

**DÉCISION N°2023-026 DU 16 FÉVRIER 2023
RELATIVE À LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE
DE LA SOCIÉTÉ B.E.S. SAS POUR L'ANNÉE 2023**

Le collège de l'Autorité nationale des jeux ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, notamment ses articles 49 et 56 ;

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment le Titre II de son Livre III ;

Vu la loi n°2010-476 du 12 mai 2010 modifiée relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne, notamment le IV de son article 34 ;

Vu l'ordonnance n°2019-1015 du 2 octobre 2019 réformant la régulation des jeux d'argent et de hasard ;

Vu le décret n°2020-1349 du 4 novembre 2020 relatif aux modalités de régulation de l'Autorité nationale des jeux, notamment ses articles 6 à 10 ;

Vu l'arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs ;

Vu la décision n°2023-007 du 16 février 2023 de l'Autorité nationale des jeux portant approbation du plan d'actions en vue de prévenir le jeu excessif ou pathologique et le jeu des mineurs pour 2023 de la société B.E.S. SAS ;

Vu la communication n°2022-C-001 du 17 février 2022 de l'Autorité nationale des jeux portant adoption de lignes directrices relatives aux contenus des communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ;

Vu la communication n°2022-C-002 du 17 février 2022 portant adoption de recommandations relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux agréés ou titulaires de droits exclusifs ;

Vu la communication n° 2022-C-003 du 20 octobre 2022 portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière ;

Vu la demande de la société B.E.S. SAS du 19 décembre 2022 tendant à l'approbation de la stratégie promotionnelle pour l'année 2023 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 16 février 2023,

Considérant ce qui suit :

1. L'article L. 320-2 du code de la sécurité intérieure dispose : « *Les jeux d'argent et de hasard qui, à titre dérogatoire, sont autorisés en application de l'article L. 320-6 ne sont ni un commerce ordinaire, ni un service ordinaire* ». Ainsi, l'exploitation de ces jeux, qu'elle soit placée sous un régime de droits exclusifs ou d'agrément, fait l'objet d'un encadrement strict afin de prévenir les risques d'atteinte à l'ordre public et l'ordre social, particulièrement en matière de prévention contre l'assuétude au jeu et de protection des mineurs, contribuant ainsi à la préservation de l'objectif à valeur constitutionnelle du droit à la protection de la santé que garantit le onzième alinéa du Préambule de la Constitution de 1946. Ces éléments ont justifié la mise en place d'une régulation exigeante de la publicité relative aux jeux d'argent.

2. Si la loi du 12 mai 2010 susvisée, qui a ouvert le secteur des jeux d'argent et de hasard à la concurrence, n'a pas exclu le droit pour les opérateurs légalement autorisés de promouvoir leur offre de jeux auprès du public, cette promotion doit seulement leur permettre, ainsi que le montrent les travaux parlementaires relatifs à cette loi, de rendre publique cette offre de jeux légalement autorisée en la distinguant ainsi de l'offre de jeux illégale. Ainsi, la faculté ouverte aux opérateurs de réaliser des communications commerciales n'a pas vocation à entretenir entre eux une concurrence exacerbée, susceptible notamment de conduire à une pratique excessive des jeux d'argent et à susciter ou stimuler l'appétence des mineurs pour le jeu.

3. Un développement immodéré de la publicité serait en effet incompatible avec la raison impérieuse d'intérêt général tenant à la protection des mineurs et la prévention du jeu excessif ou pathologique et celle consistant en la canalisation de l'offre de jeu dans les circuits légaux qui justifient, conformément à une jurisprudence constante de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), les restrictions apportées par le législateur français aux libertés d'établissement et de prestation de services, protégées respectivement par les articles 49 et 56 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE). L'Etat membre qui agit de la sorte doit toutefois mener une politique cohérente et systématique, ce qui implique qu'il exerce un contrôle continu et concret sur les opérateurs qu'il autorise à prester sur son territoire, en vérifiant que l'offre de jeux proposée par ces opérateurs, et la politique commerciale qui lui est adossée, ne soit pas à ce point attractive qu'elle revient, dans les faits, à empêcher la réalisation de l'objectif que l'Etat membre prétend poursuivre. C'est pourquoi il lui revient de veiller à ce que, pour attrayante et dynamique qu'elle puisse être, la stratégie promotionnelle des opérateurs qu'il agréé ne suscite pas une pratique excessive des jeux d'argent ou du jeu des mineurs que les opérateurs doivent par ailleurs contribuer à prévenir.

4. L'ordonnance du 2 octobre 2019 s'inscrit pleinement dans cette perspective de protection qu'elle vise à asseoir et renforcer. Ainsi, aux termes du 1° de l'article L. 320-3 du code de sécurité intérieure dans sa rédaction résultant de l'ordonnance, la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent, « *a pour objectif de limiter et d'encadrer l'offre et la consommation des jeux et d'en contrôler l'exploitation afin de [notamment] : 1° prévenir le jeu excessif ou pathologique et protéger les mineurs (...)* », les opérateurs étant tenus de concourir à la réalisation de celui-ci en application de l'article L. 320-4 du même code. L'objectif de prévention du jeu excessif ou pathologique et de protection des mineurs constitue le premier des quatre objectifs de la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent énoncés à l'article L. 320-3 du code de sécurité intérieure. Plus spécifiquement, selon les dispositions du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 précitée, les

opérateurs titulaires de droits exclusifs et les opérateurs de jeux ou de paris en ligne soumettent, chaque année, à l'approbation de l'Autorité, dans des conditions fixées par le décret n°2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé, un document présentant leur stratégie promotionnelle sur tout support, notamment les éléments mentionnés au premier alinéa de l'article 7 dudit décret, parmi lesquels, notamment « *une évaluation de son impact au regard du premier objectif mentionné à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure* ». Au terme de son examen, l'Autorité définit, le cas échéant, les conditions sous réserve desquelles la stratégie promotionnelle est approuvée et peut limiter les offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs. Le non-respect de ces préconisations peut conduire l'Autorité, le cas échéant, à saisir sa commission des sanctions sur le fondement de l'article 43 de la loi du 12 mai 2010 susvisée.

5. Il résulte de ces dispositions que l'Autorité doit s'assurer que la stratégie promotionnelle présentée chaque année par les opérateurs est propre à assurer une conciliation équilibrée entre, d'une part, leur objectif légitime de faire connaître leur offre de jeux au public et de se différencier de l'offre illégale, et, de l'autre, la satisfaction des objectifs légaux dont ils ont la charge, en particulier celui visant à prévenir le jeu excessif ou pathologique et à protéger les mineurs.

6. C'est à la lumière de l'ensemble de ces éléments qu'il incombe à l'Autorité d'examiner la demande d'approbation de la stratégie promotionnelle pour 2023 de la société B.E.S. SAS.

7. Il ressort de l'instruction que si la stratégie promotionnelle de la société B.E.S. SAS apparaît globalement équilibrée et ne diffère pas significativement de celle qu'il a conduite en 2022. Elle est assise sur un budget marketing (hors gratification) relativement modeste ([...]), en augmentation de [...] % par rapport à l'année précédente et capitalise sur une image de marque reconnue à l'international. L'opérateur affiche notamment l'ambition d'être présent lors des grands événements sportifs *via* la poursuite de ses partenariats (« *sponsoring* ») pour les courses automobiles ou le football, avec l'écurie automobile [...] s'agissant de l'offre de poker et avec [...] s'agissant de l'offre de paris sportifs.

8. En premier lieu, s'agissant de la protection des mineurs, l'Autorité observe que la politique promotionnelle présentée par la société B.E.S. SAS peut, dans une certaine mesure, présenter un risque de jeu des mineurs en raison de la stratégie de marketing numérique sur laquelle elle s'appuie et qui vise certains réseaux sociaux plébiscités par le jeune public. Il convient cependant de relever que l'opérateur indique ne pas recourir au marketing d'influence et déclare par ailleurs mettre en œuvre des mesures permettant de limiter l'accès des mineurs à ses communications commerciales.

9. En second lieu, s'agissant de la prévention du jeu excessif, l'Autorité relève que, pour fidéliser sa clientèle existante et recruter de nouveaux joueurs, la société B.E.S. SAS entend mobiliser une large gamme de techniques promotionnelles et mettre en œuvre une politique incitative de gratifications financières, en particulier dans un objectif de rétention, qui pourraient avoir pour effet de favoriser une intensification des pratiques de jeu. L'opérateur indique cependant vouloir exclure tous les joueurs dont les pratiques de jeu s'avèrent excessives ou pathologiques de la liste des destinataires de ses communications commerciales et à respecter toutes les mesures préventives prévues par la « *charte d'engagement pour une publicité numérique responsable pour le secteur des jeux d'argent et de hasard* », dont il est signataire. Il précise également qu'il entend, d'une part, réduire progressivement le recours aux gratifications financières au bénéfice de l'amélioration de

l'expérience client et, d'autre part, faire pleinement application des lignes directrices et recommandations susvisées relatives aux offres commerciales comportant une gratification financière.

10. Il résulte ainsi de ce qui précède qu'il y a lieu d'approuver la stratégie promotionnelle présentée par la société B.E.S. SAS pour l'exercice 2023, sous réserve cependant des conditions prescrites en forme de rappels aux articles 2 à 6 de la présente décision.

DÉCIDE :

Article 1^{er} : L'Autorité nationale des jeux approuve la stratégie promotionnelle de la société B.E.S. SAS pour l'année 2023, sous les conditions énoncées aux articles 2 à 6.

Article 2 : La société B.E.S. SAS s'assure que le contenu de ses communications commerciales respecte les dispositions des articles D. 320-9 et D. 320-10 du code de la sécurité intérieure, telles qu'interprétées par l'Autorité dans les lignes directrices susvisées du 17 février 2022.

Article 3 : La société B.E.S. SAS, qui est tenue de faire obstacle à la participation de mineurs aux jeux d'argent et de hasard, doit veiller à limiter au maximum l'exposition de ce public à ses communications commerciales. D'une manière générale, la société B.E.S. SAS devra mettre en place toute mesure adéquate pour prévenir le jeu des mineurs, en s'appuyant par exemple sur les mesures de restriction d'accès aux communications commerciales proposées au II.3 des recommandations adoptées par l'Autorité dans sa communication du 17 février 2022 susvisée.

Article 4 : Conformément aux articles L. 320-11 et L. 320-12 du code de la sécurité intérieure, la société B.E.S. SAS doit veiller à informer les joueurs des risques liés au jeu excessif ou pathologique par la diffusion du message de mise en garde, de manière parfaitement visible, dans l'ensemble de ses communications commerciales, y compris lorsque de telles communications commerciales sont réalisées en exécution d'un contrat de partenariat sportif, d'un contrat d'affiliation ou de marketing d'influence. La société B.E.S. SAS est invitée sur ce point à se référer au II.5 des recommandations de adoptées par l'Autorité dans sa communication du 17 février 2022 susvisée, qui présente des exemples de bonnes pratiques en la matière.

Article 5 :

5.1. La société B.E.S. SAS veille à adopter un usage modéré des outils promotionnels les plus attractifs, notamment ceux fondés sur le marketing direct et le ciblage publicitaire, qui ne doivent pas inciter excessivement au jeu, ni favoriser le développement, le maintien ou la reprise de pratiques de jeu excessives ou risquées. A ce titre, elle est invitée sur ce point à se référer aux recommandations de l'Autorité relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux agréés et à la « *charte d'engagement pour une publicité digitale responsable pour le secteur des jeux d'argent et de hasard* » en vue de limiter le nombre de communications commerciales par jour et par support envoyées aux utilisateurs (par site internet, par plateforme sociale et par moteur de recherche).

5.2. Il incombe à la société B.E.S. SAS de veiller, d'une part, à ce que les gratifications financières qu'elle propose pour recruter ou fidéliser les joueurs demeurent modérées et compréhensibles par le public et, d'autre part, à ne pas proposer ces gratifications aux joueurs qu'elle identifie comme

potentiellement excessifs ou pathologiques. Elle fait preuve, à ce titre, d'une attention particulière lorsque ces gratifications s'adressent aux joueurs dont les pratiques de jeu sont les plus intensives en termes de fréquence et de dépenses de jeu, tout particulièrement dans le cadre des programmes de fidélité proposés par l'opérateur, afin d'éviter de favoriser un basculement vers un jeu excessif ou pathologique. La société B.E.S. SAS se réfère sur ce point aux lignes directrices et recommandations susvisées adoptées par l'Autorité au sujet des offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière.

Article 6 : Dans le cas où la société B.E.S. SAS souhaiterait modifier ou compléter sa stratégie promotionnelle en cours d'année, elle en informera l'Autorité selon les mêmes modalités que celles prévues par le décret n°2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification ou ce complément. L'Autorité se prononcera sur la modification projetée ou le complément envisagé dans les deux mois suivant la réception de cette information.

Article 7 : Le directeur général de l'Autorité nationale des jeux est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée à la société B.E.S. SAS et publiée sur le site Internet de l'Autorité.

Fait à Paris, le 16 février 2023.

La Présidente de l'Autorité nationale des jeux

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Décision publiée sur le site de l'ANJ le 22 février 2023