Le Csa publie une délibération sur la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard

Tirant les premières conclusions, un an après l'entrée en vigueur de la loi du 12 mai 2010 ouvrant à la concurrence le secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne, le Csa a publié, le 27 avril 2011, une nouvelle délibération relative aux « conditions de diffusion, par les services de télévision et de radio, des communications commerciales en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard ». Le Conseil recommande aux acteurs du marché des jeux en ligne d'adopter « une charte d'engagements déontologiques » pour lutter contre la « dénaturation » des programmes. Une nécessaire séparation, dans les programmes, entre contenu relevant de l'information sportive et contenu lié aux paris, est préconisée ; les émissions sportives, notamment radiophoniques, sont particulièrement visées. Le Csa souhaite par ailleurs lutter contre les « publicités non identifiées », lorsque par exemple un pari sportif ou hippique est évoqué dans une émission parrainée par un opérateur de paris, et qu'il est fait référence à la « cote » d'une épreuve ou d'une course. Il est recommandé dans ce cas que soit « mentionnée une cote moyenne ou, à défaut, plusieurs cotes émanant de différents opérateurs ». Enfin, la délibération apporte des précisions sur l'interdiction de l'incitation des mineurs à jouer à des jeux d'argent et de hasard.