

PROGRAMME FÉDÉRAL DE RECHERCHES DROGUES

RÉSUMÉ

GAMSPON

La relation entre le parrainage des jeux d'argent et la normalisation des jeux d'argent

Prof. Liselot Hudders (UGent), Dr. Steffi De Jans (UGent), Prof. Bram Constandt (UGent), Prof. Charlotte Colman (UGent), Dr. Stefaan Demarest (Sciensano), Dr. Elise Braekman (Sciensano), Sarie De Graeve (UGent), Bram Hartmann (UGent), Catho Boone (Sciensano), Dr. Valerie Verdoodt (UGent), Michelle Bouw (UGent)

GAMSPON

La relation entre le parrainage des jeux d'argent et la normalisation des jeux d'argent

Contrat - DR/95/GAMSPON

RÉSUMÉ

PROMOTEURS: Prof. Liselot Hudders (UGent)
Dr. Steffi De Jans (UGent)
Prof. Bram Constandt (UGent)
Prof. Charlotte Colman (UGent)
Dr. Stefaan Demarest (Sciensano)
Dr. Elise Braekman (Sciensano)

AUTEURS: Prof. Liselot Hudders (UGent)
Dr. Steffi De Jans (UGent)
Prof. Bram Constandt (UGent)
Prof. Charlotte Colman (UGent)
Dr. Stefaan Demarest (Sciensano)
Dr. Elise Braekman (Sciensano)



Publié en 2025 par la Politique scientifique fédérale (BELSPO)

WTC III

Boulevard Simon Bolivar 30

B-1000 Bruxelles

Belgique

Tél: +32 (0)2 238 34 11 - Fax: +32 (0)2 230 59 12

<http://www.belspo.be>

<http://www.belspo.be/drugs>

Personne de contact: Prof. Liselot Hudders

Tél: +32 9 264 91 89

Ni la Politique scientifique fédérale, ni aucune personne agissant au nom de la Politique scientifique fédérale ne peuvent être tenus responsables de l'utilisation qui serait faite des informations suivantes. Les auteurs sont les seuls responsables du contenu de ce document.

Cette publication ne peut être reproduite, même partiellement, archivée ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit (électronique, mécanique, photocopies, enregistrement ou autre sans qu'y figurent les références suivantes:

De Jans, S., Verdoodt, V., Hudders, L., Colman, C., De Graeve, S., Boone, C., Constandt, B., Braekman, E., Demarest, S., Hartmann, B., & Bouw, M. (2026). *La relation entre le parrainage des jeux d'argent et la normalisation des jeux d'argent*. Résumé. Bruxelles: Politique scientifique fédérale 2026 – 5 p. (Programme fédéral de recherche drogues)

Publicité et parrainage des jeux d'argent en Belgique

Où tracer la ligne ?

Projet GAMSPON (2022-2026)*
*GAMbling SPONsorship

Recherche sur l'exposition des jeunes et des adultes belges à la publicité et au parrainage liés aux jeux d'argent, ainsi que sur leur impact. Au cœur de cette recherche: la normalisation des jeux d'argent.

Collaboration entre l'Université de Gand et Sciensano

Contribution de décideurs politiques, d'experts du vécu et de services de prévention et d'accompagnement

Approche multiméthodologique

La recherche

Une combinaison de:

Recherche quantitative

- Enquête nationale de santé (2023–2024): 4.926 Belges (âgés de 15 ans et plus)
- Enquête UEFA Euro 2024: 1.611 participants de Flandre
- 4 études expérimentales: 950 participants adultes de Flandre

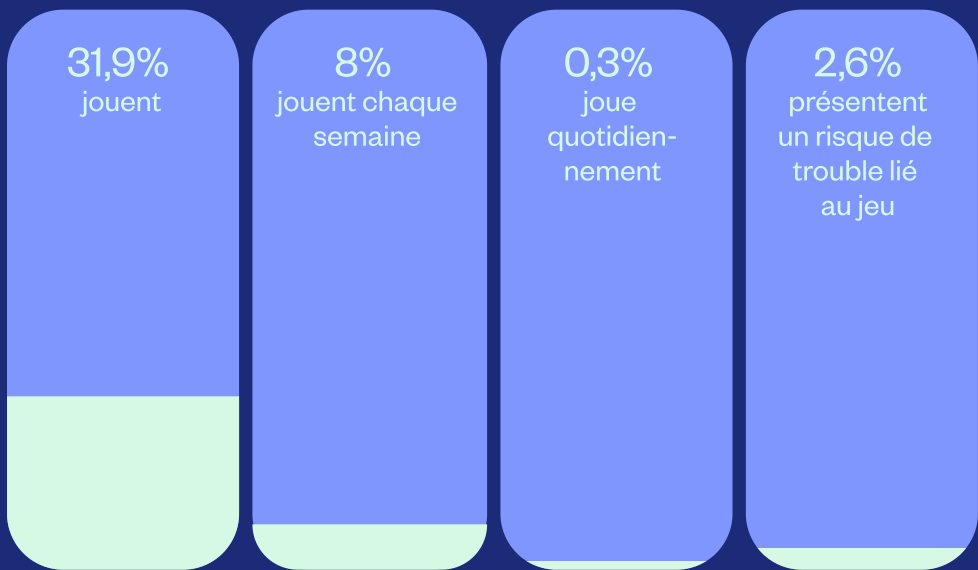
Recherche qualitative

- Entretiens approfondis: 12 adolescents flamands (16–18 ans)
- 2 groupes de discussion: 6 experts du vécu
- 2 sessions de co-création: 15 parties prenantes professionnelles et 7 experts académiques

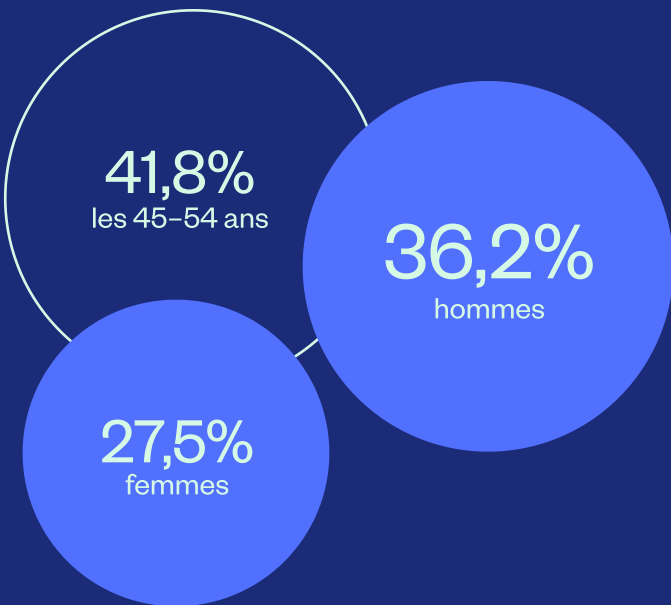
Résultats

Prévalence et fréquence des jeux d'argent

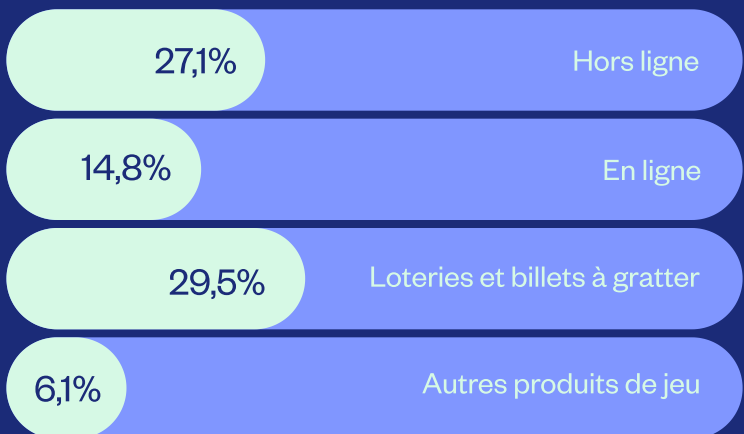
Les jeux d'argent en Belgique



Qui joue le plus ?



Activités de jeux d'argent les plus populaires



Exposition à la publicité et au parrainage des jeux d'argent

- L'exposition reste élevée, même après le durcissement de la réglementation
- 53.6% des Belges déclarent avoir vu de la publicité pour les jeux d'argent chaque semaine au cours des six derniers mois
 - Aucune différence significative avant et après l'interdiction de la publicité
 - Exposition la plus élevée parmi les hommes et les 15–34 ans
 - Principaux canaux: télévision, sites web et applications, réseaux sociaux
- 61.1% déclarent une exposition fréquente au parrainage des jeux d'argent
 - Principalement via: télévision, reportages sportifs, événements sportifs

Lien entre exposition et comportement de jeu

- Une exposition plus élevée est associée à une augmentation des comportements de jeu
- Le parrainage a plus d'impact que la publicité classique sur les réseaux sociaux (car des motivations altruistes sont attribuées à la marque de jeu)
- Les Belges sont plus critiques envers les sponsors liés aux jeux d'argent qu'envers les sponsors sportifs non controversés
- La normalisation des jeux d'argent constitue un facteur explicatif

Des ddcideurs politiques et organisations de la société civile

Des experts du vécú

Des experts académiques

1. Modifier le discours autour des jeux d'argent: passer du divertissement à une activité commerciale potentiellement nuisible

- Positionner les jeux d'argent comme une question de santé publique, et non uniquement économique
- Uniformiser la terminologie dans la communication gouvernementale: employer un langage transparent qui n'euphémise pas les jeux d'argent en simples loisirs
- Adopter « un langage centré sur la personne » dans les politiques

2. Ancrer la politique dans la recherche indépendante

- Financement structurel pour la recherche indépendante sur l'impact de la publicité et du parrainage des jeux d'argent
- Mettre en place un système permanent de monitoring pour la détection précoce de nouvelles pratiques de marketing
- Évaluer régulièrement la politique en matière de publicité

3. Tendre vers une interdiction totale de la publicité et du parrainage, cela garantirait:

- Clarté : pas d'exceptions ni de divergences d'interprétation
- Efficacité : pas de contournement des règles
- Protection : moins d'exposition des jeunes et groupes à risque
- Dénormalisation : moins de visibilité structurelle des jeux d'argent

4. Traiter la Loterie Nationale comme les autres opérateurs

- Appliquer les mêmes règles en matière de publicité et de parrainage

5. Renforcer le contrôle et l'application, donner plus de pouvoirs à la Commission des Jeux de Hasard

- Assurer des sanctions efficaces et un mécanisme de signalement accessible
- Favoriser la collaboration entre domaines politiques (économie, protection des consommateurs, santé publique)

6. Penser au-delà des frontières nationales

- Une coordination européenne et internationale est nécessaire pour garantir une protection effective

7. Investir dans la prévention ciblée

- Fournir des informations factuelles sur les risques sans promouvoir le jeu
- Cibler les jeunes, jeunes adultes et autres groupes à risque
- Impliquer les parents, écoles, organisations sportives et activités de loisirs
- Réduire la visibilité et l'accessibilité des produits de jeu
- Mettre en place des messages d'avertissement efficaces et informer sur les ressources d'aide