

DÉCISION N°2025-145 DU 24 JUILLET 2025
RELATIVE À LA MODIFICATION DE LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE DE LA
SOCIÉTÉ LA FRANÇAISE DES JEUX POUR L'ANNÉE 2025 POUR SON ACTIVITÉ
EN CONCURRENCE, REPRISE PAR LA SOCIÉTÉ FDJ ONLINE BETTING AND
GAMING FRANCE

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 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 communication n° 2023-C-001 du 25 mai 2023 portant adoption de lignes directrices et recommandations relatives aux contrats de partenariat sportif des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ;

Vu la décision n° 2024-174 du collège de l'Autorité nationale des jeux du 17 décembre 2024 relative à la stratégie promotionnelle de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour son activité en concurrence pour 2025 ;

Vu la décision n° 2025-101 du collège de l'Autorité nationale des jeux du 10 avril 2025 relative à la stratégie promotionnelle de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour son activité en concurrence pour 2025 ;

Vu la demande de la société LA FRANÇAISE DES JEUX du 30 juin 2025 tendant à l'approbation de la modification de sa stratégie promotionnelle pour son activité en concurrence pour l'année 2025 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 24 juillet 2025,

Considérant ce qui suit :

Contexte et objet de la demande

1. Le 30 octobre 2024, la société LA FRANÇAISE DES JEUX a saisi l'Autorité nationale des jeux (ANJ) en vue de l'approbation de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2025 sur le fondement du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée, demande complétée le 18 novembre 2024.

2. Dans sa décision du 17 décembre 2024, le collège de l'Autorité a notamment relevé que la stratégie promotionnelle de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour 2025, laquelle était assise sur un budget global de [...], présentait un risque d'intensification de la pression publicitaire, d'exposition des mineurs et des publics à risque et plus généralement de stimulation excessive des joueurs. Le collège de l'Autorité a précisé qu'un tel risque résultait tant de l'importance de la politique *marketing* de l'opérateur, que de sa politique de distribution de gratifications financières de rétention, dont les budgets prévisionnels respectifs pour 2025 ([...] et [...]) présentaient une augmentation significative par rapport aux budgets exécutés en 2024, alors que l'année 2025 est exempte d'évènement sportif majeur par rapport à l'année exceptionnelle que fut 2024, au cours de laquelle se sont notamment déroulés l'Euro de football et les Jeux Olympiques de Paris. Le collège de l'Autorité n'a, en conséquence, approuvé cette demande que sous réserve des conditions prescrites aux articles 2 à 4 de cette décision, dont celles qui suivent : « **2.1.** La société LA FRANÇAISE DES JEUX s'attache à diminuer sa stratégie promotionnelle sur les points suivants : / a) en limitant son budget marketing par rapport au montant prévisionnel indiqué dans son dossier de demande d'approbation de sa stratégie promotionnelle pour 2025 ; / b) en limitant les offres commerciales comportant une gratification financière de rétention par rapport aux volume et budget prévisionnels indiqués dans son dossier de demande d'approbation de sa stratégie promotionnelle pour 2025. / **2.2.** La société LA FRANÇAISE DES JEUX présentera à l'Autorité les modifications envisagées pour obtenir cette diminution selon les mêmes modalités que celles prévues par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé, au plus tard le 17 février 2025. L'Autorité se prononcera sur la modification projetée dans les deux mois suivant la réception de cette information. ».

3. A la suite de cette décision, la société LA FRANÇAISE DES JEUX a déposé, le 17 février 2025, un nouveau dossier de demande d'approbation portant sur les volets « *budget marketing* » et « *gratifications financières de rétention* » de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2025, ce dépôt ayant été complété le 28 mars 2025. Cette nouvelle demande faisait état d'un budget alloué aux opérations *marketing* à hauteur de [...], en diminution de [...] % ([...]) par rapport à celui

annoncé dans sa première demande et d'un budget alloué aux gratifications financières de rétention s'élevant désormais à [...], en diminution de [...] % ([...]).

4. Le 10 avril 2025, le collège de l'Autorité a approuvé le nouveau dossier de demande d'approbation de la société LA FRANÇAISE DES JEUX portant sur les volets « *budget marketing* » et « *gratification financière de rétention* » de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2025.

5. Le 30 juin 2025, la société LA FRANÇAISE DES JEUX a déposé, en application de l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé, une demande d'approbation d'une modification de sa stratégie promotionnelle pour son activité en concurrence pour l'année 2025, qu'elle justifie par ses « *performances sur 2025* », lesquelles la conduiraient « *à anticiper une augmentation du budget alloué aux gratifications financières [...]* ». Le même jour, cette activité a fait l'objet d'un apport partiel d'actif au bénéfice de la société FDJ ONLINE BETTING AND GAMING FRANCE, de sorte que la stratégie promotionnelle pour 2025 de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour son activité en concurrence, telle qu'approuvée par l'Autorité dans sa décision du 10 avril dernier, est mise en œuvre par la société FDJ ONLINE BETTING AND GAMING FRANCE depuis le 30 juin dernier.

Cadre juridique

6. 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 à l'ordre social, en particulier par la prévention contre l'assuétude au jeu et la 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.

7. 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 « *la description des différents médias et de tout autre vecteur utilisés pour la promotion de l'offre de jeu, une estimation des budgets alloués à chaque vecteur et leur évolution pendant l'année en cours, une description du type de clientèle visée, des différents jeux concernés et une évaluation de son impact au regard du premier objectif mentionné à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure. Dans le cas des offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs, l'opérateur décrit les mécanismes permettant aux joueurs de bénéficier de ces gratifications* ». Au terme de son examen, l'Autorité définit, le cas échéant, les conditions sous réserve desquelles la stratégie promotionnelle est approuvée, et peut notamment 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.

8. L'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé prévoit expressément que dans le cas où l'opérateur souhaite modifier sa stratégie promotionnelle en cours d'année, il en informe l'Autorité nationale des jeux selon les mêmes modalités que celles définies à l'article 7 de ce même décret, et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification, l'Autorité se prononçant sur la modification projetée dans les deux mois suivant la réception de cette information. L'arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs susvisé précise que « *ces modifications s'entendent comme une évolution substantielle de la manière dont l'opérateur effectue la promotion de son offre, susceptible de créer ou de renforcer des risques nouveaux relatifs au jeu excessif ou au jeu des mineurs* ».

9. Il résulte de l'ensemble de ces dispositions qu'un opérateur ne saurait mettre en œuvre une stratégie promotionnelle substantiellement modifiée sans l'autorisation préalable de l'Autorité, le cas échéant assortie de prescriptions, sauf à s'exposer au risque qu'un manquement susceptible de conduire à l'ouverture d'une procédure de sanction lui soit imputé. Il incombe par ailleurs à l'Autorité, saisie d'une telle demande, d'apprécier si la stratégie promotionnelle modifiée que l'opérateur projette de déployer est conforme à l'obligation, qui pèse sur lui en vertu des articles L. 320-3 et L. 320-4 combinés du code de la sécurité intérieure, de concourir à l'objectif de prévention du jeu excessif ou pathologique et du jeu des mineurs.

10. 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 modification de la stratégie promotionnelle pour 2025 de la société LA FRANÇAISE DES JEUX.

Examen de la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle projetée par la société LA FRANÇAISE DES JEUX

11. L'Autorité relève que la société LA FRANÇAISE DES JEUX souhaite désormais positionner son investissement global à hauteur de [...], soit une augmentation de [...] % par rapport à sa stratégie promotionnelle telle qu'approuvée par la décision du collège de l'Autorité du 10 avril 2025, revenant ainsi à un budget global similaire ([...]) à celui ayant donné lieu à la décision du 17 décembre 2024. Il ressort en particulier de l'instruction que la société LA FRANÇAISE DES JEUX entend augmenter son budget alloué aux gratifications financières (d'acquisition et de rétention), à hauteur de [...] soit une hausse de [...] %, ce budget se répartissant entre les offres de rétention ([...]), en hausse de [...] % et les offres d'acquisition ([...]), en hausse de [...] %. Ces réévaluations sont particulièrement marquées s'agissant des gratifications financières sur le segment [...], la société LA FRANÇAISE DES JEUX souhaitant augmenter les offres de rétention de [...] % et celles d'acquisition de [...] %, toujours par rapport à sa stratégie promotionnelle approuvée par la décision du 10 avril 2025.

12. L'Autorité constate que l'augmentation des investissements envisagée constitue une évolution substantielle de la stratégie promotionnelle de l'opérateur, qui devait en conséquence être soumise à l'approbation de l'Autorité deux mois avant sa mise en œuvre, conformément aux dispositions à l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé.

13. **A titre liminaire**, l'Autorité relève qu'il ressort du dossier de demande d'approbation de la modification de sa stratégie promotionnelle pour 2025 que la société LA FRANÇAISE DES JEUX a déjà engagé, de janvier à mai 2025, les investissements en hausse désormais annoncés,

nonobstant les décisions des 17 décembre 2024 et du 10 avril 2025, et sans prendre en compte le délai de deux mois dont l'Autorité dispose pour se prononcer sur la modification substantielle qui en résulte. Une telle situation pourrait être regardée comme un manquement de l'opérateur à ses obligations tirées des dispositions de l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé, susceptible de donner lieu à une procédure de sanction.

14. En premier lieu, l'Autorité relève que le volume important et en augmentation des gratifications financières de rétention envisagé par la société LA FRANÇAISE DES JEUX ne saurait être justifié par les « *performances* » dont elle se prévaut. En effet, ces performances, tirées par l'augmentation du nombre de nouveaux joueurs, tiennent non pas à une évolution [...] qu'elle n'aurait pu anticiper à la date du dépôt de ses stratégies promotionnelles à la fin de l'année 2024 puis en février 2025, mais à une stratégie [...] de distribution de gratifications financières d'acquisition mise en œuvre dès le début de l'année 2025, sans qu'elle ait préalablement été annoncée dans ses stratégies promotionnelles ayant donné lieu aux décisions des 17 décembre 2024 et 10 avril 2025. Ainsi, il ressort notamment de l'instruction que [...] % du budget annuel dédié aux gratifications financières d'acquisition pour [...], tel qu'annoncé dans ses deux premières stratégies promotionnelles pour 2025, a d'ores et déjà été dépensé au cours des cinq premiers mois de l'année 2025. La société LA FRANÇAISE DES JEUX entend d'ailleurs poursuivre cette méthode [...] de recrutement de nouveaux joueurs, en prévoyant d'augmenter respectivement de [...] % le budget consacré aux offres commerciales de gratification financière d'acquisition et de [...] % le budget consacré à [...] par rapport à sa stratégie promotionnelle telle qu'approuvée par la décision du 10 avril 2025. Il apparaît ainsi que la société LA FRANÇAISE DES JEUX a engagé, dès le début de l'année 2025, une stratégie, au demeurant non déclarée, consistant à acquérir [...] de nouveaux joueurs, qui a conduit à une augmentation mécanique du budget de gratifications financières de rétention, alors même que le collège de l'Autorité avait demandé de réduire celui-ci par sa décision du 17 décembre 2024. Ce faisant, l'opérateur a, dans les faits, délibérément ignoré les prescriptions de cette décision et contrevenu à son engagement de réduire ce budget tel qu'acté par la décision du 10 avril 2025.

15. En deuxième lieu, l'Autorité relève que les modifications envisagées par la société LA FRANÇAISE DES JEUX engendreraient un dépassement de [...] % du budget relatif aux gratifications financières de rétention tel que présenté dans la première stratégie promotionnelle de l'opérateur, et qui avait conduit le collège de l'Autorité à ordonner une limitation de ces offres par sa décision du 17 décembre 2024. Or, et ainsi que le collège de l'Autorité l'a rappelé à plusieurs reprises dans les décisions susvisées, si les opérateurs agréés peuvent proposer des offres de gratification financière pour fidéliser leur clientèle, ils doivent néanmoins s'abstenir d'encourager une pratique excessive du jeu. En l'espèce, la stratégie présentée, eu égard notamment au montant moyen des offres commerciales de gratification financière de rétention de la société LA FRANÇAISE DES JEUX et au niveau d'exposition des joueurs à ces offres, apprécié, entre autres, en fonction de leur montant global rapporté, tant au produit brut des jeux (PBJ) réalisé par la société LA FRANÇAISE DES JEUX, qu'au nombre de comptes de joueurs actifs (CJA) ouverts chez l'opérateur, présente un risque sensible d'intensification des pratiques de jeu pouvant favoriser un basculement vers un jeu excessif ou pathologique, en particulier s'agissant des personnes les plus vulnérables (notamment les 18-25 ans et les joueurs à risque).

16. Enfin, l'Autorité relève que la société LA FRANÇAISE DES JEUX n'accompagne sa demande d'aucun élément susceptible de pondérer ce risque avéré du point de vue du jeu excessif ou pathologique, lequel ne saurait, par ailleurs, être atténué par la baisse de [...] % du budget

consacré au *marketing* dont fait part la société LA FRANÇAISE DES JEUX afin, selon ses propres termes, de « *compenser* » sur le plan comptable l'augmentation relative aux gratifications financières.

17. Il suit de là que la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour 2025 ne peut qu'être rejetée.

DÉCIDE :

Article 1^{er} : L'Autorité nationale des jeux rejette la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle de la société LA FRANÇAISE DES JEUX pour l'année 2025 pour son activité en concurrence, reprise par la société FDJ ONLINE BETTING AND GAMING FRANCE.

Article 2 : La directrice générale de l'Autorité nationale des jeux est chargée de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée aux sociétés LA FRANÇAISE DES JEUX et FDJ ONLINE BETTING AND GAMING FRANCE et publiée sur le site Internet de l'Autorité.

Fait à Issy-les-Moulineaux, le 24 juillet 2025.

La Présidente de l'Autorité nationale des jeux

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Décision publiée sur le site de l'ANJ le 30 juillet 2025