberticide de la mesure : « *C'est un accord sectoriel d'envergure, signé par l'ensemble des opérateurs de jeux d'argent, qui constitue une initiative inédite en matière de la publicité digitale* ».

Les opérateurs s'engagent en outre :

- à protéger les mineurs des publicités sur les jeux d'argent
- à ne pas exercer de pression publicitaire pour les jeux de hasard sur les publics vulnérables, en particulier jeunes et joueurs excessifs.

La mise en œuvre de ces quatre chartes fera l'objet d'un suivi annuel précise l'ANJ.

Ouf ! Quel beau programme. *Liberté j'écris ton nom.* Chacun peut le constater il ne s'agit pas simplement de recommander mais :

- de restreindre les publicités pour les jeux sur deux supports majeurs d'information : télévision, radio
- d'interdire la pub pour le gambling à proximité des établissements scolaires et - il fallait y penser - à proximité « des structures de soin en addictologie »
- de « limiter la pression publicitaire dans les gares et stations de métro, espaces publics fréquentés quotidiennement par des millions de personnes
- d'obliger l'écosystème de la publicité à mettre à la disposition de l'ANJ des panneaux d'affichage pour prévenir les risques de jeu excessif... Ce qui permettra de faire de la publicité pour la doxa du jeu pathologie qui exploite le business du jeu compulsif mais a parfois du mal à trouver des clients...pardon des patients. L'ANJ ne précise pas si ces campagnes de prévention offertes (gratuitement ?) par l'écosystème de la publicité, pourront s'effectuer elles « à proximité immédiate des écoles » A quand des panneaux 4/4 devant les maternelles de nos bambins avec la mention « JOUER TUE », comme celle figurant sur les paquets de cigarette : « FUMER TUE »

Pour le tabac, l'alcool et désormais les jeux d'argent, il faut interdire, limiter, patcher, sevrer, désintensifier la publicité ; pour les opiacés à l'inverse curieusement, il faut dépénaliser, fournir subutex, méthadone et autres produits de substitution, matos pour se l'injecter, salle de shoot , salle de crack

Opiacés, tabac, alcool, jeux d'argent, jeux vidéo... la liaison « s'impose » depuis de nombreuses années à cause de la doxa des addictologues qui en inventant le concept *d'addiction sans substance* a construit un marché juteux pour médicaliser toutes les consommations, passions, émotions contemporaines. Nous en dirons juste quelques mots, nous serons donc forcément réducteurs. Constatons au départ que les addictologues (*qui ont forcés la main aux politiques depuis plus de 40 ans en matière de politique des drogues douces, dures : shit héroïne, cocaïne...*) - ne prônent pas les mêmes remèdes et n'ont pas

les mêmes discours pour traiter ces différentes consommations. Pour le tabac, l'alcool et désormais les jeux d'argent, il faut interdire, limiter, patcher, sevrer, désintensifier la publicité pour les jeux, augmenter en permanence de manière indécente le prix du tabac (ce qui pénalise les catégories populaires) faire des journées sans tabac... mais on n'a jamais vu des journées, sans shit, sans cocaïne... Pour les opiacés à l'inverse curieusement, il faut dépénaliser, fournir subutex, méthadone et autres produits de substitution, matos pour se l'injecter, salle de shoot, salle de crack - le tout payer par les contribuables - pour que les junkies se cament proprement et ne tombent pas malade. Cette manière qu'ont certains addictologues, structures médicales et associatives, de préserver leur clientèle, n'a pas empêché en France le nombre d'overdoses de repartir à la hausse depuis quelques années. Aux ETUN, c'est la première cause de mortalité. (Confer annexe 4 l'article : « États-Unis : les médicaments opioïdes, première cause de mortalité : Les overdoses de médicaments dérivés de l'opium ont fait plus de morts que les armes à feu à feu » (12))

Le chercheur Saint Germain(13) a souligné dès 2005 « l'émergence d'un junkie d'ordre nouveau, un junkie propre qui peut être dépendant toute sa vie évitant ainsi de déranger l'ordre social »(14) L'industrie pharmaceutique se frotte les mains et engrange les profits. Elle a même inventé un médicament (la naxolone) pour éviter que la victime d'une overdose ne passe l'arme à gauche. Confer en annexe 5, la présentation (qui fait froid dans le dos) de ce médicament par le Ministère de la santé et de la prévention qui précise : « la naloxone existe sous forme prête à l'emploi par tous, disponible en pharmacie, sans prescription médicale et gratuitement à l'hôpital, dans les structures d'addictologies. Il permet à chacun témoin d'une overdose, d'agir dans l'attente des secours ».

Cette société là nous n'en voulons pas !

Désormais, difficile de faire le distinguo entre marché illégal de la drogue géré par les mafias, et marché légal des médicaments/drogues/produits de substitution diffusés dans les pharmacies et structures spécialisées. Tout cela s'interpénètre, favorise trafics, détournements (médicaments, ordonnances...) mélanges de produits, coupage... Le ministère de la santé, les addictologues ont créé un marché illégal de diffusion de drogues légales (médicaments, produits substitutions).

Énorme scandale rarement dénoncé. Espérons qu'un jour, cette doxa en connivence avec les structures et associations responsables de cette situation surréaliste, aura des comptes à rendre aux familles des victimes de cette politique aventureuse. Signalons au passage, que l'existence de ce marché légal de la drogue (*financé par les contribuables sans qu'ils n'aient jamais donné leur assentiment à cette politique nauséabonde, couteuse, qui en plus n'est pas partagée par tous les professionnels de la santé depuis longtemps : Salles de shoot : la ferme opposition des médecins, destination santé, 6/2/2013) Drogues dures : «Les Académies de médecine et de pharmacie s'opposent aux salles de shoot !» 17/6/2022, Luc Lenoir, Le Figaro*) n'a pas empêché le marché mafieux de la dope de continuer à proliférer. C'était pourtant l'argument massue de certains addictologues et professionnels de la santé (en France, en Suisse et dans d'autres pays...) pour justifier leur politique laxiste et complaisante (salle de shoot, produits de substitution diffusées gratuitement, accompagnement sanitaire, matos, seringue à usage unique, coton,...) Un tel fiasco en matière de sante publique sur les opiacés, devrait interroger nos responsables sur la politique menée en matière de drogue depuis années, sous la domination de la doxa de certains addictologues spécialisés sur cette question. Cette société là nous n'en voulons pas pourraient protester certains.

En matière de jeux d'argent, la doxa du jeu pathologie maladie et celle des addictologues qui exploitent le *business des addictions sans substance* est à la manœuvre. Elle veut faire comme pour le tabac, l'alcool...Chacun se souvient que les professionnels du vin et des spiritueux, ont réussi à s'opposer un peu à cette « *dictature hygiéniste* », avec la phrase de prévention positive qui responsabilise les français, chaque fois qu'ils lèvent le coude . « *Alcool : à consommer avec modération.* » Loin de satisfaire certains professionnels de la santé, ce slogan apparaît pourtant comme un arbitrage acceptable, raisonnable. Il aurait pu être conjugué pour le jeu, afin de pacifier le débat public sur ce produit passion, ce produit plaisir, parfois néfaste pour son portemonnaie quand on joue au-dessus de ses moyens mais parfois bon pour le moral et ses finances quand on gagne.

Les professionnels du tabac ont eu plus de mal à lutter. Leur lobbying n'a pas empêché l'inflation exorbitante du prix du tabac, qui pénalise fortement certaines catégories sociales, tout en faisant exploser le *marché illégal des clopes*, avec son cortège de ventes sous le manteau, de cigarettes contrefaites, de

règlements de compte, de délinquance. Il n'a pu s'opposer à l'imposition des *paquets de l'horreur* » - nommés mensongèrement paquets « neutres » par la doxa des addictologues - illustrés d'images mortifères, médicales, pornographiques et du slogan FUMER TUE. Ces horribles paquets - *pas neutres du tout* - polluent visuellement nos civettes, imposent des images vulgaires et provocatrices aux fumeurs, mais aussi aux non-fumeurs et aux enfants dès leur plus jeune âge. Cette société là nous n'en voulons pas pourraient la aussi protester certains. Mais qui demandent l'avis des Français sur ce sujet comme sur de nombreux autres mineurs ou majeurs mais qui sont tous très importants ? (voitures électriques, publicité propagande quotidienne pour les voitures électriques, accélération du nucléaire, privatisation des barrages hydrauliques mais nationalisation totale d'EDF, péages autoroutiers, prix du timbre-poste, taux du livret A, ampoules électriques écolo imposées par l'UE à des prix exorbitants, wokisme imposé en catimini sur de multiples sujets sociétaux, notamment depuis deux ans dans les publicités etc... cette liste « jaune » (référence aux Gilets Jaunes) est bien plus importante que ces quelques exemples.

Arrogance élitiste parisienne envers des millions de Français, qui fument, boivent, roulent au diesel, jouent à la FDJ, au PMU, aux machines à sous, aux paris sportifs, au poker et peut-être même à la pétanque !

Ces mesures « extrêmes » - pour ne pas dire « extrémistes » - de santé publique concernant le tabac, punissent en premier chef les classes moyennes, les catégories populaires et tous ceux qui n'arrivent pas à joindre les deux bouts. Les politiques sanitaires et hygiénistes se transforment en politique sociale sanctionnant les plus « pauvres ». Mais cela va encore plus loin. Sociologiquement tout est lié, tout se cumule, tout fait sens. Chacun se souvient de la phrase assassine de Sébastien GRIVEAUX sur « les gars qui fument des clopes et roulent au diesel » (15) (*) « Ce mépris sidérant », cette arrogance élitiste du Secrétaire d'État auprès du 1^o Ministre, contre ces millions de Français qui fument, boivent, roulent au diesel... et pour un grand nombre d'entre-eux jouent à la FDJ, au PMU, aux machines à sous, au poker et peut être même à la pétanque(16), un sport loisir populaire où l'on retrouve beaucoup de turfistes, de parieurs sportifs, de joueurs de Loto...La haine sociale sous-jacente, le racisme de classe, l'ethnocentrisme de la phrase de M. GRIVAULT a fait ressurgir d'autres propos du même tonneau. Par exemple ceux de François HOLLANDE sur «

les sans dents » (**) (17) rapportés par l'ex 1° Dame de France - Valérie Trierweiler - dans son ouvrage *Merci pour ce moment* (18). Cet ostracisme de la France d'en haut, souligne un mépris culturel inquiétant d'une partie de notre classe dirigeante pour le peuple Français, qui n'est sans doute pas étranger au mouvement des Gilets Jaunes et au climat social actuel où la France d'en bas se mobilise et montre la violence de sa colère, pas seulement en tapant sur des casseroles.

- (*) Confer en Annexe 6 l'article de Paul SUGY : « Le mépris sidérant de Griveaux pour les «gars qui fument des clopes et roulent au diesel» (le figaro 29/10/2018)
- (**) Confer en Annexe 7 l'article d'Ivan VALERIO : « Les «sans-dents», l'expression de François Hollande qui choque le monde politique » (le figaro, 4/9/2014)

Les médias ont repris pro domo les décisions du régulateur concernant les mesures contre la publicité pour les jeux d'argent, certains ont même fait dans la surenchère alarmiste : « Paris sportifs : un fléau qui ruine des vies et plonge les jeunes dans l'addiction » ; « Paris sportifs l'overdose du « marketing de la misère »

Ces mesures liberticides contre la publicité pour les jeux de hasard, qui remettent en cause la liberté des opérateurs de promouvoir - normalement, logiquement - les jeux d'argent (notamment les paris sportifs) ont été copieusement relayées par la presse, souvent avec complaisance. (confer annexe 8 : 8 articles consacrés aux 4 chartes liberticides qu'a fait signé l'ANJ aux opérateurs) Curieusement en effet - est-ce l'effet abonnement AFP ? - la quasi-totalité des médias ont repris pro domo, sans analyse, sans regard critique, les décisions du régulateur et les propos d'Isabelle FAULQUE PIERROTIN. A notre connaissance pas un mot, pas une remarque pour interroger ces mesures autocratiques.

- JEUX D'ARGENT : 4 CHARTES D'ENGAGEMENT POUR UNE PUB RESPONSABLE EN TV, RADIO, AFFICHAGE ET NUMÉRIQUE. (7 NOVEMBRE 2022 , Thierry Wojciak, cb news) confer annexe 8 /1

- La France signe 4 accords pour limiter la publicité des jeux (jamma.it, 8/II/2022). +photo confer annexe 8 /2

- Mondial 2022 : jeux d'argent et médias s'engagent pour une publicité «responsable» (le figaro AFP 8/II/2022) confer annexe 8/3

- Jeux : « une charte pour une publicité digitale responsable » (le monde du tabac 9/II/2022) confer annexe 8 /4

- JEUX D'ARGENT : LE BUREAU DE LA RADIO APPELLE À UNE RÉVISION DE L'ARRÊTÉ SUR LA DURÉE D'UNE MENTION LÉGALE DANS LES PUBLICITÉS (9 NOVEMBRE 2022 , Thierry Wojciak, cb news.fr) confer annexe 8 /5

- L'Autorité nationale des jeux fait signer 4 chartes sur la publicité des opérateurs avant la Coupe du Monde au Qatar(sbb sportbuzzbusiness.fr. ; 15/II/2022 , ari harchwell) confer annexe 8 /6

- interview bfm business d'isabelle faulque pierrotin L'ANJ veut modérer l'action publicitaire des opérateurs de jeux d'argent = "On veut que la publicité qui accompagne et met en musique ces paris soit responsable" - Isabelle Falque-Pierrotin, Présidente de l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ). (bfm business 22/II/2022) confer annexe 8 /7

- Paris sportifs et publicité : le secteur sommé de se modérer =A l'occasion de la Coupe du monde de football au Qatar, le régulateur des jeux incite à la responsabilisation des opérateurs de paris sportifs, qui ont pris des engagements, notamment pour protéger les mineurs. (le monde, jules thomas,22/II/2022) confer annexe 8 /8

Retour des vieilles antiennes prohibitionnistes néo-marxistes et médicales : A les écouter les jeux d'argent seraient soit un opium du peuple , soit un opium tout court

Bien au contraire. Certains organes de presse ont fait dans la surenchère alarmiste : « paris sportifs : un fléau qui ruine des vies et plonge les jeunes dans l'addiction » (19) confer annexe 9. Il faut dire que certains journaux avaient préparé le terrain. En juin 2021 Le Monde, à l'occasion de l'Euro de football, parlait de « l'overdose du « marketing de la misère » (20) à propos des publicités pour

les paris sportifs. (confer annexe IO) Certes, chacun sait que le quotidien de la rue des Italiens, a abandonné depuis longtemps l'objectivité qui caractérisait le journal fondé par Hubert BEUVE MERY(1902-1989), au profit de dérives idéologiques, partisans, sur de nombreux sujets politiques, économiques, sociétaux, qui disent aux Français ce « qu'il doivent penser

Ironie de l'histoire, certains observateurs, journalistes, hommes politiques (notamment à la gauche de l'échiquier mais aussi à droite) aveuglés par leur idéologie, dupés par la doxa du jeu pathologie maladie ou par paresse intellectuelle..., ne font que reprendre les vieilles antiennes qui ont longtemps justifié la prohibition des jeux de hasard (l'histoire des loteries et des jeux d'argent est l'histoire d'une longue prohibition confer le livre de G.DESCOTILS et JC GUILBERT qui raconte cette prohibition: « Le grand livre des loteries : histoire des jeux de hasard et France » L'Archipel, 1993,157 pages). Aux antipodes de la vie sociale et ludique de millions de français joueurs, ils ânonnent un discours suranné, néomarxiste, médical, moralisateur sur les jeux de hasard. A les écouter les jeux d'argent seraient soit un opium du peuple , soit un opium tout court , une drogue, une pathologie, une maladie.

En février 2022, les médias avaient déjà relayé sans critique, sans remarque, sans interrogation , le plan d'action de l'ANJ pour encadrer la publicité et protéger les mineurs

- « Jeux d'argent : un plan d'action mis en place pour encadrer la publicité et protéger les mineurs. = L'Autorité nationale des jeux (ANJ) a dévoilé un plan pour diminuer l'influence des jeux d'argent. Les publicités pour les paris sportifs doivent notamment être encadrées ». (France info , AFP 23/2/2022

- « Jeux d'argent : un plan d'action pour encadrer la publicité et protéger les mineurs » (l'union, 23 /2/2022)

- Paris sportifs et jeux d'argent : un plan d'action pour encadrer la publicité et protéger les mineurs = L'Autorité nationale des jeux (ANJ) veut encadrer les pratiques publicitaires par des "lignes directrices" et des "recommandations". (23/02/2022 la dépêche)

- « L'ANJ présente ses recommandations en matière de publicité pour les jeux d'argent » (24/02/2022 jeu légal France)

L' Autorité national des jeux veut supprimer la petite part de rêve et les symboliques qui vont avec (améliorer l'ordinaire, changer de vie , changer de condition social...) que 30 millions de français de toutes origines cherchent - et parfois trouvent - dans les jeux d'argent

Malgré les formules *techno* lénifiantes, doucereuses utilisées par la Présidente de l'ANJ, ces mesures contre les publicités pour les jeux apparaissent autoritaires, dogmatiques. Elles piétinent les libertés les plus élémentaires en matière de publicité. La *tentation liberticide* de l'ANJ, que nous dénonçons depuis longtemps (21), se confirme, s'accroît. *Exclure, interdire, limiter, censurer...* apparaissent avec récurrence dans les *oukases* imposées par l'*Autorité Nationale de la Rue Leblanc*.

Quel beau programme pour faire rêver les français après les Gilets jaunes, le covid, les manifs sur les retraites et désormais l'inflation, la guerre en Ukraine... On voudrait supprimer la *petite part de rêve, de bonheur* que - volontairement - des millions de français, de français d'origines étrangères , d'étrangers *cherchent - et parfois trouvent -* dans les jeux d'argent, qu'on se s'y prendrait pas autrement. Quand on regarde le détail de ces mesures (voir ci-dessous) il faut se pincer pour y croire. Et nous n'en sommes sans doute qu'au début. Isabelle FAULQUE PIERROTIN a profité des très bons résultats de la coupe du monde en matière ce paris sportifs, pour annoncer qu'elle « *réfléchissait à de nouvelles mesures autoritaires à proposer aux pouvoirs publics pour restreindre encore plus les publicités pour les jeux* ». (22)

Le détail des mesures liberticides prises par l'ANJ sur les publicités pour les jeux d'argent : tout ce qui n'est pas autorisé est interdit , c'est à dire beaucoup de choses

Les mesures annoncées en novembre 2022, quand l'ANJ a fait signé les 4 chartes « *aux opérateurs de jeux d'argent et l'écosystème de la publicité* », ne font que reprendre le plan d'action mis en place pour encadrer la publicité (notamment des paris sportifs) et protéger les mineurs, que la régulateur avait dévoilé en Février 2022 . Le détail

de ces mesures souligne leur coté brutal, autoritaire, systémique, kafkaïen, machiavélique. Ce qui est remise en cause en réalité :

- C'est le principe même de faire connaître les jeux de hasard
- C'est la liberté des opérateurs de promouvoir les jeux qu'ils commercialisent, dans la logique des différentes symboliques et finalités qui les caractérisent
- C'est la liberté créatrice des publicitaires de mettre en image, en musique, en slogan... de manière très gentille et souvent drôle cette promotion
- C'est la liberté des consommateurs, des joueurs, de regarder ces publicités s'ils le souhaitent
- C'est la liberté des médias et des multiples supports de diffuser ces publicités et donc d'exploiter ce business qui contribue à leur chiffre d'affaire

Tout un écosystème économique est attaqué, déstabilisé par l'ANJ, pas seulement les opérateurs de jeux. Les dégâts collatéraux seront nombreux. Outre que c'est déjà très compliqué, cela peut vite devenir ingérable pour les *opérateurs et l'écosystème de la publicité*. Comme l'ont bien compris les radios qui ont refusé de signer ces chartes liberticides qui nous invitent de plus en plus à nous demander : dans quel système économique vivons-nous ? De fait la publicité logique, normale pour les jeux d'argent est peu ou prou interdite, censurée. On croit rêver. C'est la porte ouverte tout. Comme la sémantique utilisée par l'ANJ autorise la plus grande subjectivité, comme la publicité pour ces jeux sera sujette à interprétation, le régulateur pourra censurer comme il le souhaite les publicités des opérateurs qui - de son point de vue - transgressent ses recommandations. Comme il l'a fait quand il a censuré la publicité WINAMAX : « Tout pour la daronne » (*). Quand on se remémore le long procès inquisiteur de plusieurs pages du fonctionnaire de l'ANJ - *missionné et certainement débriefé préalablement (c'est pas possible autrement) pour tenter de justifier laborieusement de manière surréaliste, ubuesque et totalement subjective, la censure de la publicité de Winamax (tout pour la daronne) dans une approche pointilleuse, totale pour ne pas dire totalitaire* - on imagine le pire pour les futurs censures de l'ANJ qui concerneront les publicités pour les jeux d'argent.

(*) On se souvient que l'ANJ avait interdit la publicité Winamax, (en France en 2023 on croit rêver) considérant que dans cette FICTION publicitaire, l'ascenseur (emportant après

une ascension vertigineuse une maman qui ne roulait pas sur l'or dans un avion - champagne, petits fours, classe affaire, maman relookée, coiffeur...- vers une destination paradisiaque, payée par son gentil fils parieur sportif qui venait de gagner) était assimilé par le régulateur à un ascenseur social. Pour conclure ce procès en sorcellerie, le fonctionnaire zélé de l'ANJ, visiblement choqué, avait poussé le bouchon de son ethnocentrisme social en précisant que la daronne : « souriait d'aise ». Crime de lèse-majesté pour l'ANJ , d'imaginer que les « pauvres », les gens d'origine populaire, notamment mais pas seulement ceux qui habitent dans les banlieues, peuvent grâce aux jeux d'argent devenir riche, partager leur pactole avec leur famille entourage, changer de vie, de condition sociale, vivre comme des riches en buvant du champagne, en prenant des avions en 1^o classe, en se rendant dans des destinations paradisiaques... et en plus s'en réjouir.

- « Tout pour la daronne » : Winamax contraint de retirer sa publicité : L'Autorité nationale des jeux estime que la publicité contrevient aux règles, car elle « véhicule le message selon lequel les paris sportifs peuvent contribuer à la réussite sociale » (le parisien 17/3/2022).
- Censure de la publicité WINAMAX : une dérive liberticide de l'ANJ (Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, sociologue, les casinos.org 26/3/2022)
- Pourquoi Winamax a été contraint de retirer sa publicité avec la « daronne » (Alban Traquet, L'équipe, 18 mars 202)
- Pourquoi Winamax a été sanctionné et contraint de retirer sa publicité « Tout pour la daronne » (Ouest France 22/3/2022)

Chacun pourra en juger à la lecture de ces mesures. L'ANJ précise :

- la publicité pour les jeux d'argent est « interdite » quand "elle incite à une pratique de jeu « excessive", la "banalise" ou la "valorise"
- cela proscriit les "scènes d'excitation ou d'émotion d'une intensité disproportionnée" ou qui assimilent le jeu à un "exploit"
- la publicité pour les jeux de hasard ne peut "suggérer que jouer contribue à la réussite sociale"
- dans leurs publicité les opérateurs ne peuvent associé le jeu à la "réussite financière", au "succès sentimental ou sexuel", "à l'admiration des tiers"

- dans les publicités pour les jeux de hasard et d'argent : les "signes extérieurs de richesse", les "produits de luxe" tels que "voitures de sport, villas de rêve", "voyage en jet privé ou yacht", seront proscrits ».

Certes pour l'instant il ne s'agit que de conseils, de recommandations. Mais quand Isabelle FAULQUE PIERROTIN a dévoilé ce plan, elle s'est fait beaucoup plus menaçante. : « les "lignes directrices" qui interprètent le décret du 4 novembre 2020 sur les communications commerciales liées au jeu, sont "des outils de droit souples" adaptés à un "environnement numérique très éclaté". "Nous aurons un comité de suivi. Si cela ne marche pas, nous aurons toujours la réponse législative et réglementaire : mais ce serait dommage pour les opérateurs eux-mêmes"

Au final si les opérateurs de jeux d'argent et l'écosystème de la publicité ont signés ces chartes (*) mais il y a eu des contestations :

(*) (Chaque secteur a sa charte et des poids lourds parmi les signataires: l'affichage extérieur (JC Decaux...) la télévision, (France TV, TF1, M6 ou encore beIn) la radio (Radio France, Lagardère (propriétaire d'Europe 1) NRJ; Pour la publicité numérique tous les opérateurs de jeux d'argent agréés par l'ANJ) ont approuvé la «charte d'engagement pour une publicité digitale responsable», notamment la Française des Jeux, PMU, Winamax, BET Clic et Unibet....)

À contre-courant des signataires de la charte, le Syndicat des radios indépendantes (Sirti), qui représente 170 radios privées, et le groupement les Indés Radios, qui en rassemble 129 ont refusé la signature de la charte, appelant à «une remise à plat urgente du dispositif de mentions légales». Le «média radio, uniquement oral, ne peut pas être traité comme les autres médias sur lesquels un rapide défilement ou affichage de texte permet l'intégration des mentions légales», arguent les organismes dans un communiqué, jugeant ces mesures «discriminatoires pour la radio». Les mentions légales «représentent désormais quasiment la moitié» d'un spot radio, soit «10 secondes environ d'un spot qui en fait 20», précisent-ils, affirmant que «2/3 des auditeurs souhaitent une mention courte qui renvoie directement sur un site internet». (confer annexe 8 point 4 : Jeux : « une charte pour une publicité digitale responsable », le monde du tabac 9/II/2022)

Par ailleurs les radios membres du Bureau de la Radio (RTL, RTL2, Fun Radio, NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons, REMC, BFM Business, Europe 1, RFM et Virgin Radio) ont annoncé « regretter » l'arrêté pris en juillet dernier par le ministère de la Santé « sans aucune concertation avec les radios », qui augmente de façon « excessive » la durée de la mention légale liée aux jeux d'argent devant être mentionnée

dans les messages publicitaires. « Cette décision unilatérale nuit non seulement au média, en détournant certains annonceurs, mais surtout à son objectif de santé publique. » (confer annexe 8 point 5)

Les multiples mesures prises par le gendarme des jeux risquent non seulement de pénaliser les opérateurs, de pourrir et de scléroser leur vie commerciale, leur dynamisme marketing mais sont également susceptibles de faire des dégâts collatéraux sur tout l'écosystème de la publicité.

Conclusion : le fameux « en même temps » appliqué au secteur des jeux d'argent dévoile son vrai visage autoritaire

*C'est donc bien l'avenir du secteur économique des jeux d'argent qui est posé. La présidente de l'ANJ n'a pas l'air de se rendre compte des conséquences de toutes ces mesures, des conséquences du cumul de toutes ces injonctions, outre le climat délétère qu'il installe dans le champ ludique. Elle fait comme si les multiples décisions prises par l'autorité qu'elle préside, n'auront aucune conséquence néfaste sur le bilan des opérateurs et sur le comportement des joueurs. En réalité, on voudrait détruire une économie qu'on ne s'y prendrait pas autrement. Mais nous ferons la part des choses. Au-delà d'Isabelle FAULQUE PIERROTIN - *grand serviteur de l'État aveuglée par le paradigme pathologique du joueur compulsif* - c'est le fameux « en même temps » appliqué au secteur des jeux d'argent qui dévoile ici ses limites, ses contradictions mais surtout son vrai visage autoritaire, son côté hors sol par rapport à la vie réelle de nos concitoyens, ici leurs comportements en matière de jeu, leurs pratiques ludiques relatives aux jeux de hasard.*

Comme le disait le grand sociologue du jeu Roger CAILLOIS, fondateur de la revue DIOGENE, les jeux d'argent donnent à voir sur notre société. Mais assurément ;

- la manière dont le(s) pouvoir(s) (responsables en charge de la question des jeux de hasard au sein de l'ANJ et dans différents ministères économie, santé, intérieur) gèrent la question des jeux de hasard en connivence et/ou en collusion intellectuelle objective avec la doxa du jeu pathologie maladie, certains addictologues installés depuis longtemps et pour longtemps au sein même du collège de l'ANJ, certaines associations moralisatrices ou anti jeu ;*
- la manière dont certains hommes politiques, députés, sénateurs prennent position (de manière réductrice et autoritaire) sur les jeux d'argent et les paris sportifs*

donnent également à voir sur notre société et le moment politique que nous traversons.

Roger Caillois dans sa théorie des jeux (les jeux et les hommes, Gallimard 1958) suggère l'idée que la vie moderne tout entière est fondée sur une tension entre le mérité (agôn ou l'émulation) et le hasard (alea). S'y rattacherait une sorte de défi téméraire, d'orgueil insolent (hubris) à l'égard des puissances qui ourdissent la trame des évènements. **L'attitude de la société vis à vis des jeux de hasard a toujours été de ce fait négative ou ambiguë** » (Hillel SCHWART, des jeux , des horloges et des hommes d'affaires, Diogène n°99, juillet septembre 1977, pages 67,68)

© JP MARTIGNONI (sociologue, centre max weber, équipe TIPO, MSH, université lumière Lyon II, Lyon, France, Mai 2023)

Prochaines publications : HARO SUR LES PARIS SPORTIFS (IV)A : retour sur la campagne provocatrice de l'ANJ contre les paris sportifs : « t'as vu ?, t'as perdu ! Dans cette contribution nous dirons aussi quelques mots sur deux autres entités qui ont également lancé des campagnes contre les jeux d'argent qui ne font pas dans la dentelle = HARO SUR LES PARIS SPORTIFS (IV)B : Quand l'information/prévention devient propagande : outre l'ANJ, Sante Publique France et le département de Seine Saint Denis ont mené des campagnes alarmistes contre les paris sportifs »

Mais nous n'en n'aurons pas fini avec l'ANJ. Le délire bureaucratique liberticide du régulateur a continué ces derniers mois, on peut même dire qu'il s'est accélère à la vitesse supersonique. Chacun pourra en juger :

- le 23/2/2023 : nouvelle injonction de l'ANJ qui fixe comme priorité majeure pour les opérateurs de réduire en 2023 la part des joueurs excessifs dans leur CA dans le cadre de la « Prévention du jeu excessif ou pathologique et du jeu des mineurs » (Plans d'actions « jeu

responsable » : un impératif de réduction de la part des joueurs excessifs, anj,23/2/2023)

- *le 24/2 = le collège de l'anj du 16/2/censure la stratégie promotionnelle 2023 de LA FRANÇAISE DES JEUX, du jamais vu. Si les stratégies des 18 autres opérateurs sont approuvées, elles sont assorties de conditions exigeantes pour « désintensifier » la pression publicitaire sur l'ensemble des canaux médiatiques, notamment les leviers numériques. (« Stratégies promotionnelles 2023 : des progrès mais un effort global supplémentaire est nécessaire », site de l'anj,24/2/2023, 3 pages)*
- *le 15/3 = l'ANJ publie la liste des sites ayant fait l'objet d'un ordre de blocage. Le régulateur qui n'a pas peur du ridicule publie une longue et fastidieuse Liste Noire (pas moins de 9 pages) des adresses des 532 URLs des casinos en ligne bloquées. (15/3/2023, à une du site de l'anj : encadré + photo couleur d'un joueur qui joue aux machines à sous (drums, fruits, bars... sur un casino en ligne illégal) Il propose même aux joueurs de lui signaler dans une sorte de délation les sites illégaux (Page contact de l'ANJ : signaler un site de jeu illégal »)*
- *le 23/3 : le collège de l'anj porte principalement sur la Lutte Contre la Fraude, le Lutte contre le Blanchiment de capitaux et de Financement du Terrorisme (LCF /LCB-FT)dans le secteur des jeux d'argent*
- *le 29/3 : déclaration des membres du GREF (association des régulateurs européens dont l'ANJ est Vice-Présidente) concernant les opérateurs illégaux (Anj, 29/3/2023, 2 pages)*
- *le 29/3 : L'Autorité publie un communiqué sur une nouvelle version de son analyse des risques de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme (LCF/LCB-FT) auxquels est exposé le secteur des jeux (communiqué, anj, Actualité, 29/03/2023) Plus un long document qui comporte pas moins de 66 points et 45 pages : « Analyse sectorielle des risques de blanchiment de capitaux et de financement du terrorisme en France (LCF/LCB-FT) » (anj, 29/3/2023, 66 points, 45 pages)*
- *le 5/4 : le régulateur rejette le plan d'actions 2023 du PMU concernant la « Lutte contre la fraude et contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme » (LCF/LCB-FT) Il publie en outre une litanie d'injonctions pour 2023 aux opérateurs, qui concerne la LCF/LCB-FT : ingénierie d'alerte, respect par le personnel des procédures, vigilance dans la relation d'affaires , organisation et moyens, formation*

professionnelle ; actions de contrôle interne, procédure de « déclaration d'urgence »....

- Le 19/04 : la commission des sanctions de l'ANJ s'est réunie pour la première fois le 30 mars 2023, Indépendante du collège de l'ANJ elle est composée de 6 membres nommés pour une durée de six ans : M. Frédéric DIEU (Président) et Mme Dorothee PRADINES ; Deux conseillers à la Cour de cassation : M. Fabrice DELBANO et Mme Véronique BOISSELET ; Deux magistrats de la Cour des comptes : M. Nicolas BRUNNER et Mme Maud CHOQUET. Elle a prononcé 7 avertissements et une sanction financière à des opérateurs pour dépassement du taux de retour joueur (TRJ) (*Actualité, à la une du site de l'anj , 19/04/2023*)
- Le 20/4 : le COLLÈGE de l'anj publie 77 DÉCISIONS RELATIVE AU PLAN D'ACTIONS DES OPERATEURS EN VUE DE PRÉVENIR LE JEU EXCESSIF OU PATHOLOGIQUE POUR L'ANNÉE 2023 (*20 AVRIL 2023 , anj , deux pages*)
- Le 27/4 : communiqué de l'ANJ à la une sur les plans d'actions 2023 des opérateurs sur la « Prévention du jeu excessif ou pathologique et du jeu des mineurs » présentés par les 203 casinos, les 7 clubs de jeux, les 235 hippodromes.... Les plans d'actions de 5 casinos et 1 club de jeux ont été rejetés. . En matière de protection des mineurs, il est demandé aux hippodromes de continuer à opérer une distinction claire entre espaces dédiés aux familles et ceux dédiés aux paris. Pour mettre en œuvre l'obligation d'identification des joueurs excessifs, l'ANJ publiera un guide pratique à l'attention des casinos (*encadré a la une du site de l'ANJ, actualité, 27/4/2023, Casinos et lutte contre le jeu excessif : des progrès nécessaires pour mieux protéger les joueurs ; illustré d'une photo. couleur avec des machines à sous*)

Ouf ! La coupe est pleine. N'en jetez plus. Ces documents représentent des dizaines, des centaines de pages, souvent redondantes , rédigées dans un jargon réglementaire-juridico-administratif, lourd, abscons, lui-même redondant, artificiellement complexe (*visiblement le choc de simplification, l'ANJ connaît pas*). Nous reviendrons dans différentes contributions sur ces décisions, après avoir digéré cette kyrielle de mesures liberticides souvent kafkaïennes, qui vont drastiquement compliquer la vie des opérateurs, celle des joueurs et mettre ces acteurs du champ ludique en *surveillance accrue*, tout en s'opposant à leurs intérêts (par exemple pour les joueurs en matière de taux de redistribution). Nous reviendront également sur une affaire plus ancienne (*le « loto de la biodiversité » pour contribuer à financer l'Office français de la biodiversité par un Loto dédié, initiative du député Renaissance Jean-Marc Zules en*

novembre 2022 et pilotée par Christophe Béchu, le ministre de la Transition écologique, sur le modèle loto du patrimoine créé en 2017 pour financer la Fondation du patrimoine, jeu citoyen qui connaît un grand succès) ou là aussi l'ANJ est intervenue de manière liberticide montrant son côté autoritaire.

Mais rassurons-nous, autoritaire ne signifie pas ipso facto totalitaire. Rien ne va plu les jeux ne sont pas faits. L'ANJ est une « jeune* » autorité qui peut encore s'améliorer, se bonifier, dans un esprit de concorde favorable aux joueurs, favorable à une Politique des Jeux Nationale, notamment si la représentation parlementaire (députés, sénateurs) redéfinit les règles du jeu. Car actuellement, tel que l'ANJ interprète , écrit, réécrit ces règles, la Politique des Jeux (ambitieuse et respectueuse des pratiques ludiques de nos concitoyens tout en protégeant mineurs, interdits de jeu, personnes très vulnérables mais là c'est déjà fait de multiples manières et depuis longtemps - interdit de jeu volontaire - il n'y a pas besoin d'en rajouter comme le fait l'ANJ depuis des mois) dont la France et ses territoire ont besoin, est forcément perdante.

**« Pourquoi voulez-vous qu'à soixante-sept ans je commence une carrière de dictateur ? » Charles de GAULLE (1890-1970), conférence de presse, 19 mai 1958, 1958, le retour de De Gaulle (1998), René Rémond.*

© Jean-Pierre martignoni, mai 2023, université lumière lyon II , centre max weber (cmw) équipe TIPO, MSH, lyon, France.

Notes =

(0) Étude arjel en ligne réalisée sur échantillon représentatif des joueurs possédant un compte joueur, tirage aléatoire, N= 395; question totalement ouverte (pourquoi jouez-vous à des jeux d'argent sur internet ? vous pouvez donner plusieurs réponses) Des regroupements pertinents dans les réponses ont ensuite été effectuées permettant de dégager 7 catégories de motivations qui regroupent 92 % des réponses : pourquoi jouez-vous à des jeux d'argent sur internet ? Première motivation = 1 = Facilité, simplicité , liberté : 31 % ; 2 = Gagner, gain, argent : 22,5% ; Plaisir : 13% ; 3 = Intérêt pour un jeu ou un sport 11,5 ; 4 = Amusement, distractions, loisirs : 9% ; 5 = Adrénaline, émotion , sensation 3% ; 6 = Passe-temps, occupation 2% ; 7 : autres motivations : 8 % (étude ARJEL, octobre 2012, JPMartignoni + équipes de l'ARJEL, analyse des question ouvertes du

questionnaire ARJEL , n=395, octobre 2012, 53 pages, citation extraite de la page 3)

1. « Signature de 4 chartes d'engagement pour promouvoir des communications commerciales responsables (communiqué de l'ANJ, 7/II/2022, 2 pages) (publié en annexe 1)

2. Jean-Pierre MARTIGNONI : *UNAF, ANJ : Police des familles joueuses ? = Une intrusion sociologique de l'UNAF et de l'ANJ dans la socialisation ludique primaire qui pose problème*(avril 2021, 45 pages, 51 notes, 12 annexes) (publié sur : lescasinos.org 7/4/2021 casino legal France 8/4/2021) Va-t-on bientôt imposer une amende de 135 euros à un papa joueur achetant un ticket de grattage à son fils ? Priver d'autorité parentale une maman qui utiliserait la pochette cadeau de la FDJ pour offrir des jeux à sa fille pour son anniversaire ? Mettre en examen un turfiste qui emmènera son fils sur un hippodrome pour voir le spectacle des courses ? Interroger les couples qui s'envoient des clins d'œil ludiques le jour de la Saint Valentin ? Demander des comptes aux familles qui partent en vacances avec leurs enfants mineurs et fréquentent chaque été les casinos dans les 200 stations thermales, balnéaires et climatiques ou ils sont autorisés ? Envoyer une assistante sociale chez les parents qui évoquent devant leur progéniture ce qu'ils feraient s'ils gagnaient le pactole à un jeu d'argent ? *IN MEDIAS RES** On peut s'interroger à la lecture du sondage commandé par l'ANJ (Autorité Nationale des Jeux) sur la socialisation ludique primaire et à celle des conseils que l'UNAF (Union nationale des associations familiales) se permet de donner aux parents en matière de jeux de hasard.(*) *sentence latine empruntée à Horace qui évoquait le style d'Homère capable dans un bref préambule d'emporter son auditoire au cœur de l'action*

3. Jean-Pierre MARTIGNONI : » *L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades* « (mars 2019, 4 pages, 6 notes, 1 annexe) «(publié sur lescasinos.org 29 mars 2019) Jean-Pierre MARTIGNONI «*Recherche joueurs addicts... désespérément* » (9 pages, 30 notes, mars 2020) (publié sur : casino legal France 23/3/2020) Jean-Pierre MARTIGNONI :*Addiction au jeu : réalité médicale ou pathologisation d'un Fait Social ?* : (25 pages, 2 annexes, janvier 2021) MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G, « *Le jeu excessif est-il une addiction ? Commentaire* », *Sciences sociales et santé*, 2022/2 (Vol. 40), p. 95-104. Juin 2022. DOI :

<https://www.cairn.info/revue-sciences-sociales-et-sante-2022-2-page-95.htm>

4. « Haro sur le projet d'interdiction de la pub pour les jeux de hasard Ce projet, porté par Vincent Van Quickenborne, ministre de la Justice, ne répond pas à des objectifs de santé publique, selon les opérateurs légaux de jeux de hasard, les clubs sportifs et les médias. Ils font part de leurs propres propositions pour lutter contre la dépendance des joueurs. (La libre Belgique 16/2/2023) Haro sur le projet d'interdiction de la pub pour les jeux de hasard = Un tel projet - porté par Vincent Van Quickenborne, ministre de la Justice, ne répond pas à des objectifs de santé publique, selon les opérateurs légaux de jeux de hasard, les clubs sportifs et les médias. Ils font part de leurs propres propositions pour lutter contre la dépendance des joueurs. » (16-02-2023 DH Les sports Belgique) Haro sur le projet d'interdiction de la pub pour les jeux de hasard (politique : Alexander De Croo, LN 24,16/2/2023, Belgique)

5. Georges-Louis Bouchez réagit au projet d'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard: "Cette vision puritaine n'a pas de sens" M. Bouchez est "totalement opposé" à l'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard. (09-05-2022 DH Les sports Belgique)

6. « Paris sportifs : comment enrayer la spirale de l'addiction ? Débat animé par Myriam Encaoua. Émission « Ça vous regarde », décembre 2022 avec le député communiste Pierre Dharréville, le journaliste Adrian Jaouen et la présidente de SOS Joueurs, Armelle Achour.

7. « Les adieux d'Alain Bocquet après 39 ans à l'Assemblée » (ici France bleu France 3, Odile senellart, 15/2/2017)

8. « Isidore Partouche s'est fait une place à Forges » L'éclaireur la dépêche du 6/4/2016

9. MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G. : Sous l'œil de l' Autorité Nationale des jeux (ANJ) et d'Isabelle FAULQUE PIERROTN, la Française des jeux (FDJ) - dirigée par Stéphane PALLEZ - a publié le bilan de son exercice 2022. L'opérateur historique de loteries et le régulateur des jeux, une autorité administrative « indépendante » (AAI), sont dirigées par deux « grands serviteurs de l'État », (mars 2023, 30 pages , 27 notes, 9 annexes) publié sur les casinos.org 30/3/2023 : jeu-legal-france.fr1, 4/11/2022)

10. DSM = "Diagnostic and Statistical Manual of mental disorders". La 5^e Edition a été publié en 2013

11. APA = American Psychiatric Association.

12. « États-Unis : les médicaments opioïdes première cause de mortalité : Les overdoses de médicaments dérivés de l'opium ont fait plus de morts que les armes à feu aux États-Unis. Un véritable fléau, révèle « Le Figaro ».Le Point 10/08/2018

13. Saint Germain (2005) Paxil blues, éditions boréal

14. Cité par A. Jacob SUISSA : le jeu compulsif vérités et mensonges, Fides Québec , 2005, page 265

15. « Le mépris sidérant de Griveaux pour les «gars qui fument des clopes et roulent au diesel» (Paul SUGY, le figaro, 29/10/2018, entretien avec David Desgouilles membre de la rédaction de Causeur. David Desgouilles a publié Dérapage (Rocher, 2017). Les vaincus (Rocher, 2019) confer ANNEXE

16. Petite parenthèse qui fait sens, sur ce registre du fossé existant entre certaines élites dirigeantes et les Français. Le *break* danse vient d'être autorisé aux prochains jeux olympiques à la surprise générale. Mais le très ancien sport - pétanque, pétanque provençal, boule lyonnaise - pratiqué par des milliers de licenciés et par un nombre encore plus grand d'amateurs des deux sexes et de tous les âges dans toute la France rurale et urbaine, ne l'est toujours pas

17. « Les «sans-dents», l'expression de François Hollande qui choque le monde politique »(Ivan VALERIO ; 4/9/2014, le figaro) confer ANNEXE 3

18. Valérie Trierweiler, Merci pour ce moment (2014, 316 pages, Les Arènes)

19. « les paris sportifs, un fléau qui ruine des vies et plonge les jeunes dans l'addiction »l'agence ANADOLU a rencontré plusieurs parieurs plongés parfois dans une profonde détresse entre addictions , dettes et répercussions familiales » (ekip, 24/II/2022 feiza ben Mohamed)

20. « Euro et paris sportifs en ligne : l'overdose du « marketing de la misère » = Militants associatifs et personnalités déplorent les campagnes de publicité ciblées envers les jeunes des banlieues, souvent en situation de précarité. Et alertent sur les risques d'addiction et d'endettement ».(23 juin 2021 , Le monde, Stéphanie Marteau)

21. MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G. : LA TENTATION LIBERTICIDE de l'Autorité Nationale des

Jeux (ANJ) (janvier 2023, 26pages , 24 notes, 7 annexes) (publié en France sur jeu-legal-france.fr : 31/I/2023 ; les casinos.org 1/2/ 2023)

22. MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G. : ANJ/ PARIS SPORTIFS/ BILAN COUPE DU MONDE DE FOOT = Autorité Nationale des jeux (ANJ) / Paris sportifs sur internet/ Bilan de la coupe du Monde de football qui s'est déroulé au Qatar en 2022 = « T'as vu ISABELLE *? on a joué ! » : (février 2023, 33 pages , 43 notes, 13 annexes) (publié sur jeu-legal-france.fr : 26/2/ 2023 ; les casinos.org 25/2/2023 :

23. « Jeux d'argent : un plan d'action mis en place pour encadrer la publicité et protéger les mineurs. = L'Autorité nationale des jeux (ANJ) a dévoilé un plan pour diminuer l'influence des jeux d'argent. Les publicités pour les paris sportifs doivent notamment être encadrées. »(France info , AFP 23/2/2022)

24. « Loto de la biodiversité : le régulateur le juge trop «addictif pour les jeunes, Le Figaro , 01/02/2023 ; L'Autorité nationale des jeux critique le "loto de la biodiversité", BFM TV, 1 février 2023)

© Jean-Pierre martignoni, mai 2023, université lumière lyon II , centre max weber (cmw) équipe TIPO, MSH, lyon, France.

ANNEXES

Annexe 1 : Signature de 4 chartes d'engagement pour promouvoir des communications commerciales responsables (site de l'anj, 7/II/2022)

À quelques jours de l'ouverture de la Coupe du Monde de football, l'ANJ a réuni les opérateurs de jeux d'argent et l'écosystème de la publicité qui ont pris, à cette occasion, par la signature de quatre chartes portant sur la publicité en télévision, radio, affichage et digital, des engagements forts pour modérer la pression publicitaire en faveur des jeux d'argent et promouvoir des communications commerciales responsables.

Après avoir enregistré une pression publicitaire sans précédent en faveur des jeux d'argent et de hasard durant l'Euro de football en 2021, l'ANJ avait adopté en février

2022, à la suite d'une large consultation publique, un plan d'actions ambitieux pour « désintensifier » la pression publicitaire sur tous les supports de communication (télévision, radio, affichage et sur le digital) et renforcer la protection des mineurs et des publics à risque, particulièrement sur les leviers numériques.

Ce plan en deux volets comprenait, d'une part, des lignes directrices en matière de contenus des communications commerciales, et, d'autre part, des recommandations pour diminuer la pression publicitaire sur l'ensemble des canaux médiatiques et protéger les mineurs et les publics vulnérables.

Afin de décliner opérationnellement ce plan d'actions, quatre chartes ont été signées par les professionnels concernés, témoignant d'engagements forts de ceux-ci pour modérer la pression publicitaire et promouvoir une publicité responsable pour prévenir le jeu des mineurs et des publics vulnérables.

En premier lieu, sous l'égide de l'ARCOM, les deux chartes déjà existantes applicables à la télévision et à la radio ont été révisées. Elles reprennent la recommandation de l'ANJ consistant à limiter de 4 à 3 les publicités pour les jeux d'argent et de hasard par écran publicitaire.

La charte relative à l'affichage constitue, en deuxième lieu, une nouveauté. Elle rassemble les professionnels du secteur qui s'engagent à exclure la communication publicitaire en faveur des jeux d'argent à proximité immédiate des établissements scolaires et des structures de soin en addictologie et à limiter la pression publicitaire visuelle événementielle dans les gares et stations de métro. Ils mettront à disposition de l'ANJ des espaces pour déployer des campagnes d'affichage pour prévenir les risques de jeu excessif.

La charte pour une publicité digitale responsable rassemble enfin tous les opérateurs de jeux d'argent et de hasard autorisés en France ainsi que les professionnels de la publicité membres de l'Alliance digitale. C'est un accord sectoriel d'envergure, signé par l'ensemble des opérateurs de jeux d'argent, qui constitue une initiative inédite en matière de la publicité digitale. Il doit permettre de mieux maîtriser les communications commerciales des opérateurs publiées sur les réseaux sociaux, plateformes, applications mobiles, sites internet, ainsi que celles des influenceurs et ambassadeurs. Les opérateurs s'engagent également à protéger les mineurs des publicités sur les jeux d'argent et de hasard à ne pas exercer de pression

publicitaire sur les publics vulnérables, en particulier les jeunes et les joueurs excessifs.

La mise en œuvre de ces quatre chartes fera l'objet d'un suivi annuel par l'ANJ.

Pour Isabelle FALQUE-PIERROTIN : « Au lendemain de l'Euro 2020, l'ANJ a initié un plan d'actions ambitieux pour modérer le contenu des publicités pour les jeux d'argent et la pression publicitaire à laquelle les publics sont exposés. A quelques jours du début de la Coupe du Monde, la signature de ces chartes dans un esprit de co-régulation est un signal fort de l'ensemble des acteurs concernés pour promouvoir des publicités responsables. La période qui s'ouvre devant nous est cruciale car elle va permettre à tous de vérifier que la publicité dans le secteur des jeux d'argent a changé et que les engagements pris sont respectés. »

Annexe 2 Georges-Louis Bouchez réagit au projet d'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard: "Cette vision puritaine n'a pas de sens" M. Bouchez est "totalement opposé" à l'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard. (09-05-2022 DH Les sports)

©BELGA

Le président du MR, (Mouvement réformateur) Georges-Louis Bouchez, s'est dit lundi matin "totalement opposé" au projet d'interdiction de la publicité pour les jeux de hasard annoncé par le ministre de la Justice, Vincent Van Quickenborne (Open Vld). "Cette mesure est excessive et va entraîner de grandes difficultés financières pour le secteur sportif entre autres. Voulons-nous réellement la mort du foot dans ce Pays?", a-t-il affirmé sur Twitter. Selon M. Bouchez, la proposition du ministre de la Justice "est une très mauvaise réponse à un véritable enjeu pour lequel des dispositions existent déjà et qui peuvent être améliorées". Le MR veut plus de nuance", a-t-il ajouté, en préconisant de se concentrer à accompagner les personnes qui souffrent d'addiction et qui sont extrêmement minoritaires. "Tuer un secteur légal va conduire ces personnes à fréquenter des plates-formes du dark web sans aucune régulation. Cette vision puritaine n'a pas de sens", a encore dit le président des libéraux francophones.

M. Van Quickenborne, qui est également vice-Premier ministre, a annoncé lundi sa volonté de s'attaquer à la dépendance aux jeux d'argent "comme le prévoit l'accord de gouvernement "Il a précisé, dans un communiqué, avoir élaboré une proposition visant à limiter fortement la publicité pour les jeux de hasard et à en interdire la plupart des formes. Sont visés notamment les spots publicitaires à la télévision

et à la radio, les annonces et les publicités vidéo sur les sites internet et les plateformes de médias sociaux, les publicités dans les magazines et les journaux, les affiches dans les lieux publics et les publicités personnalisées envoyées par e-mail, courrier, SMS ou publiées sur les médias sociaux. "Le principe de base est que seules les personnes qui veulent jouer et recherchent activement des informations sur les jeux d'argent seront confrontées à la publicité pour ces jeux à l'avenir", a expliqué le ministre.

Annexe 3 : Conclusion : de notre article : MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G. : Sous l'œil de l'ANJ, la FDJ a publié son bilan 2022 : Sous l'œil de l' Autorité Nationale des jeux (ANJ) et d'Isabelle FAULQUE PIERROTN, la Française des jeux (FDJ) - dirigée par Stéphane PALLEZ - a publié le bilan de son exercice 2022, L'opérateur historique de loteries et le régulateur des jeux, une autorité administrative « indépendante » (AAI), sont dirigées par deux « grands serviteurs de l'État », (mars 2023, 30 pages , 27 notes, 9 annexes) publié sur les casinos.org 30/3/2023 : jeu-legal-france.fr1, 4/11/2022)

Jusque que là tout va bien !

Jusque que là tout va bien pour l'opérateur de loteries. Ses résultats 2022 sont bons même si quelques bémols inquiétants apparaissent dans ce bilan positif et plus globalement dans le e.gambling au I° semestre 2022. D'ailleurs la FDJ dans son communiqué souligne dans sa rubrique « prospectives » qu'intervenant « dans un environnement concurrentiel et en évolution rapide. Le Groupe n'est donc pas en mesure d'anticiper tous les risques, incertitudes ou autres facteurs susceptibles d'affecter son activité, leur impact potentiel sur son activité ou encore dans quelle mesure la matérialisation d'un risque ou d'une combinaison de risques pourrait avoir des résultats significativement différents de ceux mentionnés dans toute information prospective ».

Mais qu'en sera-t-il quand la kyrielle des mesures liberticides - imposées par l'ANJ en collusion avec les addictologues présents au sein du collège et plus globalement avec les nombreux acteurs de la doxa du jeu pathologie maladie - commenceront à faire leurs effets ?

Certes, personne ne peut prévoir l'avenir .. sauf Isabelle FAULQUE PIERROTIN. Interrogée par les Échos sur la baisse historique des jeux en ligne au I° semestre 2022 elle annonçait dans une vaticination hasardeuse que « c'était un plateau pas une décroissance ». (les échos 3 octobre 2022 :

« Coup de frein inédit dans la progression des jeux d'argent »)

Certes en tant que Fait social les jeux d'argent ont une grande résilience. Les pratiques ludiques liées aux jeux de hasard ne sont pas une simple consommation de produits ou de services et si tous les joueurs jouent pour l'argent , ils ne jouent pas que pour l'argent.

Certes comme l'a précisé S. PALLEZ , la FDJ est « peu sensible aux cycles économiques »(1) notamment à cause de la constance des joueurs. Mais, comme la tectonique des plaques, la sociologie et la socio-économie des jeux évoluent. *Quand on croit que rien ne se passe , ça bouge en dessous.* C'est la première fois, pour la période contemporaine, que les jeux de hasard sont attaqués d'une telle manière et agressés dans leurs fondements sociologiques (socialisation ludique primaire, sondage ANJ/ UNAF, transmission ludique intergénérationnelle...). C'est la première fois qu'on censure avec une telle virulence la publicité pour ces jeux. C'est la première fois qu'on attaque les *bases ludiques* des jeux de hasard, notamment ceux de la FDJ. Personne ne peut savoir qu'elles seront les conséquences de cet autoritarisme mais nous pouvons douter qu'elles soient positives.

Isabelle FALQUE PIERROTIN pour justifier ces mesures autocratiques (notamment les oukases et censures contre les publicités, contre les paris sportifs) parle de « responsabilité », de jeu « responsable » (et autre élément de langage techno parisien : désintensifier la publicité pour parler de la censure) Cette injonction s'adresse aux opérateurs et aux joueurs. Mais la présidente de l'ANJ devrait s'interroger pour savoir si le *think responsibly* (pensez et agir de manière responsable) (2) ne concerne pas également l'ANJ et son collègue dans la mesure où toutes ces décisions influent désormais fortement sur la politique des jeux de notre pays, sur le « marché » et le « champ » ludique dans sa perspective économique, sociologique, socio-anthropologique. Si l'ANJ en connivence avec la doxa du jeu pathologie maladie et certaines associations font mettre un genou à terre au secteur des jeux, assurément elle en sera responsable.

Isabelle FAULQUE PIERROTIN est prise dans une escalade liberticide qui n'aura pas de fin, si elle continue à suivre l'idéologie sanitaire irresponsable de la doxa du jeu pathologie maladie. Une politique thérapeutique ne constitue pas une politique des jeux. La présidente de l'ANJ devrait relire l'ouvrage de Jean BAUDRILLARD qui dénonçait déjà il y a bien longtemps « *l'idéologie d'une société qui prend continuellement soin de vous, l'idéologie d'une société qui vous soigne comme malade virtuel* pour que partout chez les professionnels, dans les gazettes et chez les moralistes analystes, se tienne ce discours thérapeutique* »(3)

(*on pense au concept de joueurs susceptibles de tomber dans l'addiction, de joueurs à risque inventé par la doxa quand elle s'est aperçue que le nombre d'addicts au jeu était riquiqui et qu'elle avait du mal à trouver ses malades, confer notre article : « *L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades* » (mars 2019, 4 pages, publié sur lescasinos.org 29 mars 2019) (4)

Les dernières attaques de l'ANJ contre la FDJ pour censurer sa stratégie commerciale 2023 sont surréalistes. Elle accuse l'opérateur - alors que c'est sa raison d'être - d'avoir une « stratégie offensive de promotion de loteries destinée à recruter un nombre élevé de nouveaux joueurs et à faire de la loterie un produit de consommation courante (...) en proposant de « bonnes affaires » et la mise en avant des jackpots et de slogans accrocheurs comme « pluie de millionnaires ») » Précédemment le jeu citoyen Mission Patrimoine - pourtant fortement soutenu par le Président de la République - a été lui aussi violenté dans ses fondements par le régulateur de la manière la plus absurde comme nous l'avons dénoncé dans différents articles. Dans son collègue du 19 mai 2022 l'ANJ censure deux messages « *que la FDJ ne pourra plus mentionner sur les tickets de grattage et dans la communication commerciale qui accompagne ce jeu.* » Du jamais

vu. Dernièrement l'ANJ en a rajouter une couche en accusant l'opérateur « d'avoir une stratégie promotionnelle axée sur la « contribution sociétale du groupe », ce qui comporte le risque d'encourager la pratique des jeux d'argent et de hasard en installant un lien direct entre la consommation de ses jeux et une cause d'intérêt général, de nature à banaliser ou généraliser la pratique du jeu ».

Le machiavélisme liberticide à l'œuvre rue Leblanc - siège de l'ANJ dans le 15° à Paris - se dévoile. Tous les éléments qui caractérisent tel ou tel jeu de la FDJ, tout ce que fait la FDJ, toute sa communication, est systématiquement retourné dans un procès à charge qui relève d'une forme de délire intellectuel très inquiétant. Nous ne pouvons que dénoncer vivement à destination des parlementaires, cette tentation liberticide de l'ANJ qui n'aura pas de fin. Trompée, aveuglée ou séduite par la doxa du jeu pathologie maladie, Isabelle FAULQUE PIERROTIN tombe dans les « dérives d'un principe de précaution » dénoncé depuis longtemps par certains (5) en remplaçant « le totalitarisme de la morale » (6) - tu ne joueras point - par un totalitarisme de santé publique.

Comme l'affirme La lettre A - le quotidien de l'influence et des pouvoirs - Isabelle FAULQUE PIERROTIN et sa « garde rapprochée » cherchent « à affirmer ses pouvoirs et à muscler la mission de l'ANJ » (7). Mais l'ex Présidente de la CNIL devra aussi faire preuve de concorde, si elle ne veut pas que la guerre qu'elle a déclenché contre les jeux d'argent, contre les opérateurs, contre les joueurs, ne se transforme en une bérézina qui serait destructrice pour l'économie ludique nationale. Elle pourrait s'inspirer « des hommes de la renaissance qui « avaient parfaitement compris l'importance du jeu dans le comportement humain et la manière raisonnable de s'en accommoder ». (confer l'intégralité de la citation ci-dessous)

S'il est impossible de dater l'origine des jeux d'argent et des loteries, - (« l'homme a toujours cherché à conjurer le sort », « le premier dieu de la fortune identifié est BHAGYA un petit personnage du panthéon védique ») on en sait plus sur la période « contemporaine ». « En l'an 1539 le roi François 1° avait regardé vivre les villes italiennes et vu tout le parti que l'État pouvait tirer du fonctionnement du Lotto. Il signa le 21 Mai 1539 à Chateaurenard l'édit instituant la loterie pour « porter remède aux jeux dissolus nostables bourgeois, marchans et autre blasphémer Dieu, de consommer leur temps, leur labeur, vertues et nécessaire en jeux

de hasard ». Ce édit est le vrai départ de la loterie et ne concernait que la cité de Paris. La motivation financière ne fait pas de doute, mais la justification avouée est essentiellement morale (...). Moralisation, réglementation, monopole national, voila les ingrédients que l'on retrouve à chaque fois que le pouvoir central s'est préoccupé de la loterie dans l'histoire. Les hommes de la renaissance avaient parfaitement compris l'importance du jeu dans le comportement humain et la manière raisonnable de s'en accommoder. » (G.DESCONTILS et JC GUILBERT : « Le grand livre des loteries : histoire des jeux de hasard et France » L'Archipel, 1993, FDJ, 157 pages, citation pages 18, 20)

1. FDJ : « Notre modèle de jeu extensif explique que le groupe soit peu sensible aux cycles économiques » (Christophe Soubiran, mieux vivre votre argent, 24/11/Entretien avec Stéphane Pallez, présidente directrice générale de FDJ.)

2. On trouve la sentence *think responsibly* (pensez de manière responsable) sous le logo du magazine britannique The Economist (Signalé par Haruki MURAKAMI dans son ouvrage : « T » ma vie en T-shirts (Belfond 2022, 190 pages, page 104)

3. Jean BAUDRILLARD, La société de consommation, ses mythes, ses structures, 1970, préface de JP MAYER, NRF, Gallimard : IO/I8 idées, 1970, 318 pages, citation pages. 265, 266

4. Le lecteur consultera également = Jean-Pierre MARTIGNONI : « Le jeu pathologie maladie : un « construit social » : Colloque à Bruxelles* sur le gambling avec le Professeur Amnon Jacob Suissa » (octobre 2019, 9 pages, 28 notes) (publié sur : casino-legal-France.fr du 3 octobre 2019 ; lescasinos.org du 4 octobre 2019) Amnon Jacob Suissa (Université du Québec à Montréal) a écrit de nombreux articles sur les jeux de hasard et d'argent (JHA) Il était à l'Université Saint-Louis de Bruxelles à l'occasion d'une journée d'étude qui interrogeait de manière pertinente la question du jeu pathologie maladie : « L'addiction aux jeux d'argent : un phénomène social ? » (26 septembre 2019 à l'Université Saint-Louis (Boulevard du Jardin Botanique 43, 1000 Bruxelles) Jean-Pierre MARTIGNONI : « Recherche joueurs addicts... désespérément » (9 pages, 30 notes, mars 2020) (casino legal France 23/3/2020) Jean-Pierre MARTIGNONI : Addiction au jeu : réalité médicale ou

pathologisation d'un Fait Social ? : (25 pages, 2 annexes, janvier 2021)) (publié sur : lescasinos.org 22/I/2021 casino legal France 21/I/2021) Nous présentons dans cet article la revue numérique Sciences du jeu qui :publie un dossier thématique consacré à la doxa du jeu pathologie maladie et au jeu excessif : *Addiction au jeu : réalité médicale ou pathologisation des pratiques ludiques ?* (sciences du jeu n°13, 2020)

5. « article « Les dérives du principe de précaution » (article signé B.G . dans Les échos 31/I/2014 à propos du livre de Jean KERVASDOUE : « ils ont perdu la raison » . Robert Laffont, 2014, 230 pages)

6. Expression utilisée par Daniel FORTIN dans son éditorial pour les Échos du 26 juillet 2014 page 9 : « République exemplaire : jusqu'où peut-on aller dans le contrôle de nos société ?

7. La garde rapprochée d'isabelle faulque pierrotin à l'ANJ. (la lettre A : le quotidien de l'influence et des pouvoirs 11/06/2021) « Face à la FDJ, au PMU ou à BET clic, Isabelle Falque-Pierrotin cherche à affirmer les pouvoirs de la nouvelle Autorité nationale des jeux, qu'elle dirige. L'ex-présidente de la CNIL s'appuie sur une poignée de fidèles et de nouvelles recrues pour muscler la mission d'enquête et l'expertise technologique de l'instance indépendante. »

annexe 4 = États-Unis : les médicaments opioïdes première cause de mortalité : Les overdoses de médicaments dérivés de l'opium ont fait plus de morts que les armes à feu aux États-Unis. Un véritable fléau, révèle « Le Figaro ».Le Point 10/08/2018

Devant les armes à feu. Devant les accidents de la route. La première cause de mortalité aux États-Unis est en réalité l'overdose causée par les opioïdes. Des médicaments particulièrement forts, dérivés de l'opium. Ils ont bénéficié dans les années 80 et 90 d'un intense lobby de la part de l'industrie pharmaceutique américaine, accusée aujourd'hui d'avoir banalisé des traitements particulièrement lourds. Extrêmement addictifs, ils sont d'ailleurs toujours régulièrement prescrits sur ordonnance aux Américains. Les statistiques ont de quoi faire froid dans le dos. En 2016, révèle le *Figaro*, 64 000 personnes ont perdu la vie après avoir pris de trop fortes doses de ces médicaments. Cela représente 175 morts par jour. Près de 11 millions de personnes souffriraient d'addiction désormais. Depuis 1999,

les hospitalisations et les décès par overdose provoqués par les opioïdes ont été multipliés par quatre. Autre inquiétude, les maternités ont alerté sur la recrudescence de femmes enceintes accros à ces produits, provoquant l'explosion du nombre de nourrissons naissant avec le syndrome de manque.

« Urgence de santé publique »

De quoi alarmer au plus haut niveau des États-Unis. En 2017, Donald Trump n'a pas hésité à parler d'« urgence de santé publique ». Pour faire face à ces produits, les autorités tentent d'utiliser un produit dérivé, moins nocif pour la santé, la naloxone. Mais c'est à l'échelle des médecins que la lutte contre le fléau pourrait trouver son salut. Comme le rapporte le quotidien, de premiers résultats encourageants ont été enregistrés. « L'éducation des médecins et du grand public est un élément-clé », détaille Yasmin Hurd, directrice de l'Institut des addictions de l'hôpital Mount Sinai à New York. En alertant les médecins à chaque décès par overdose d'un de leurs patients, les doses et le nombre d'ordonnances d'opioïdes prescrites ont diminué. Un premier espoir.

Annexe 5 Ministère de la santé et de la prévention = Surdoses (overdose) d'opioïdes : la naloxone est utilisable par tous et peut sauver la vie (site du ministère 2023)

- En France, 80% des décès par surdose sont dus aux opioïdes. Un médicament antidote, la naloxone, existe sous forme prête à l'emploi utilisable par tous. Disponible en pharmacie sans prescription médicale et gratuitement à l'hôpital, dans les structures d'addictologie, il permet à chacun, témoin d'une surdose, d'agir dans l'attente des secours. L'administration précoce de naloxone pourrait éviter 4 décès par surdose sur 5

- Une surdose aux opioïdes est provoquée par la prise d'un produit opioïde à une dose supérieure à celle supportée par l'organisme. Parmi les opioïdes, on trouve des médicaments (médicaments antidouleur à base d'opioïdes, traitements de substitution aux opiacés : TSO) et des substances illicites (héroïne par exemple). Une surdose d'opioïde peut entraîner un coma, un arrêt respiratoire et être mortelle. Différentes situations peuvent être à risque, en lien avec la diversité des opioïdes, de leurs usages et des personnes concernées. Ce peut être lors de l'initiation d'un traitement antidouleur par opioïde, en cas de

difficulté à gérer son traitement par opioïde, lors de la reprise d'une consommation après une période de sevrage, lors d'une consommation occasionnelle d'opioïde illicite, etc...

- La mort par surdose d'opioïdes est évitable par l'administration de naloxone et la mise en œuvre de gestes de premiers secours. La naloxone est l'antidote spécifique des opioïdes, médicament de référence dans le traitement d'urgence des surdoses d'opioïdes depuis plus de 40 ans. Des kits prêts à l'emploi sont aujourd'hui disponibles en pharmacie, à l'hôpital et dans les structures spécialisées d'addictologie (Csapa, Caarud).

- Toute personne à risque devrait se voir délivrer ou prescrire un kit de naloxone, et recevoir dans le même temps les informations clés sur la conduite à tenir en cas de suspicion de surdose aux opioïdes.

- Assurer une diffusion et un accès large à la naloxone prête à l'emploi pour les usagers à risque et leur entourage est un des objectifs majeurs de la [feuille de route « Prévenir et agir face aux surdoses d'opioïdes »](#) publiée par le ministère chargé de la santé.

ANNEXE 6 = « Le mépris sidérant de Griveaux pour les «gars qui fument des clopes et roulent au diesel» (Paul sugy, le figaro, 29/10/2018 s'entretien avec David Desgouilles membre de la rédaction de Causeur. Il a publié Dérapage (éd. du Rocher, 2017). Les vaincus (Rocher, 2019)

FIGAROVOX/ENTRETIEN - En déclarant récemment que « Wauquiez, c'est le candidat des gars qui fument des clopes et qui roulent au diesel », Benjamin Griveaux commet selon David Desgouilles une double erreur : son analyse n'est pas seulement erronée, elle est aussi insultante pour de nombreux Français.

FIGAROVOX.- Benjamin Griveaux a déclaré au JDD: «Wauquiez, c'est le candidat des gars qui fument des clopes et qui roulent au diesel.» Au risque de renforcer, dans l'opinion, l'impression que la majorité méprise les classes populaires?

David DESGOUILLES.- Si j'étais un député LREM de province, je maudirais Benjamin Griveaux. Voilà qui renforce en effet cette impression de mépris des villes-monde pour tout ce qui ne vit pas dans une grande métropole. Pourtant Benjamin Griveaux a été un élu PS de Saône-et-Loire. Il ne peut ignorer

la problématique des transports dans la France des petites villes et de la ruralité. Il y a un an, Emmanuel Macron déplorait en des termes outranciers le manque de mobilité d'ouvriers creusois qui auraient pu trouver du travail à deux heures de route. D'un autre côté, on supprime des petites lignes SNCF pour cause de non-rentabilité. Le gouvernement dit encourager le travail mais il taxe ce qui demeure le seul moyen de transport pour tous ceux qui n'habitent pas dans des grandes villes. Le sujet est inflammable, comme en témoigne le mouvement lancé pour le 17 novembre prochain. Emmanuel Macron aurait tort de traiter ce dernier par le mépris et d'y appliquer la vision binaire «progressistes contre nationalistes». Car, même s'il n'a pas enregistré des scores faramineux lors du premier tour de la présidentielle dans cette France périphérique, il risquerait de s'y faire complètement haïr, tant la problématique de la voiture y est centrale.

D'autant que «les gars qui roulent au diesel» ne savent plus trop où donner de la tête: paradoxalement, les moteurs diesel restent favorisés par les bonus-malus «écologiques»...Macron risque de se faire haïr dans la France périphérique. Pendant des années, on les a incités à acheter des véhicules roulant au diesel. Y compris, comme vous le soulignez, avec des carottes financières. Aujourd'hui on leur dit l'inverse et on taxe le même carburant au prix fort. Les taxes sur l'essence sans plomb augmentent aussi. Et la mauvaise foi de Benjamin Griveaux ou Gérard Darmanin touche au sublime quand ils arguent de la démission de Nicolas Hulot. Comme si c'était le départ de ce dernier qui avait incité à procéder à ces augmentations. Dès lors, ce «on fait payer les pollueurs» est ressenti comme une insulte. Ce gars qui roule au diesel, fustigé par le porte-parole du gouvernement, répondra vertement: «si je suis un pollueur, pourquoi m'avez-vous gratifié d'un bonus écologique il y a six mois?».

FIGAROVOX. Pour en revenir à la petite phrase de Benjamin Griveaux, est-ce qu'il n'a pas tort, justement? Vous écriviez la semaine dernière que «Laurent Wauquiez a repris en héritage la sociologie de LR» ?

David DESGOUILLES En effet, si Laurent Wauquiez était le candidat des gens qui roulent au diesel (je laisse de côté l'aspect moralisateur sur le tabac), il ne serait pas loin de l'Élysée. Or, la sociologie électorale de LR, ce n'est pas les ouvriers et employés qui vont au boulot chaque jour et doivent emprunter leur véhicule diesel, c'est plutôt les retraités qui roulent peu. Le problème de Wauquiez, comme celui de François Fillon à la présidentielle, c'est la proportion massive de personnes âgées et sa faiblesse dans les classes populaires. Au passage, ce ne sont pas les prises de position économiques de ces dernières semaines qui vont arranger cela. Cette France-là a besoin de protection, pas de diminution à la hache

des effectifs des services publics. Mais peut-être Benjamin Griveaux souhaite-t-il par cette pression décourager Wauquiez d'aller à la conquête de cet électorat-là. Et laisser ce dernier au RN, validant le clivage mortifère progressistes-nationalistes dans lequel il souhaite enfermer la vie politique française.

FIGAROVOX Après de tels propos, on va avoir de la peine à différencier Benjamin Griveaux d'Anne Hidalgo...

David DESGOUILLES Pour les provinciaux, en effet. En ce qui concerne les Parisiens, on ne sait pas encore qui Emmanuel Macron soutiendra. Mais si votre question sous-entend que ces propos pourraient aussi faire partie de la stratégie personnelle de Benjamin Griveaux, qui voudrait montrer patte verte aux électeurs parisiens, je vous réponds que je ne l'exclus pas. Si c'était le cas, Emmanuel Macron aurait des raisons de se mettre en colère contre le porte-parole de son gouvernement.

ANNEXE 7 = Les «sans-dents», l'expression de François Hollande qui choque le monde politique(Ivan valerio ; 4/9/2014, le figaro)

Dans son ouvrage, Valérie Trierweiler raconte qu'«en réalité, le président n'aime pas les pauvres» et qu'il parle de «sans-dents» pour les qualifier. Une formule qui fait scandale. L'entourage du chef de l'État dément. Les «sans-dents». L'expression ne passe pas. Selon le témoignage de Valérie Trierweiler, publié dans son livre Merci pour ce moment, ce sont les termes du chef de l'État pour qualifier les pauvres. Elle écrit qu'il «s'est présenté comme l'homme qui n'aime pas les riches. En réalité, le président n'aime pas les pauvres». Poursuivant: «Lui, l'homme de gauche, dit en privé: "les sans-dents" très fier de son trait d'humour. Une révélation qui s'introduit directement dans le débat politique, alors que le livre est présenté comme une histoire personnelle. Le Front national est le premier parti à s'emparer de ces mots. Dès mercredi après-midi, le parti de Marine Le Pen publiait un communiqué pour se hisser en défenseur des «sans-dents». «Hollande méprise les "sans-dents", le Front national les défend», explique le mouvement d'extrême droite, jugeant que c'est «sans doute l'information la plus intéressante du livre» (à un moment où seuls des extraits avaient été rendus publics, NDLR).

Nicolas Bay, eurodéputé FN, y voit une stigmatisation «des pauvres», «terme pouvant aujourd'hui servir à désigner l'ensemble des victimes du mondialisme», considère-t-il. Il

recupère l'expression pour servir le discours connu du Front national, expliquant que «ces Français-là n'ont même pas l'aide de la généreuse AME (aide médicale de l'État, NDLR) pour se soigner convenablement, celle qui permet même aux clandestins de ne pas être des "sans-dents"». Invitée de RTL, Marine Le Pen y voit une «formule abjecte». «Si elle a été prononcée elle révélerait une face de François Hollande qui ruinerait définitivement son image à l'égard de ceux qui lui ont fait confiance», glisse la patronne du FN. Mais d'après la station, l'entourage du président de la République dément avoir utilisé une telle expression, sans plus de précisions.

L'expression enflamme les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, l'expression passe mal aussi. Le collectif «Hollande dégage», qui a pris part à la manifestation «Jour de colère» fait la promotion d'un mouvement appelé «les Sans-dents» et rassemble à l'heure actuelle près de 12.000 likes sur Facebook. De son côté, Gilbert Collard en profite aussi pour glisser un bon mot sur Twitter, voyant en François Hollande un «imposteur et un sans-cœur». À l'UMP, la députée Valérie Boyer parle de «l'expression du cynisme et du mépris qui ne passe pas».

Annexe 8 : 8 articles de la presse consacrés aux 4 chartes liberticides qu'a fait signé l'ANJ aux opérateurs de jeux d'argent et l'écosystème de la publicité :

1. JEUX D'ARGENT : 4 CHARTES D'ENGAGEMENT POUR UNE PUB RESPONSABLE EN TV, RADIO, AFFICHAGE ET NUMÉRIQUE. (7 NOVEMBRE 2022 , Thierry Wojciak, cb news)

2. La France signe 4 accords pour limiter la publicité des jeux (jamma.it, 8/II/2022). +photo

3. Mondial 2022 : jeux d'argent et médias s'engagent pour une publicité «responsable» (le figaro AFP 8/II/2022)

4. = Jeux : « une charte pour une publicité digitale responsable » (le monde du tabac 9/II/2022)

5. JEUX D'ARGENT : LE BUREAU DE LA RADIO APPELLE À UNE RÉVISION DE L'ARRÊTÉ SUR LA DURÉE D'UNE MENTION LÉGALE DANS LES PUBLICITÉS (9 NOVEMBRE 2022 , Thierry Wojciak, cb news.fr)

6. L'Autorité nationale des jeux fait signer 4 chartes sur la publicité des opérateurs avant la Coupe du Monde au Qatar(sbb

sportbuzzbusiness.fr. ; 15/II/2022 , ari harchwell)

7. = interview bfm business d'isabelle faulque pierrotin L'ANJ veut modérer l'action publicitaire des opérateurs de jeux d'argent = "On veut que la publicité qui accompagne et met en musique ces paris soit responsable" - Isabelle Falque-Pierrotin, Présidente de l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ). (bfm business 22/II/2022)

8. Paris sportifs et publicité : le secteur sommé de se modérer =A l'occasion de la Coupe du monde de football au Qatar, le régulateur des jeux incite à la responsabilisation des opérateurs de paris sportifs, qui ont pris des engagements, notamment pour protéger les mineurs. (le monde, jules thomas, 22/II/2022)

Articles :

1 = JEUX D'ARGENT : 4 CHARTES D'ENGAGEMENT POUR UNE PUB RESPONSABLE EN TV, RADIO, AFFICHAGE ET NUMÉRIQUE. (7 NOVEMBRE 2022 , Thierry Wojciak, cb news)

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES JEUX EN LIGNE (ANJ) A ANNONCÉ LUNDI LA SIGNATURE DE 4 CHARTES D'ENGAGEMENT AFIN DE PROMOUVOIR DES COMMUNICATIONS COMMERCIALES RESPONSABLES DANS LE SECTEUR DU JEU D'ARGENT EN TÉLÉVISION, RADIO, AFFICHAGE ET NUMÉRIQUE.

A quelques jours de l'ouverture de la Coupe du Monde de football au Qatar (20 novembre-18 décembre), l'ANJ a en effet réuni les opérateurs de jeux d'argent et « l'écosystème de la publicité » qui ont ainsi pris « des engagements forts pour modérer la pression publicitaire en faveur des jeux d'argent et promouvoir des communications commerciales responsables », a-t-elle indiqué. En premier lieu, sous l'égide de l'ARCOM, les deux chartes déjà existantes applicables à la télévision (signée par TF1, M6, France Télévisions ou encore beIN Sports) et à la radio (signée par Lagardère News, Radio France, NRJ Group...) ont été révisées. Elles reprennent la recommandation de l'ANJ consistant à limiter de 4 à 3 les publicités pour les jeux d'argent et de hasard par écran publicitaire. La charte relative à l'affichage (notamment signée par JC Decaux...) constitue quant à elle une nouveauté. Elle rassemble dans les faits les professionnels du secteur qui s'engagent à notamment exclure la communication publicitaire en faveur des jeux d'argent « à proximité immédiate des établissements scolaires et des structures de soin en addictologie et à limiter la pression publicitaire visuelle événementielle dans les gares et stations de métro », souligne l'instance. La profession

mettra également à disposition de l'ANJ des espaces pour déployer des campagnes d'affichage pour prévenir les risques de jeu excessif.

Enfin, la charte pour une publicité digitale responsable rassemble tous les opérateurs de jeux d'argent et de hasard autorisés en France (la Française des Jeux, PMU, Winamax, BET Clic et Unibet) ainsi que les professionnels de la publicité membres de l'Alliance digitale, entité issue du rapprochement de l'IAB France et de la Marketing Mobile Association (MMA) France. Cet accord sectoriel a été signé « par l'ensemble des opérateurs de jeux d'argent », insiste l'ANJ. L'accord doit permettre de « mieux maîtriser » les communications commerciales des opérateurs publiées sur les réseaux sociaux, plateformes, applications mobiles, sites internet, ainsi que celles des influenceurs et ambassadeurs. « Les opérateurs s'engagent également à protéger les mineurs des publicités sur les jeux d'argent et de hasard à ne pas exercer de pression publicitaire sur les publics vulnérables, en particulier les jeunes et les joueurs excessifs », pointe encore l'Autorité.

La mise en œuvre de ces quatre chartes fera l'objet d'un suivi annuel par l'ANJ.

2 = « La France signe 4 accords pour limiter la publicité des jeux (jamma.it, 8/II/2022). +photo

Après avoir subi une pression publicitaire sans précédent en faveur des jeux d'argent lors du Championnat d'Europe de football 2021, l'ANJ a adopté en février 2022, à l'issue d'une large consultation publique, un plan d'action ambitieux pour « désintensifier » la pression publicitaire sur tous les moyens de communication (télévision, radio), affichage et numérique) et renforcer la protection des mineurs et du public à risque, notamment sur les leviers numériques. Ce plan en deux volets comprenait, d'une part, des lignes directrices sur contenu des communications commerciales et, d'autre part, raccomandazioni réduire la pression publicitaire sur tous les canaux médiatiques et protéger les mineurs et les publics vulnérables.

Afin de rendre opérationnel ce plan d'action, ont été signés quatre cartes par les professionnels concernés, reflétant leur engagement fort à modérer la pression publicitaire et à promouvoir une publicité responsable pour prévenir les jeux d'argent chez les mineurs et les publics vulnérables. Dans un premier temps, sous l'égide de l'ARCOM, les deux chartes existantes applicables à la télévision et à la radio ont été révisées. Ils saluent la recommandation de l'ANJ de limiter la publicité sur les jeux d'argent. Deuxièmement, la charte signalétique est nouvelle. Il

rassemble des professionnels de l'industrie qui s'engagent à exclure la publicité pro-jeu à proximité des écoles et des centres de traitement de la toxicomanie et à limiter la pression publicitaire visuelle des événements dans les gares et les stations de métro. Ils permettront à l'ANJ de diffuser des campagnes d'affichage pour prévenir les risques de jeu excessif.

Enfin, le papier pour une publicité digitale responsable qui regroupe tous les opérateurs de jeux d'argent agréés en France et les professionnels de la publicité membres de l'Alliance Numérique. Il s'agit d'un accord sectoriel important, signé par tous les opérateurs de jeux, qui représente une initiative inédite en matière de publicité digitale. Il doit permettre de mieux contrôler les communications commerciales des opérateurs publiées sur les réseaux sociaux, les plateformes, les applications mobiles, les sites internet, ainsi que celles des influenceurs et ambassadeurs. Les opérateurs s'engagent également à protéger les mineurs de la publicité des jeux d'argent et à ne pas exercer de pression publicitaire sur les publics vulnérables, notamment les jeunes et les joueurs excessifs.

La mise en œuvre de ces quatre chartes fera l'objet d'un suivi annuel par l'ANJ.

Pour Isabelle FALQUE-PIERROTIN : "Au lendemain de l'Euro 2020, l'ANJ s'est engagée dans un plan d'action ambitieux pour modérer le contenu des publicités de jeux d'argent et la pression publicitaire à laquelle le public est exposé. A quelques jours de la Coupe du monde, la signature de ces chartes dans un esprit de Co régulation est un signal fort de toutes les parties prenantes pour promouvoir une publicité responsable. La période qui nous attend est cruciale car elle permettra à chacun de vérifier que la publicité dans le secteur des jeux d'argent a changé et que les engagements pris sont respectés »

3 = Mondial 2022 : jeux d'argent et médias s'engagent pour une publicité «responsable» (le figaro AFP 8/II/2022)

- Les influenceurs qui ont une «audience supérieure ou égale à 16% dans la tranche d'âge des 13-17 ans» ne seront pas sollicités pour des publicités. stock.adobe.com
- Télévision, radio, publicité numérique et extérieure, différents acteurs ont signé des chartes

pour protéger les personnes vulnérables des risques liés aux paris sportifs.

À deux semaines de l'ouverture de la Coupe du monde de football au Qatar, des entreprises des secteurs des jeux d'argent, des médias et de la publicité ont signé lundi des chartes d'engagement visant à mieux protéger les mineurs et personnes vulnérables aux risques d'addiction.

Chaque secteur a sa charte et des poids lourds parmi les signataires: l'affichage extérieur, signée notamment par JC Decaux; la télévision, qui a recueilli les signatures de France TV, TF1, M6 ou encore beIn; la radio avec Radio France, Lagardère (propriétaire d'Europe 1) ou NRJ; et surtout la publicité numérique. Pour cette dernière catégorie, tous les opérateurs de jeux d'argent agréés par l'Autorité nationale des jeux (ANJ), à l'initiative de ces chartes, ont approuvé la «charte d'engagement pour une publicité digitale responsable», notamment la Française des Jeux, PMU, Winamax, BET Clic et Unibet.

L'objectif principal est de limiter «la pression publicitaire sur tous les supports de communication (télévision, radio, affichage et sur le digital) et renforcer la protection des mineurs et des publics à risque», décrit un communiqué de l'ANJ publié lundi. «Exclure la communication publicitaire à proximité immédiate des établissements scolaires et des structures de soin en addictologie», limiter les publicités dans les gares et les stations de métro, ne pas diffuser successivement deux messages publicitaires, ne pas faire appel à des influenceurs qui ont une «audience supérieure ou égale à 16% dans la tranche d'âge des 13-17 ans» font partie des mesures préconisées.

L'ANJ lance par ailleurs une campagne inédite avec ce slogan cash et dissuasif «T'as vu, t'as perdu». Un clip de rap tourne sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram,...), en attendant des affiches dans le métro parisien dès le 14 novembre et pendant une semaine. «Le but n'est pas de diaboliser les paris sportifs mais de porter auprès des jeunes, avec leurs codes, un message d'alerte sur les risques du jeu excessif», déclare Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de l'ANJ.

Les mentions légales, point d'accroche de la radio

Au moment de l'Euro 2020 de football, l'ANJ avait «enregistré une pression publicitaire sans précédent en faveur des jeux d'argent et de hasard» et avait dévoilé en février 2022 «un plan d'actions ambitieux pour modérer le contenu des publicités pour les jeux d'argent et la pression publicitaire à laquelle les publics sont exposés», rappelle Isabelle Falque-Pierrotin.

À contre-courant des signataires de la charte, le Syndicat des radios indépendantes (Sirti), qui représente 170 radios privées, et le groupement les Indés Radios, qui rassemble 129 radios indépendantes, ont annoncé lundi refuser la signature de la charte, appelant à «une remise à plat urgente du dispositif de mentions légales» à la radio.

Le «média radio, uniquement oral, ne peut pas être traité comme les autres médias sur lesquels un rapide défilement ou affichage de texte permet l'intégration des mentions légales», arguent les organismes dans un communiqué, jugeant ces mesures «discriminatoires pour la radio». Les mentions légales «représentent désormais quasiment la moitié» d'un spot radio, soit «10 secondes environ d'un spot qui en fait 20», précisent-ils, affirmant que «2/3 des auditeurs souhaitent une mention courte qui renvoie directement sur un site internet».

4 = Jeux : « une charte pour une publicité digitale responsable » (le monde du tabac 9/II/2022)

À deux semaines de l'ouverture de la Coupe du monde de football au Qatar, des entreprises des secteurs des jeux d'argent, des médias et de la publicité ont signé, ce 7 novembre, des chartes d'engagement visant à mieux protéger les mineurs et personnes vulnérables aux risques d'addiction. C'est ce qu'annonce un communiqué AFP que nous reprenons.

Chaque secteur a sa charte et des poids lourds parmi les signataires : l'affichage extérieur, signée notamment par JC Decaux ; la télévision, qui a recueilli les signatures de France TV, TF1, M6 ou encore beIn ; la radio avec Radio France, Lagardère (propriétaire d'Europe 1) ou NRJ et surtout la publicité numérique. Pour cette dernière catégorie, tous les opérateurs de jeux d'argent - agréés par l'Autorité nationale des Jeux (ANJ / voir [8 novembre](#) et [24 février](#)) à l'initiative de ces chartes - ont approuvé la « charte d'engagement pour une publicité digitale responsable », notamment la Française des Jeux, PMU, Winamax, BET Clic et Unibet.

L'objectif principal est de limiter « la pression publicitaire sur tous les supports de communication (télévision, radio, affichage et sur le digital) et renforcer la protection des mineurs et des publics à risque », décrit un communiqué de l'ANJ. « Exclure la communication publicitaire à proximité immédiate des établissements scolaires et des structures de soin en addictologie », limiter les publicités dans les gares et les stations de métro, ne pas diffuser successivement deux messages publicitaires, ne pas faire appel à des influenceurs qui ont une « audience supérieure ou égale à 16 % dans la tranche d'âge des 13-17 ans » font partie des mesures préconisées.

Au moment de l'Euro 2020 de football, l'ANJ avait « enregistré une pression publicitaire sans précédent en faveur des jeux d'argent et de hasard » et avait dévoilé en février 2022 « un plan d'actions ambitieux pour modérer le contenu des publicités pour les jeux d'argent et la pression publicitaire à laquelle les publics sont exposés », rappelle [Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de l'ANJ](#).

•• À contre-courant des signataires de la charte, le Syndicat des radios indépendantes (Sirti), qui représente 170 radios privées, et le groupement les Indés Radios, qui rassemble 129 radios indépendantes, ont annoncé lundi refuser la signature de la charte, appelant à « une remise à plat urgente du dispositif de mentions légales » à la radio. Le « média radio, uniquement oral, ne peut pas être traité comme les autres médias sur lesquels un rapide défilement ou affichage de texte permet l'intégration des mentions légales », arguent les organismes dans un communiqué, jugeant ces mesures « [discriminatoires pour la radio](#) ». [Les mentions légales « représentent désormais quasiment la moitié » d'un spot radio](#), soit « 10 secondes environ d'un spot qui en fait 20 », précisent-ils, affirmant que « 2/3 des auditeurs souhaitent une mention courte qui renvoie directement sur un site internet ».

**5 = JEUX D'ARGENT : LE BUREAU DE LA RADIO APPELLE À
UNE RÉVISION DE L'ARRÊTÉ SUR LA DURÉE D'UNE MENTION LÉGALE
DANS LES PUBLICITÉS (9 NOVEMBRE 2022 , [Thierry Wojciak](#),
[cb news.fr](#))**

Les radios membres du Bureau de la Radio (RTL, RTL2, Fun Radio, NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons, REMC, BFM Business, Europe 1, RFM et Virgin Radio) ont annoncé mercredi « regretter » l'arrêté pris en juillet dernier par le ministère de la Santé « sans aucune concertation avec les radios », qui augmente de façon « excessive » la durée de la mention légale liée aux jeux d'argent et de hasard devant être mentionnée dans les messages publicitaires. « Cette décision unilatérale nuit non seulement au média, en détournant certains annonceurs, mais surtout à son objectif de santé publique, la longueur du message le rendant inefficace auprès des auditeurs », pointe le Bureau de la Radio. Ce dernier appelle ainsi, en concertation avec le ministère et avec le soutien de l'ANJ et de l'ARCOM à une révision de cet arrêté afin que cette mention légale « revienne à une durée pertinente en radio, audible et pédagogique pour nos auditeurs », conclut-il. Le 7 novembre dernier, l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ANJ) avait annoncé la signature de 4 chartes d'engagement afin de promouvoir des communications commerciales responsables dans le secteur du jeu d'argent en télévision, radio, affichage et numérique. Le Bureau de la Radio a par ailleurs annoncé avoir signé la

charte qui vise, sous l'égide de l'ANJ et l'ARCOM, à déterminer des règles de bonne conduite quant à la communication commerciale en faveur des opérateurs légaux de jeux d'argent et de hasard.

6 = L'Autorité nationale des jeux fait signer 4 chartes sur la publicité des opérateurs avant la Coupe du Monde au Qatar(sbb sportbuzzbusiness.fr. ; 15/II/2022 , ari harchwell)

À quelques jours de la Coupe du Monde 2022, l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) prend des précautions. Elle a réuni les opérateurs de jeux d'argent pour leur faire signer plusieurs chartes sur la publicité en faveur des paris sportifs. L'ANJ est claire, éviter la « pression publicitaire sans précédent » enregistrée pendant l'Euro en 2021. Alors que la Coupe du Monde débutera le 20 novembre prochain, l'organisme a rassemblé les opérateurs de jeux d'argent ainsi que l'écosystème de la publicité. Tous ont signé quatre chartes portant sur la publicité en télévision, radio, affichage et digital. Suite aux nombreuses publicités de 2021, l'ANJ avait mis en place l'année suivante un plan d'action particulier. L'objectif était de « désintensifier la pression publicitaire » mais également de renforcer « la protection des mineurs et des publics à risque ». Une publicité de Winamax (« Tout pour la daronne ») collimateur. Parmi ces 4 chartes, 2 d'entre elles étaient déjà existantes et ont donc été revisitées. Ainsi, les recommandations consistent « à limiter de 4 à 3 les publicités pour les jeux d'argent et de hasard par écran publicitaire ». Les 2 autres constituent des nouveautés.

Les changements, c'est maintenant !

Concernant l'affichage, les règles vont changer. Une des chartes veut que les campagnes publicitaires proches des établissements scolaires, mais aussi des structures de soin en addictologie seront « exclus ». Les panneaux dans les gares et stations de métro seront quant à eux « limités ». Enfin, les opérateurs de jeux devront mettre « à disposition de l'ANJ des espaces pour déployer des campagnes d'affichage pour prévenir les risques de jeu excessif ». La dernière charte concerne les publicités digitales. L'accord signé permettra de mieux maîtriser les communications commerciales des opérateurs publiées sur les réseaux sociaux, plateformes, applications mobiles, sites internet. Les influenceurs et ambassadeurs sont

aussi concernés. Les opérateurs s'engagent également à renforcer la protection des mineurs des publicités sur les jeux d'argent. Isabelle FALQUE-PIERROTIN, présidente de l'[ANJ](#) explique : « À quelques jours du début de la Coupe du Monde, la signature de ces chartes dans un esprit de co-régulation est un signal fort de l'ensemble des acteurs concernés pour promouvoir des publicités responsables. » L'application de ces chartes « fera l'objet d'un suivi annuel par l'ANJ ».

Le gouvernement avait anticipé

Si cette annonce de l'ANJ arrive très peu de temps avant le mondial, le gouvernement avait lui aussi anticiper les choses. Santé public France avait lancé sa campagne de prévention sur les paris sportifs. On peut ainsi apercevoir le journaliste [Mohamed Bouhafsi](#) et l'addictologue Laurent Karila échanger sur le sujet. Des courtes vidéos notamment visibles sur YouTube.



La France signe 4 accords pour limiter la publicité des jeux

8 novembre 2022 - 10:05

Jamma.it

7 = interview bfm business d'isabelle faulque pierrotin
L'ANJ veut modérer l'action publicitaire des opérateurs de
jeux d'argent = "On veut que la publicité qui accompagne et
met en musique ces paris soit responsable" - Isabelle
Falque-Pierrotin, Présidente de l'Autorité Nationale des
Jeux (ANJ). (bfm business 22/II/2022)

8 : Paris sportifs et publicité : le secteur sommé de
se modérer =A l'occasion de la Coupe du monde de football
au Qatar, le régulateur des jeux incite à la
responsabilisation des opérateurs de paris sportifs, qui
ont pris des engagements, notamment pour protéger les
mineurs. (le monde, jules thomas,22/II/2022)



AUREL

« Tu pensais prendre du biff, t'as pris une baffe » ; « Pro des paris, j'finis paria. » En sortant mi-novembre le [clip de prévention](#) « T'as vu, t'as perdu », l'Autorité nationale des jeux (ANJ) parodie les publicités passées de certains sites de paris sportifs, en utilisant les mêmes codes, afin de viser la même cible : les très jeunes, réputés plus vulnérables à l'addiction au jeu. Une [enquête](#) de

février 2022 menée par la Société d'entraide et d'action psychologique et l'ANJ révèle que plus d'un tiers des 15-17 ans jouent.

Lire aussi : [Jeux d'argent en ligne : un nouvel arsenal législatif contre les sites illégaux et les influenceurs](#)

Ouvert à la concurrence depuis 2010, le marché des paris sportifs en ligne atteint des sommets : en 2021, les 17 opérateurs agréés (Winamax, BET clic, Unibet...) ont presque doublé leur chiffre d'affaires par rapport à 2020, et 7,89 milliards d'euros ont été misés par les 4 millions de joueurs que recense l'autorité indépendante. Au moins 530 millions d'euros de mises sont attendus à l'occasion de la seule Coupe du monde de football au Qatar, contre 435 lors du dernier championnat d'Europe, en 2021. L'année dernière, principalement, l'Euro a donné lieu à tous les abus en matière de publicité : « Il y a eu une surpression publicitaire. Il fallait mettre les opérateurs face à leurs responsabilités, se souvient Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de l'ANJ. Leur croissance doit préserver le caractère récréatif du jeu d'argent. C'est un marché qui comporte potentiellement des effets toxiques, car il est affiché comme simple, avec un imaginaire qui joue sur les émotions du sport. » En 2021, les 17 opérateurs agréés (Winamax, BET clic, Unibet...) ont presque doublé leur chiffre d'affaires par rapport à 2020 « Les paris sportifs génèrent cinq à six fois plus de risques de jeu addictif par rapport aux jeux de loterie. Sur 100

Annexe 9 = France : les paris sportifs, un fléau qui ruine des vies et plonge les jeunes dans l'addiction : l'agence ANADOLU a rencontré plusieurs parieurs plongés parfois dans une profonde détresse entre addictions , dettes et répercussions familiales (ekip, 24/II/2022 feiza ben Mohamed)

Moins d'une semaine après l'ouverture de la Coupe du monde 2022, les sites de paris sportifs redoublent d'ingéniosité pour amener à eux, une clientèle souvent précaire, lui faisant miroiter des gains alléchants. Derrière ce juteux business se cachent des techniques de marketing qui sont pensées pour attirer les jeunes, souvent issus de milieux précaires ou de quartiers populaires, en reprenant leurs codes et leurs références. L'Agence Andalou a rencontré plusieurs parieurs, plongés parfois dans une profonde détresse, entre addiction, dettes, et répercussions familiales.

- Une communication tournée vers les jeunes en situation de précarité

L'appât du gain peut faire rêver, et pousser à miser de grosses sommes. Mais derrière ce qui apparaît comme un jeu, se cache un marketing bien pensé, tourné vers les quartiers populaires avec des slogans racoleurs. Les « Tout pour la daronne », « BetclicKhalass » ou encore « Grosse côte, gros gains, gros respect » qui ont pullulé pendant l'Euro 2020 sur les sites de paris en ligne, illustrent parfaitement le ciblage communautaire exercé. Dénonçant « des pratiques visées », le député LFI (La France Insoumise) Carlos Martens Bilongo, va déposer « une proposition de loi visant à interdire la publicité des paris sportifs ». Il estime qu'avec la Coupe du monde en cours, « des millions de Français vont se faire flouer/voler sur des paris sportifs à cause de publicités incitatives ». Mais au-delà des slogans, les sites les plus connus s'offrent régulièrement les services de figures des quartiers populaires pour vanter leurs activités. De l'influenceur Mohamed Henni, au rappeur Fianso, en passant par Graduer, ils sont nombreux à bénéficier d'une forte audience et à avoir fait, à un moment ou un autre, la publicité de ces sites décriés. « Le ciblage communautaire, comme en témoigne le champs sémantique de leurs campagnes, est délibéré, structuré. Ils visent des joueurs précaires, dans des zones reléguées », pointait il y a quelques mois le statisticien Marwan Muhammad dans un entretien au journal Le Monde.

- La descente aux enfers à la clé

Ce qui apparaît pourtant comme un simple jeu, se transforme souvent en cauchemar et plonge certains joueurs dans une détresse qui peut devenir inextricable. « Au début je jouais de petites sommes: 5 ou 10 euros par match. mais j'ai très vite augmenté les sommes par appât du gain », explique Karim, dans un entretien à l'Agence Andalou. Employé municipal dans une commune de banlieue parisienne, il reconnaît être « tombé dans un engrenage » duquel il « n'arrive plus à sortir ». « Après avoir remporté des montants conséquents, dépassant les 200 ou 300 euros, j'ai voulu aller plus loin, certain que j'allais encore multiplier les gains mais j'ai foncé droit dans un mur », grince ce père d'un petit garçon de deux ans.

Pour autant, devenu complètement dépendant à ces paris en ligne, qu'il qualifie de « drogue », il ne parvient pas à s'en défaire. Il assure que sa « vie de couple a failli être détruite par ce fléau » mais qu'il continue « discrètement à jouer en priant pour que (son) épouse ne le découvre jamais ». Et les récits sont les mêmes, chez de nombreux joueurs. Nassim, 26 ans, est sans emploi. Le jeune homme explique à l'Agence Andalou qu'il a « emprunté de l'argent » et « vendu des biens personnels pour assouvir ce besoin de parier ». « À

chaque fois, j'étais persuadé que ce coup-ci, j'allais gagner et récupérer l'argent que j'avais perdu, mais c'est devenu de pire en pire », souffle cet habitant d'un quartier sensible des Alpes-Maritimes. Il pointe surtout « les mails qui sont envoyés » dès que le joueur réussit à ne pas parier pendant quelques jours. « Ces messages proposent des réductions et offrent parfois jusqu'à 100 euros de paris gratuits, donc forcément, si tu n'es pas solide, tu cliques, tu te laisses avoir et tu replonges », détaille cet ancien employé de fast-food. Il le reconnaît du bout des lèvres, c'est bien « une addiction », « une drogue », voire même « une maladie » dont il n'arrive pas à se défaire et qu'il cache à ses parents chez qui il vit encore « pour ne pas être mis à la porte ».

- Les autorités veulent un meilleur encadrement des publicités

Santé Publique France estime que 72% des joueurs ont moins de 35 ans et que 40% ont entre 18 et 25 ans tandis que les prévisions de l'Autorité nationale des jeux (ANJ) font état de 500 à 600 millions d'euros qui pourraient être misés en France pendant la Coupe du monde en cours. Interrogée par BFM Business, la présidente de l'ANJ, Isabelle Falque-Pierrotin, tire la sonnette d'alarme et souhaite une meilleure réglementation des publicités sur les paris sportifs. Reconnaisant que « le climat économique actuel fait qu'il y a beaucoup de jeunes qui sont dans une situation de précarité importante », elle fustige le « déferlement médiatique et publicitaire » auquel se sont livrés les sites de paris pendant l'Euro 2020. « Il faut encadrer cette pression publicitaire et éviter que celui qui parie, et qui parie pour la première fois, car il va y avoir beaucoup de nouveaux parieurs, ne tombe dans le jeu excessif », a-t-elle déclaré, plaidant pour « que la publicité qui accompagne ces paris soit responsable ». Et pour mettre en garde contre les conséquences des paris incontrôlés, l'ANJ a mis en ligne, il y a quelques jours, un clip de sensibilisation intitulé « t'as vu, t'as perdu » sur fond de rap. Les paroles sont claires : « toi qui croyait te faire des thunes en un clic, c'est tes économies qui claquent ».

Annexe IO = « Euro et paris sportifs en ligne : l'overdose du « marketing de la misère » = Militants associatifs et personnalités déplorent les campagnes de publicité ciblées envers les jeunes des banlieues, souvent en situation de précarité. Et alertent sur les risques d'addiction et

d'endettement ». (23 juin 2021 , le monde, Stéphanie Marteau (extraits)

L'Euro de football est à mi-parcours, et l'overdose est déjà là. Voilà des semaines que les sociétés de paris sportifs saturent l'espace médiatique, matraquant de spots les avant-matches, parrainant les émissions sportives, multipliant les partenariats avec les influenceurs sur les réseaux sociaux...Les budgets publicitaires du secteur ont augmenté de 26 % depuis 2019. Au point de gravement irriter ceux qui, jusqu'alors, étaient la cible principale et passive de leurs campagnes, les jeunes des quartiers, de plus en plus conscients d'être visés, puis essorés par les bookmakeurs. « Le ciblage communautaire, comme en témoigne le champ sémantique de leurs campagnes, est délibéré, structuré. Ils visent des joueurs précaires, dans des zones reléguées. » Marwan Muhammad, statisticien et militant associatif Animateur, entre autres, sur Clique TV avec Mouloud Achour, [Sébastien Abdelhamid, 221 000 abonnés sur Twitter](#), a été l'un des premiers à dénoncer les risques d'addiction favorisés par ce « marketing de la misère ». « L'esthétique, les codes, les figures qui les portent sont censés s'adresser à la banlieue, et il faut reconnaître que c'est très bien fait », concède-t-il. Il suffit de descendre dans le métro ou d'allumer la télé pour s'en convaincre : la campagne de BET clic (« Bascule dans le Game », avec l'humoriste Thomas Ngijol et les rappeurs Fianso et Dinos, ou le hashtag #Betclickhalass, - khalass signifie « paie » en arabe du Maghreb), celle de Winamax (« Tout pour la daronne », la punch line du Marseillais Mohamed Henni...), celles de Parions sport (du groupe FDJ, qui met en scène des familles et des jeunes essentiellement noirs et arabes) et Unibet (« Bascule en mode Euro », avec les joueurs du PSG Neymar, Mbappé, Marquinhos, Cavani et Kimpembe) visent ostensiblement la jeunesse de banlieue. Si elle « constate le matraquage publicitaire », la porte-parole de (...)

© Jean-Pierre martignoni, mai 2023, université lumière
lyon II , centre max weber (cmw) équipe TIPO, MSH, lyon,
France.