

27.06.2024 - 09:00 Uhr

Une étude d'Addiction Suisse met en lumière l'impact de la publicité pour les jeux de hasard et d'argent sur les jeunes. Une régulation plus stricte s'impose



Lausanne (ots) -

Une [étude multidimensionnelle d'Addiction Suisse](#) explore l'impact de la publicité pour les jeux de hasard et d'argent sur les jeunes. La revue de la littérature scientifique montre un lien entre l'exposition à cette publicité et le comportement de jeu des jeunes. Le groupe de discussion mené avec des jeunes de 15 ans confirme leur exposition à la publicité et son influence sur leurs attitudes. Addiction Suisse appelle à une régulation plus stricte. La Suisse devrait s'inspirer des mesures adoptées par d'autres pays afin de créer un environnement propice au bon développement des jeunes.

En 2024, l'Enquête Suisse sur la Santé de l'Office fédéral de la statistique a révélé qu'en 2022 [6.1 % des jeunes âgé·e·s de 15 à 24 ans](#) présentaient un comportement de jeu d'argent "à risque" ou "pathologique". Pour Addiction Suisse, il est donc essentiel de mettre en lumière les facteurs qui incitent les jeunes à jouer aux jeux de hasard et d'argent. Selon une nouvelle étude financée par le programme *Spielen ohne Sucht* et réalisée par Addiction Suisse, les connaissances scientifiques actuelles permettent d'affirmer que les jeunes sont particulièrement vulnérables à la publicité pour ces jeux, qui les normalise et les rend attrayants tout en occultant les risques associés, dont l'endettement et l'addiction.

Des stratégies marketing ciblées

Les techniques de marketing utilisées par l'industrie des jeux de hasard et d'argent atteignent tout particulièrement les jeunes par le biais des réseaux sociaux, des influenceur·euse·s et du parrainage d'événements sportifs. "À titre d'exemple", explique le co-auteur de l'étude Luca Notari, "une de ces approches consiste à présenter la probabilité de gagner de l'argent dans certains jeux, tels que les paris sportifs, comme reposant sur les compétences et connaissances des joueur·euse·s, ce qui en réalité est une illusion."

Renforcer sans délai le cadre législatif - Les propositions d'Addiction Suisse

L'étude pointe le manque de réglementation stricte, en Suisse, comparé à d'autres pays européens. Tandis que certains pays ont adopté des mesures pour protéger les jeunes, la Suisse reste l'un des pays les moins restrictifs en matière de publicité pour les jeux de hasard et d'argent.

Tania Séverin, directrice d'Addiction Suisse, appelle les autorités à s'inspirer de ce qui se fait à l'étranger : "Il faut renforcer sans délai les mesures de régulation des jeux de hasard et d'argent et, ainsi, mieux protéger notre jeunesse". Addiction Suisse soumet les mesures suivantes à discussion:

- 1. Parrainage responsable** : Interdire l'utilisation de logos ou de noms de sponsors dans le cadre de parrainages d'événements, suivant l'exemple de l'Italie.
- 2. Cadre législatif proactif** : Interdire par défaut toute publicité pour les jeux de hasard et d'argent, sauf rares exceptions, suivant l'exemple de la Belgique.

3. **Contrôle technologique** : Contraindre les fournisseurs de jeux de hasard et d'argent à s'assurer que leur publicité en ligne n'atteint pas les jeunes, comme cela se fait aux Pays-Bas.

Méthodologie de l'étude

Cette étude se base sur un résumé de la littérature scientifique récente, sur un groupe de discussion avec des jeunes, ainsi que sur une analyse de la situation réglementaire pour une sélection de pays.

Voici le lien vers l'étude: <https://www.addictionsuisse.ch/publication/untersuchung-zur-geldspielwerbung-in-der-schweiz/>

Contact:

Luca Notari
Co-auteur de l'étude
lnotari@addictionsuisse.ch
021 321 29 55

Markus Meury
porte-parole
mmeury@suchtschweiz.ch
021 321 29 63

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/10000980/100920996> abgerufen werden.