



Analyse du marché des jeux d'argent

Année 2021

Introduction

L’Autorité nationale des jeux (ANJ) a pour mission de veiller à la régulation du marché des jeux d’argent en France. Son territoire d’intervention comprend l’ensemble des composantes des jeux d’argent :

- les jeux en ligne comme les paris sportifs et hippiques et le poker, proposés par les 15 opérateurs agréés ;
- tous les jeux de la Française des Jeux ou du PMU vendus en points de vente physique, à distance ou en ligne;
- les 235 hippodromes ;
- les 202 casinos et 7 clubs de jeux parisiens. Les questions de lutte contre le blanchiment et de l’intégrité de l’offre de jeu de ces acteurs sont sous la responsabilité du ministère de l’Intérieur.

L’ANJ présente plusieurs fois par an les principales données économiques du marché des jeux d’argent et de hasard. Ce rapport présente les résultats du marché en 2021, ainsi que des données plus détaillées sur l’évolution des jeux en ligne au 4e trimestre.

Méthodologie

Pour la première fois, le présente une vision consolidée de la performance économique de l’ensemble des acteurs et segments du marché en 2021. Il repose sur les données transmises les opérateurs de jeux agréés et le PMU, ainsi que sur les chiffres publiés par la Française des jeux. Les informations relatives secteur des casinos et des cercles de jeux sont quant à elles fournies par le service central des courses et jeux (SCCJ) du ministère de l’intérieur, qui est chargé de la police administrative et judiciaire de ce secteur d’activité. Ils portent sur la période de référence allant du 1^{er} novembre 2020 au 30 octobre 2021.

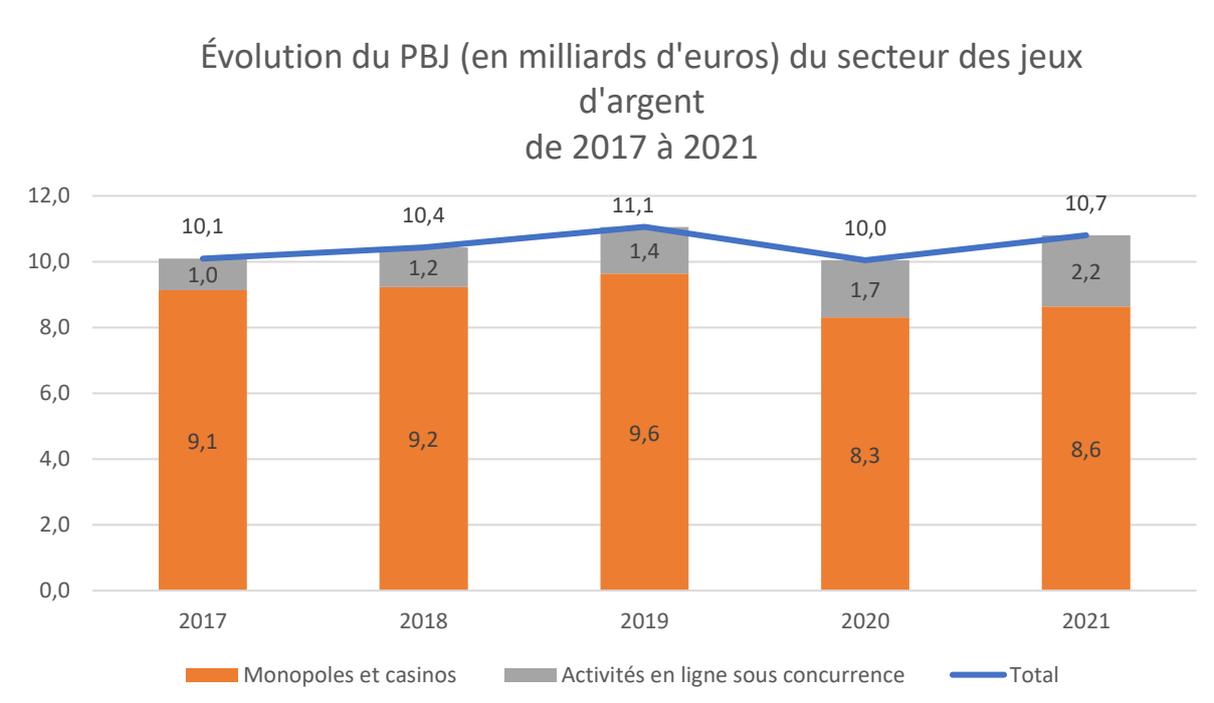
Sont considérés dans cette analyse uniquement les Comptes Joueurs Actifs (CJA), c'est-à-dire ceux dont les joueurs ont engagé au moins une action de jeu sur la période. Un joueur peut accéder à l'ensemble des jeux proposés chez un opérateur avec un unique compte, mais s'il est actif chez plusieurs opérateurs, il apparaît alors avec plusieurs comptes actifs.

Synthèse de l'activité du marché des jeux d'argent en 2021

Le chiffre d'affaires du marché des jeux d'argent et de hasard, affecté par la crise sanitaire en 2020, qui a touché particulièrement l'offre de jeu « en dur », repart à la hausse en 2021. Il est à nouveau porté par le dynamisme des activités de loterie et a profité de l'engouement pour le pari sportif, qui a connu un niveau d'activité exceptionnel durant l'Euro 2020 de football en juin et juillet derniers.

Après une année 2020 marquée par une baisse d'activité sensible en raison des restrictions liées à la crise sanitaire, le chiffre d'affaires global du secteur repart à la hausse en 2021 et atteint près de 11Md€ en 2021. Il rattrape quasiment son niveau d'avant la crise sanitaire, principalement grâce au dynamisme des activités de loterie et du pari sportif en ligne. Il reste toutefois encore légèrement inférieur à celui de 2019, principalement en raison de la forte récession du secteur des casinos.

Dans une perspective de plus long terme, le marché des jeux d'argent et de hasard est en augmentation depuis 2017. Le PBJ global a ainsi augmenté de près de 7% depuis 2017, passant de 10Md€ à environ 10,7Md€. Cette progression est très nettement portée par les jeux en ligne, plus spécifiquement par les paris sportifs en ligne. Fin 2021, le chiffre d'affaires du marché en ligne représente environ 20% du chiffre d'affaires global du secteur, contre 9,5% en 2017. Il croît à un rythme annuel de 16 à 24% depuis 5 ans.



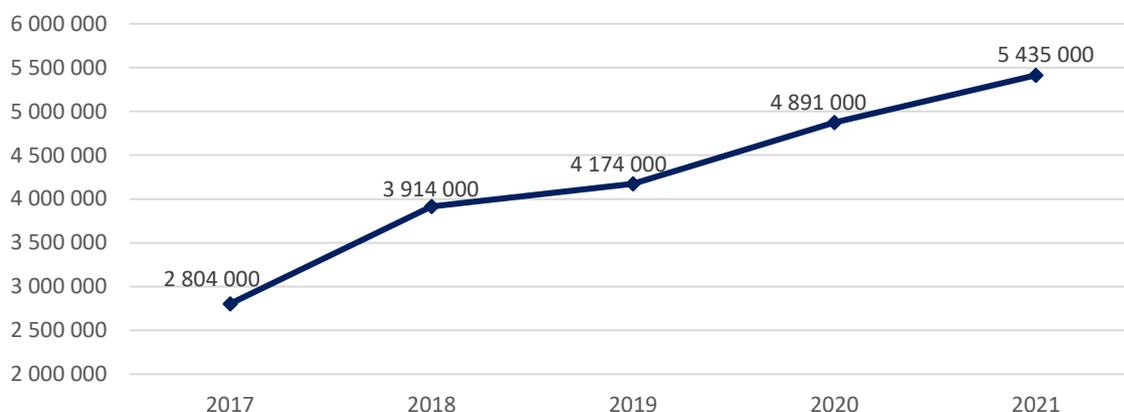
D'après une étude commandée par l'ANJ à Harris interactive à la fin de l'année 2021 et réalisée auprès d'un panel représentatif de près de 2 500 Français âgés de plus de 18 ans, la pratique des jeux d'argent se développe et concerne près de la moitié de la population en âge de jouer (48%). Les jeux de grattage et de tirage sont les plus populaires car pratiqués par 93% des sondés. En outre, près d'un quart des joueurs répondants sont également des

parieurs hippiques et sportifs. On constate enfin un développement du jeu en ligne (29% des sondés), même s'il ne détrône pas le jeu en point de vente, pratiqué par 92% des joueurs répondants.

Toujours selon cette étude, les indicateurs d'intensité du jeu sont globalement en hausse en 2021, que ce soit en termes de fréquence de prise de jeu (+23%) et de niveau des dépenses (+15%). Les joueurs expliquent cette intensification par une envie d'évasion après l'épisode de crise sanitaire que la France vient de subir.

Logiquement, le nombre de joueurs en ligne est en progression et atteint en 2021 un niveau record de 5,4 millions de comptes joueurs actifs. Fin 2021, 3,8 millions de joueurs uniques étaient enregistrés sur les plateformes numériques de pari, chaque joueur possédant en moyenne 1,44 compte.

Evolution du nombre de comptes joueurs actifs en ligne entre 2017 et 2021 toutes activités confondues



Le développement du marché est également lié à une visibilité accrue de l'offre qui résulte de budgets publicitaires en augmentation. Les opérateurs agréés et sous droits exclusifs ont déclaré à l'ANJ avoir investi 239M€ dans la publicité en 2021. La publicité digitale a été le premier poste d'investissement des opérateurs de jeu d'argent et de hasard (46%, en incluant l'affiliation), devant la TV (31%) et l'affichage (11%).

Cette dynamique pose, pour le régulateur, la question de la croissance potentielle du marché à moyen terme et des éventuelles protections supplémentaires que celui-ci doit fournir en vue de maintenir le jeu d'argent dans une perspective de jeu récréatif.

Le marché des jeux d'argent et de hasard en quelques chiffres



10,7 Md€
PBJ global



8,5 Md€
PBJ en dur



2,2 Md€
PBJ en ligne



+ de 30 000
points de vente FDJ



+ de 13 000
points de vente PMU



202
casinos



48%
de la population
joue aux JAH



5,4 millions
de comptes joueurs
actifs en ligne



3,8 millions
de joueurs uniques
en ligne

Synthèse par segment de jeux

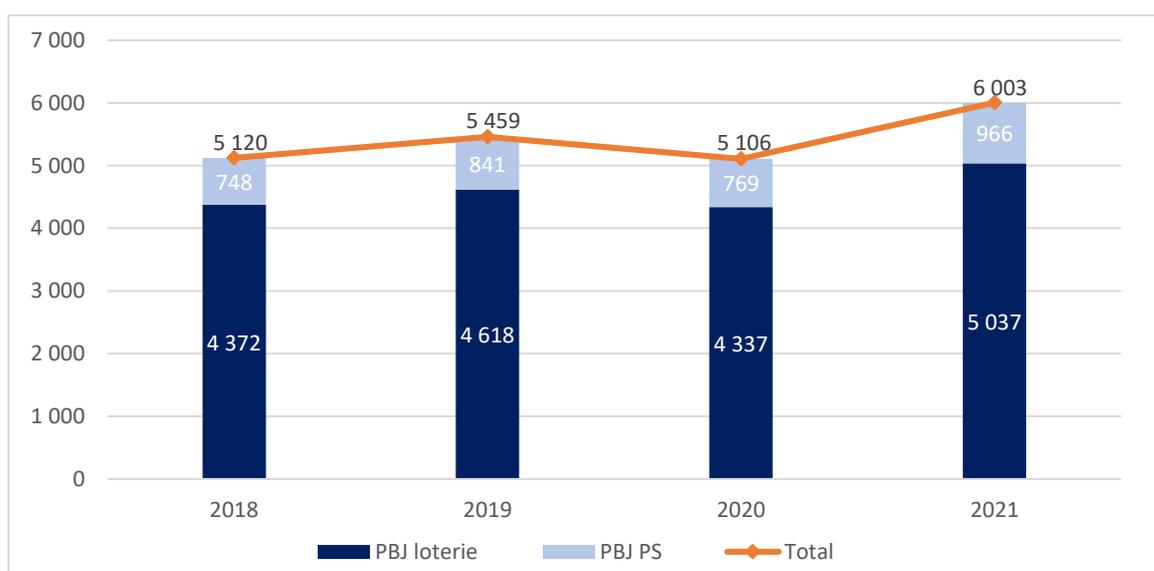
Opérateurs titulaires de droits exclusifs : en 2021, le chiffre d'affaires est en hausse, mais ce dynamisme retrouvé cache des évolutions très contrastées selon les segments de jeu

En 2021, le produit brut des jeux (PBJ) du marché en « dur » (titulaires de droits exclusifs et casinos) représente 80% du chiffre d'affaires global du secteur des jeux d'argent et de hasard (8,6Md€, +3,6% par rapport à 2020). Avec un PBJ de 7,5 milliards d'euros, l'offre de jeux d'argent des opérateurs titulaires de droits exclusifs (La Française des Jeux pour la loterie et les paris sportifs en dur, le Pari Mutuel Urbain pour les paris hippiques en dur) constitue toujours, et de loin, le premier pilier du marché français (environ 70 % du PBJ global du marché). Cette activité affiche un niveau de croissance global important par rapport à l'année passée (+12% environ), notamment grâce à la normalisation de son environnement : réouverture de la quasi-totalité des points de vente depuis juin, calendriers sportif et hippique qui retrouvent leur format habituel. La croissance est surtout portée par la Française des Jeux, qui affiche un **PBJ de plus de 6 milliards d'euros en 2021** grâce, notamment, au dynamisme de l'offre de loterie : un peu plus de 5 milliards d'euros en 2021¹, +16% par rapport à 2020.

Cette dynamique contraste singulièrement avec la situation des casinos, marquée par plus de six mois de fermeture entre le 1^{er} novembre 2020 et le 30 octobre 2021. Ils affichent un PBJ de 1,08Md€ sur l'exercice, en recul de 41 % par rapport à son niveau précédent.

La Française des Jeux affiche des performances records en 2021 pour l'ensemble de son offre de jeux

Graphique n°1 : évolution du produit brut des jeux de la Française des jeux de 2018 à 2021 (dont pari sportif en ligne)



¹ <https://www.groupefdj.com/uploads/files/pressRelease/tres-bonne-performance-en-2021-revision-a-la-hausse-des-objectifs-2025-renforcement-des-engagements-societaux.pdf>

L'offre sous droits exclusifs de la FDJ est composée des jeux de tirage et de grattage en loterie ainsi que des paris sportifs « en dur » (Parions sport en points de vente). Elle est commercialisée dans environ 30 000 points de vente répartis dans plus de 11 000 communes, ce qui en fait le 1^{er} réseau de proximité en France. L'entreprise, cotée à Euronext, possède également un agrément de pari sportif en ligne, en concurrence avec d'autres opérateurs.

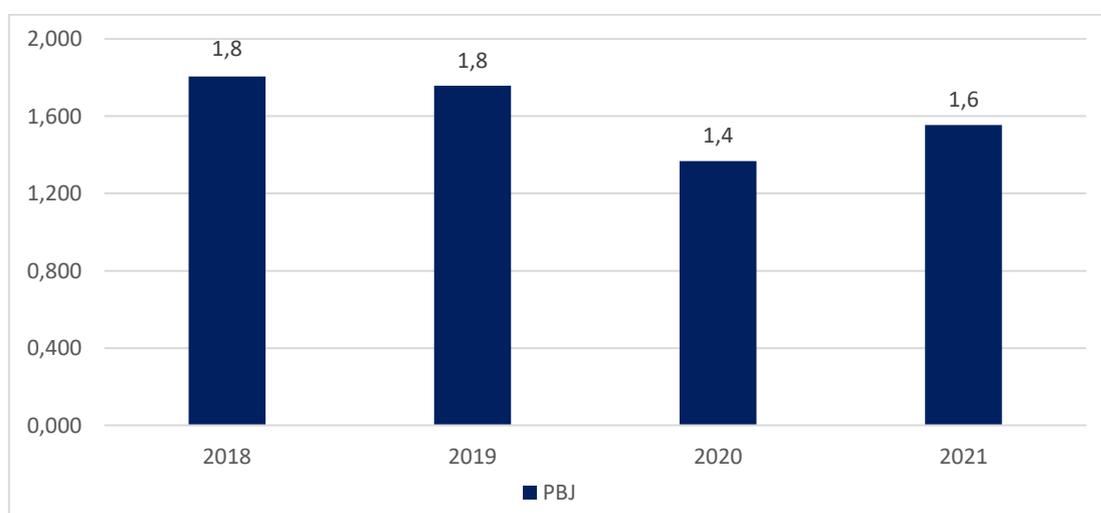
Après un exercice 2020 en retrait, **la FDJ a communiqué des résultats en hausse en 2021, avec un PBJ de 6Md€ (+10% par rapport à 2019). La FDJ réalise ainsi 56% du chiffre d'affaires global du secteur des jeux d'argent et de hasard.** Le PBJ du pari sportif, en point de vente et en ligne, connaît la plus forte croissance (+15%). **Les mises s'élèvent pour leur part à près de 19 Md€ (+11% par rapport à 2019).** L'activité de loterie de la FDJ concentre la grande majorité d'entre elles (78%), avec une forte progression de l'usage des mises sur des supports numériques : 11% du total contre 4% en 2015, + 42 % par rapport à 2020.

Fin 2021, la FDJ a communiqué **un EBITDA de 522M€ (+22% vs 2020) et ainsi qu'un résultat net de plus de 294M€ (+36% vs 2020).** A l'occasion de la publication de ses résultats, elle a décidé de revoir à la hausse les prévisions de croissance de son chiffre d'affaires, avec une croissance moyenne annuelle prévisionnelle comprise entre **4% et 5% par an à horizon 2025**, contre 3% et 4% auparavant. Le taux de taux de marge d'EBITDA devrait atteindre plus de 25% à la même date.

Enfin, **3,8Md€ de prélèvements publics** sont opérés sur les activités de la FDJ au titre de l'activité 2021.

L'activité de pari hippique en réseau physique repart à la hausse après un exercice 2020 fortement impacté par les effets de la crise sanitaire

Graphique n°2 : évolution du PBJ du PMU de 2018 à 2021 (en Md€)



Après un exercice 2020 difficile, marqué par une chute du produit brut des jeux et des mises, l'activité hippique sous monopole retrouve la croissance, avec un **PBJ de 1,554 Md€ (+14% par rapport à 2020).** En 2021, le chiffre d'affaires du PMU en point de vente reste toutefois en deçà de son niveau d'avant-crise (1,8Md€ en 2019, -11%). Les mises réalisées dans le réseau de points de vente du PMU atteignent quant à elles **6Md€, contre 5,3Md€ en 2020 (+13%).** Elles avaient baissé de 21% en 2021, à 5,3Md€.

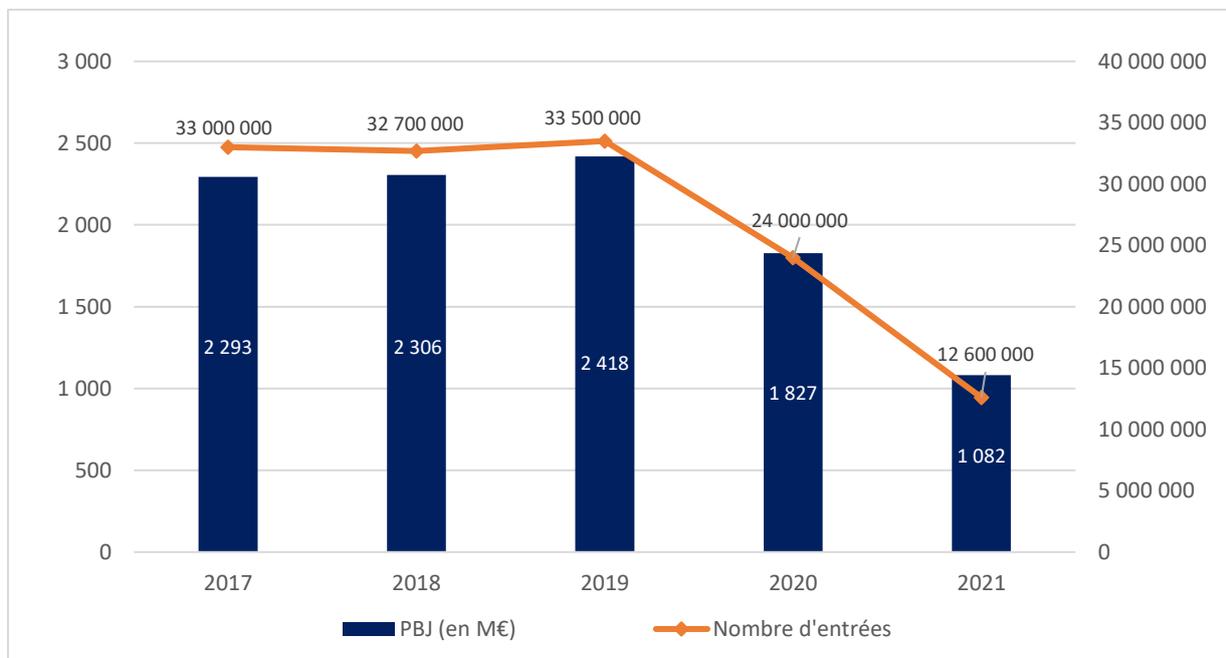
Enfin, **438M€ de prélèvements publics** sont opérés sur les activités du PMU au titre de l'activité 2021.

Le secteur des casinos subit une récession profonde

Les casinos ont été les plus impactés par les effets de la crise sanitaire depuis 2019. En deux ans, ils ont fait face à plusieurs périodes de fermeture, des restrictions d'accès et des conditions strictes d'exploitation de leurs jeux à leur réouverture (passe sanitaire et jauges). Le chiffre d'affaires a chuté de -24% entre 2019 et 2020 (1,83Md€) puis a subi **un nouveau recul de 41% entre le 1^{er} novembre 2020 et le 30 octobre 2021, pour s'établir à 1,08Md€**. En deux ans, le produit brut des jeux s'est effondré de 55% entre 2019 et 2021. Il est basé à 85% sur les machines à sous.

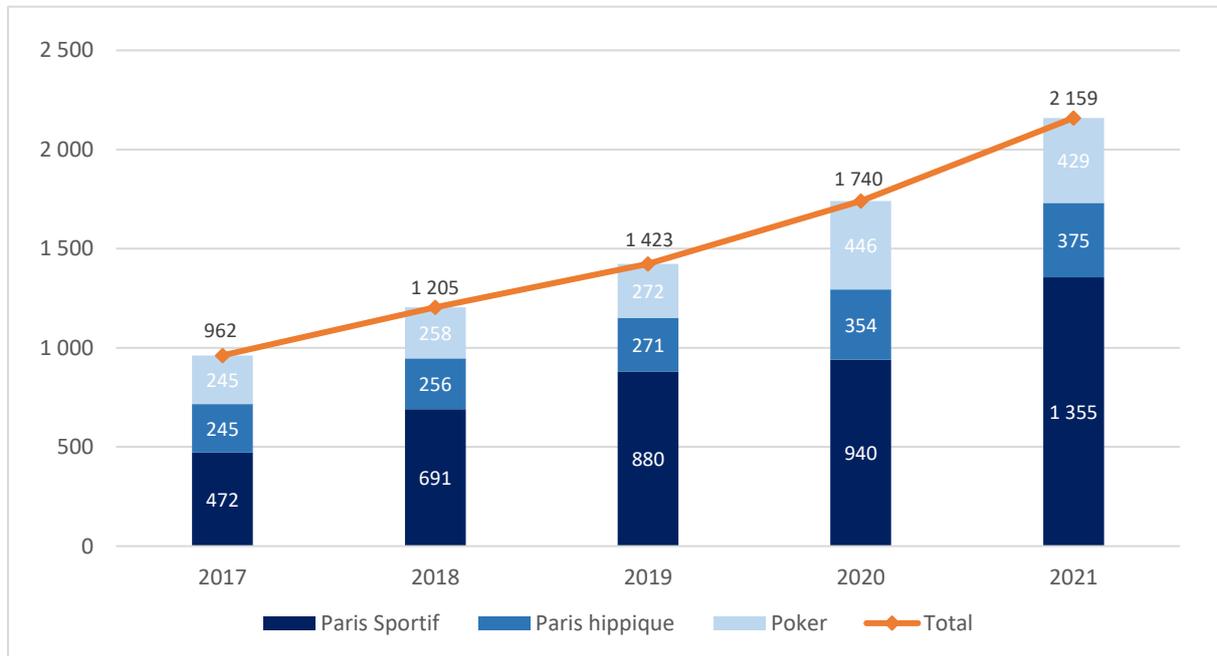
En corollaire, la fréquentation des établissements a fortement baissé durant cette période, **passant de 33 millions d'entrées en 2019 à 13 millions en 2021** (-61%). Outre les pertes liées à une longue période de fermeture, les casinos ont vraisemblablement perdu une partie non négligeable de leur clientèle occasionnelle.

Graphique n°3 : évolution du produit brut des jeux et des entrées dans les casinos depuis 2017



En 2021, l'offre en ligne connaît une dynamique très importante et devient un *driver* de la croissance globale du marché des jeux d'argent et de hasard

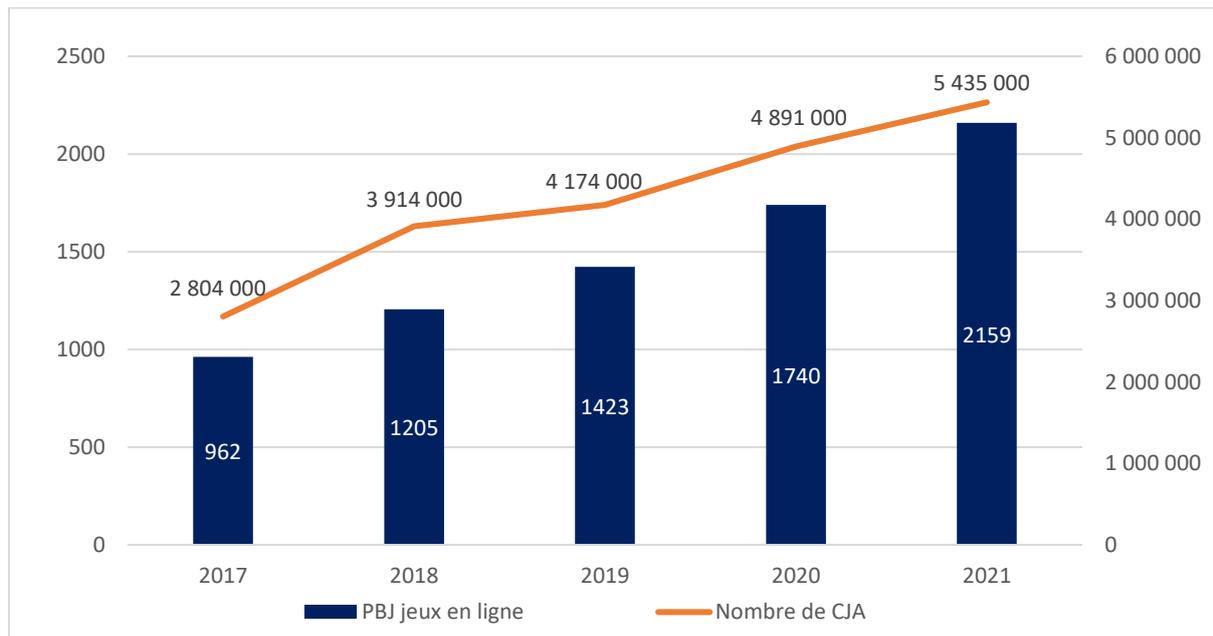
Graphique n°4 : évolution du PBJ des différents segments du jeu en ligne depuis 2017



Avec un chiffre d'affaires de 2,16Md€, l'activité de jeux d'argent en ligne ouverte à la concurrence (paris sportifs, paris hippiques et poker) poursuit en 2021 sa progression très dynamique (+24% par rapport à 2020). Le jeu en ligne est devenu un *driver* important du marché des jeux d'argent en France. Il génère désormais 20% du PBJ global du secteur, contre 9,5% en 2017, dans un contexte d'accélération de la digitalisation des pratiques de jeux.

Le moteur de la croissance de ce segment est incontestablement le pari sportif (1,36Md€, en 2021 +44%), porté par un calendrier attractif en raison notamment d'un Euro de football, aux performances record. Le pari hippique en ligne connaît une croissance plus mesurée (375M€, +6%). Enfin, après une année 2020 hors norme, le poker affiche une légère baisse de son chiffre d'affaires (429M€, -4%) mais se maintient toutefois à un niveau élevé.

Graphique n°5 : évolution du nombre de joueurs en ligne actifs au regard du PBJ depuis 2017



Le nombre de compte joueurs actifs (CJA), c'est-à-dire de comptes ayant enregistré au moins un pari ou une action de jeu dans l'année, est également en progression : le marché a recensé en 2021 plus de **5,4 millions de comptes actifs sur les différents sites et applications des opérateurs agréés**. Depuis 2017, le nombre de CJA a quasiment doublé (+93%), passant de 2,8 millions à 5,4 millions. Le nombre de joueurs uniques actifs s'élève à 3,8 millions fin 2021, en hausse de 14% par rapport à 2020. En France, un joueur en ligne dispose en moyenne de 1,44 compte, 76% des joueurs n'ayant qu'un seul compte.

SOMMAIRE

Introduction	2
Méthodologie	2
FOCUS N°1 : EVOLUTION D'ACTIVITE DU MARCHÉ DES OPERATEURS SOUS DROITS EXCLUSIFS	12
A. Depuis 2017, l'offre de la Française des Jeux est en croissance, avec une accélération en 2021 12	
B. Après un net recul en 2020, l'activité du PMU est à nouveau orientée à la hausse	13
FOCUS N°2 : EVOLUTION DE L'ACTIVITE DES CASINOS DEPUIS 5 ANS	15
FOCUS N°3 : EVOLUTION ANNUELLE ET TRIMESTRIELLE DU MARCHÉ DES JEUX D'ARGENT EN LIGNE	15
A. Le marché des jeux en ligne est en forte progression et présente un potentiel de croissance important.....	15
B. Le pari sportif connaît une progression fulgurante en 2021, principalement grâce aux chiffres records enregistrés au premier semestre.....	17
B.1. Évolutions trimestrielles : l'économie du pari sportif, très dynamique au 1er semestre, connaît un creux d'activité pendant l'été et repart à la hausse au 4e trimestre.....	17
B.2. Évolution depuis 2017 : en très forte progression, le pari sportif est devenu le moteur de développement du pari en ligne	19
C. Malgré un ralentissement fin 2021, le pari hippique en ligne se développe en France.....	20
D. Le marché du poker connaît une légère baisse en 2021 mais se maintient à un niveau très élevé	22
FOCUS N°3 : LES DEPENSES PUBLICITAIRES	24
A. Des stratégies marketing ambitieuses en 2021, marquées par une accélération du recours à la publicité numérique	24
B. Une intensification de la pression publicitaire en 2021, en particulier sur les plateformes sociales et de contenus	24
C. Stratégies promotionnelles 2022 : des investissements prévisionnels en hausse, en particulier en fin d'année.....	26
FOCUS N°4 : LES JOUEURS DE JEUX EN LIGNE ET LEURS PRATIQUES DE JEU	28
A. Le parieur sportif en ligne type est un homme plutôt jeune, qui habite en milieu urbain.....	29
B. Le parieur hippique en ligne type est d'âge plus mûr que ceux de celui de pari sportif et de poker et vit dans les territoires à forte tradition équine	30
C. Le joueur poker en ligne type est un homme trentenaire vivant plutôt dans les grandes métropoles ainsi que dans le Nord-Est et le Sud-Est de la France.....	31

FOCUS N°1 : EVOLUTION D'ACTIVITE DU MARCHE DES OPERATEURS SOUS DROITS EXCLUSIFS

A. Depuis 2017, l'offre de la Française des Jeux est en croissance, avec une accélération en 2021

Tableau n°1 : principaux indicateurs économiques de la FDJ depuis 2017

En milliards d'euros	2017	2018	2019	2020	2021
Mises	15,1	15,8	17,1	15,9	18,9
<i>Loterie</i>	12,6	12,7	13,5	12,7	14,7
<i>Paris sportifs (dont paris en ligne)</i>	2,5	3,1	3,6	3,2	4,2
Produit brut des jeux	5,0	5,1	5,5	5,1	6,0
<i>Loterie</i>	ND	4,4	4,6	4,3	5,0
<i>Paris sportifs (dont paris en ligne)</i>	ND	0,7	0,8	0,8	1,0

La FDJ commercialise sous régime de droits exclusifs une offre de jeux de loterie (sur le réseau physique de distribution et en ligne) et une offre de paris sportifs en réseau physique de distribution. Depuis 2010, elle dispose également d'un agrément pour exploiter une offre de paris sportifs en ligne, dans le secteur concurrentiel.

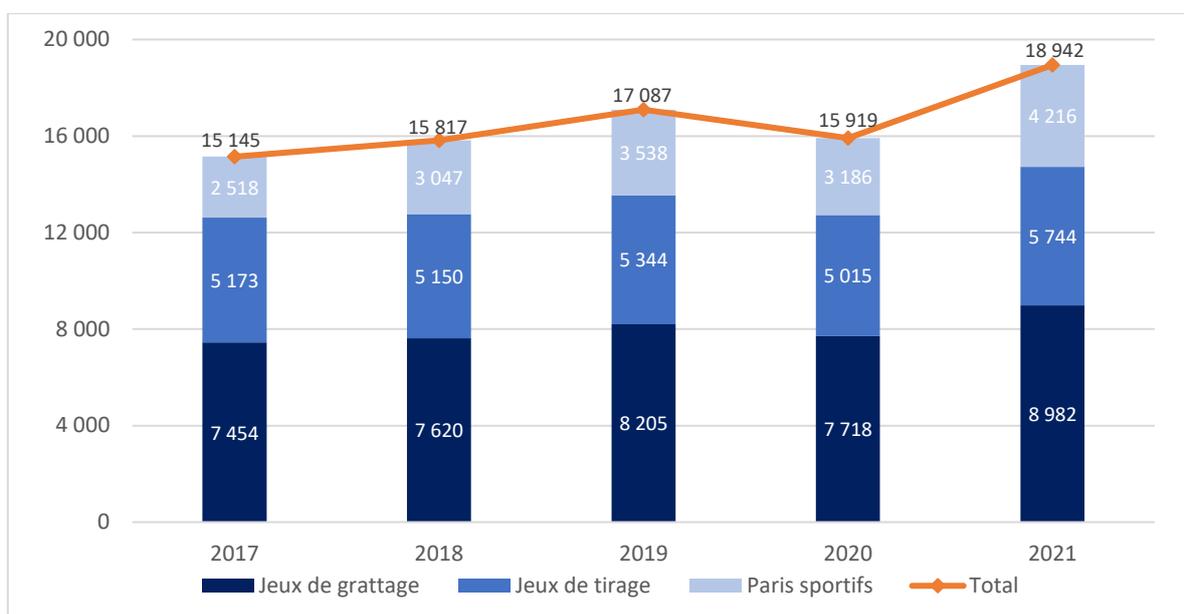
En 2021, le produit brut des jeux de l'activité de la FDJ, sous droits exclusifs et en concurrence, franchit le seuil symbolique des 6 milliards d'euros, à 6,003Md€ au terme de l'exercice 2021, soit une hausse de 18% par rapport à l'année 2020. Le PBJ dépasse de près de 10% le précédent point haut établi en 2019, à 5,5Md€.

Cette croissance de PBJ est principalement attribuable aux bonnes performances de l'activité de loterie (+420M€ de PBJ entre 2019 et 2021, soit une hausse de 9% sur la période) bien que l'activité de paris sportifs ait également bénéficié d'une excellente dynamique (+125M€ de PBJ entre 2019 et 2021 soit une hausse de 15% sur la période). Le chiffre d'affaires de la FDJ repose donc à 83% sur les activités de loterie.

En ce qui concerne les mises, elles atteignent un niveau record d'environ 19 Md€. La loterie est le moteur de cette dynamique, avec 14,7Md€ de mises (+9% par rapport à 2019). Cette croissance est due, selon l'opérateur, aux inhabituels cycles longs du Loto et de l'Euromillions, qui ont engendré des jackpots records. Le renouvellement de la gamme est également un facteur de croissance, comme en attestent les bonnes performances de jeux de grattage autorisés par l'ANJ en 2021, tels que « La grosse Roue » et « A prendre ou à laisser ».

L'activité de la Française des Jeux en paris sportifs, sur le canal physique et en ligne, a également fortement progressé entre 2019 et 2021, avec un niveau de mises de 4,2Md€ (+16%).

Graphique n°6 : évolution des mises de la Française des jeux de 2017 à 2021 (mises en ligne incluses)



Dans le même temps, les dépenses marketing de la FDJ ont augmenté de 26% passant de 329,7M€ en 2020 à 414,7M€ en 2021.

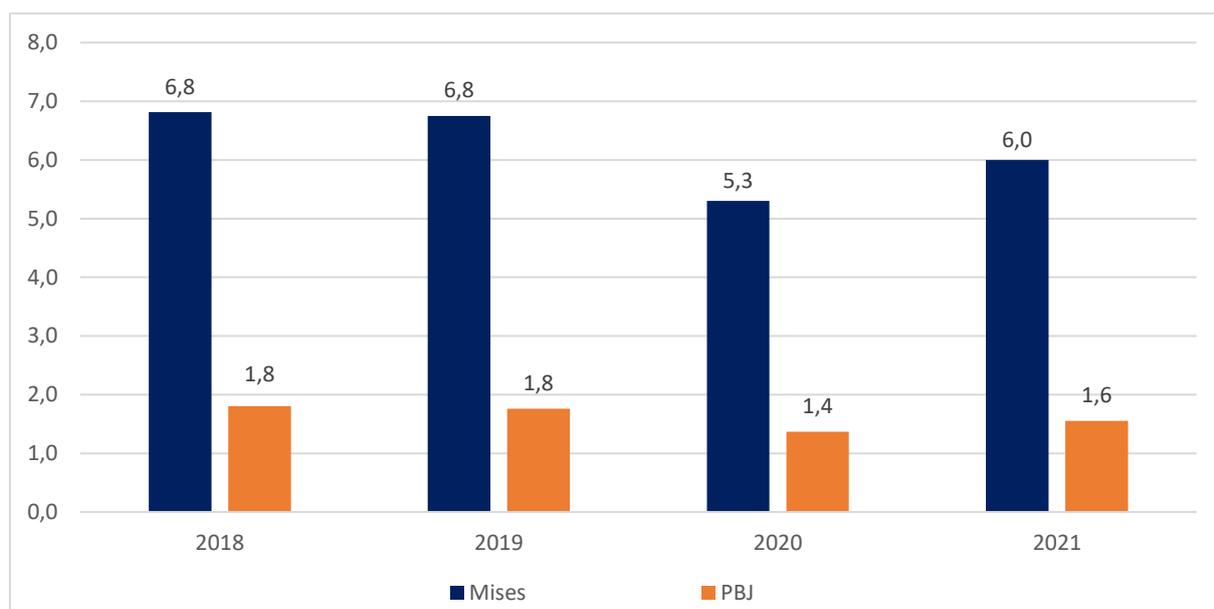
Cette croissance globale a d'ailleurs poussé l'opérateur à revoir à la hausse ses prévisions de croissance de chiffre d'affaires horizon 2025, pour atteindre 4% à 5% en moyenne annuelle entre 2021 et 2025 (contre 3% à 4% initialement). La FDJ table également sur un taux de marge d'EBITDA de plus de 25% en 2025 contre 23% en 2021.

Avec plus de 30 000 points de ventes répartis dans plus de 11 000 communes, la FDJ gère le 1^{er} réseau de proximité en France. En 2021, elle a versé une rémunération de 901M€ aux détaillants de son réseau physique.

B. Après un net recul en 2020, l'activité du PMU est à nouveau orientée à la hausse

Le PMU commercialise sous régime de droits exclusifs le pari mutuel hippique sur l'ensemble du territoire français. Depuis 2010, le GIE est également agréé pour exploiter des offres de paris sportifs, de paris hippiques et de jeux de cercle en ligne dans le secteur concurrentiel.

Graphique n°7 : évolution des mises du PMU de 2017 à 2021



L'activité hippique sous monopole retrouve la croissance en 2021, avec un PBJ de **1,554 Md€ (+14% par rapport à 2020)**. Le chiffre d'affaires du PMU en point de vente se rapproche de son niveau d'avant la crise sanitaire (1,8Md€ en 2019). Les mises réalisées dans le réseau de points de vente du PMU atteignent **6Md€, contre 5,3Md€ en 2020 (+13%)**. Elles avaient baissé de 21% en 2021, à 5,3Md€.

Les enjeux annuels ont progressé de 13% par rapport à 2020, à 6 Md€. Ils restent néanmoins inférieurs à 2018 et 2019, lorsqu'ils atteignaient 6,8Md€ (-12%).

Le jeu en dur en point de vente est le canal de jeu plébiscité des parieurs hippiques français. **Près de 80% des mises sont enregistrées par le PMU sur ce canal**, grâce aux différents moyens d'enregistrement de paris : guichets, bornes de jeux, téléphone. **Les paris simples (39% des enjeux) et le Quinté+ (17% des enjeux) sont des offres populaires auprès des joueurs.**

Tableau n°2 : évolution du résultat net du PMU depuis 2017

	2017	2018	2019	2020	2021
Résultat net (en M€)	793	758	760	640	740

Après un exercice 2020 de forte baisse d'activité conduisant à une perte annuelle de 120M€ de résultat net (640M€, -16%), **les performances de l'opérateur repartent à la hausse en 2021**. Le GIE PMU, dont l'activité principale demeure l'organisation des paris hippiques en réseau physique de distribution, voit son **résultat net augmenter de 100 millions d'euros en 2021 par rapport à 2020 à 740M€ (+16%)**. S'il ne retrouve pas encore tout à fait son niveau d'avant la crise sanitaire, cette reprise devrait être accueillie favorablement par la filière équine, à laquelle l'intégralité du résultat net du groupement est redistribué.

FOCUS N°2 : EVOLUTION DE L'ACTIVITE DES CASINOS DEPUIS 5 ANS

Le marché français des casinos terrestres est composé de **202 établissements actifs en 2021**. Le modèle hexagonal des casinos se distingue de celui des autres pays européens par une forte présence territoriale de ces établissements. Leur niveau d'activité de ces établissements a donc un impact significatif sur l'économie locale et sur le financement des collectivités locales dans lesquelles ils sont implantés.

Le segment des casinos est celui qui subit la crise la plus profonde, pour la 2^e année consécutive, avec un effondrement du PBJ à 1,1Md€ au 31 octobre 2021, soit une baisse de -41% entre 2020 et 2021 et de -55% par rapport à 2019. C'est son niveau le plus bas depuis 1996. Le nombre d'entrées baisse dans des proportions encore plus importantes que la baisse du PBJ (13 millions d'euros, soit -48% entre 2020 et 2021), ce qui fait craindre une désaffection durable de la clientèle occasionnelle pour ces établissements. En revanche, **le montant des dépenses par entrée augmente à 81,1€ (+16% par rapport à 2020, +24% par rapport à 2019)**, ce qui constitue un point de vigilance du point de vue d'une possible intensification des pratiques de jeu.

Tableau n°3 : évolution de la situation économique des casinos depuis 2017

	2017	2018	2019	2020	2021
Produit brut des jeux	2 293 M€	2 306 M€	2 418 M€	1 830 M€	1 082 M€
Nombre d'établissements	200	201	202	202	202
Entrées (en millions)	33	33	33	25	13
Dépense par entrée	69,5€	64,0€	65,3€	70,2€	81,1€

FOCUS N°3 : EVOLUTION ANNUELLE ET TRIMESTRIELLE DU MARCHÉ DES JEUX D'ARGENT EN LIGNE

A. Le marché des jeux en ligne est en forte progression et présente un potentiel de croissance important

Tableau n°4 : Évolutions du nombre de comptes joueurs actifs, des mises et du produit brut des jeux en ligne entre 2017 et 2021

		2017	2018	2019	2020	2021
Paris sportifs	Nombre de CJA	1 993 000	3 227 000	3 443 000	3 865 000	4 474 000
	Mises	2 510 M€	3 904 M€	5 056 M€	5 352 M€	7 891 M€
	Produit brut des jeux	472 M€	691 M€	880 M€	940 M€	1 355 M€
Paris hippiques	Nombre de CJA	523 000	588 000	599 000	628 000	625 000
	Mises	999 M€	1 049 M€	1 106 M€	1 473 M€	1 583 M€
	Produit brut des jeux	245 M€	256 M€	271 M€	354 M€	375 M€
Poker	Nombre de CJA	1 049 000	1 136 000	1 199 000	1 840 000	1 663 000
	Produit brut des jeux	245 M€	258 M€	272 M€	446 M€	429 M€
Marché des jeux en ligne	Nombre de CJA	2 804 000	3 914 000	4 174 000	4 891 000	5 435 000
	Produit brut des jeux	962 M€	1 205 M€	1 423 M€	1 740 M€	2 159 M€

Le marché des jeux en ligne n'a pas connu la même évolution que la composante en réseau physique ces deux dernières années. Il se caractérise par son fort dynamisme : **le chiffre d'affaires du marché des jeux en ligne ouverts à la concurrence a atteint 2 159 M€ en 2021 (+24%), son niveau le plus élevé depuis l'ouverture du marché en 2010. En cinq ans, le PBJ des jeux en ligne a plus que doublé (+124%),** témoignant du fort engouement pour l'offre délivrée par les opérateurs agréés. **Il représente désormais 20% du chiffre global du secteur des jeux d'argent et de hasard, contre 10% en 2017.**

L'offre en ligne n'a pas été affectée par la crise sanitaire. Au contraire, elle a connu une croissance dynamique, avec une progression à **deux points de son chiffre d'affaires global, qui s'est accélérée en 2020 (+22%) et 2021 (+24%),** avec toutefois des disparités de contribution au PBJ global des différents segments de l'offre de jeu.

Si le chiffre d'affaires du **poker** a explosé en 2020, sous l'effet notamment des confinements successifs (+64%), il a connu un **léger reflux en 2021 (429M€ de PBJ, -4% par rapport à 2020),** ce qui permet de penser que ce marché, après avoir connu un effet de « bulle », se stabilise à un niveau élevé. Le ratio PBJ/CJA poker s'élève à **258€** pour l'année 2021 soit une augmentation de **6%** sur une année. C'est le ratio le plus bas de l'activité en ligne.

Le **pari hippique en ligne, en hausse depuis 2017, a connu, comme le poker, une progression importante entre 2019 et 2020 (+31% en PBJ, +33% en mises).** Si ce marché reste en croissance en 2021, celle-ci s'inscrit néanmoins dans des proportions plus mesurées, en ligne avec la situation d'avant crise (**375M€ de PBJ en 2021 soit +5,9% par rapport à 2020, 1,6Md€ de mises, +7,4%**). Malgré une augmentation du PBJ et des mises, le ratio PBJ/CJA du segment pari hippique en 2021 se situe à **600€** soit une augmentation de **6%** en un an.

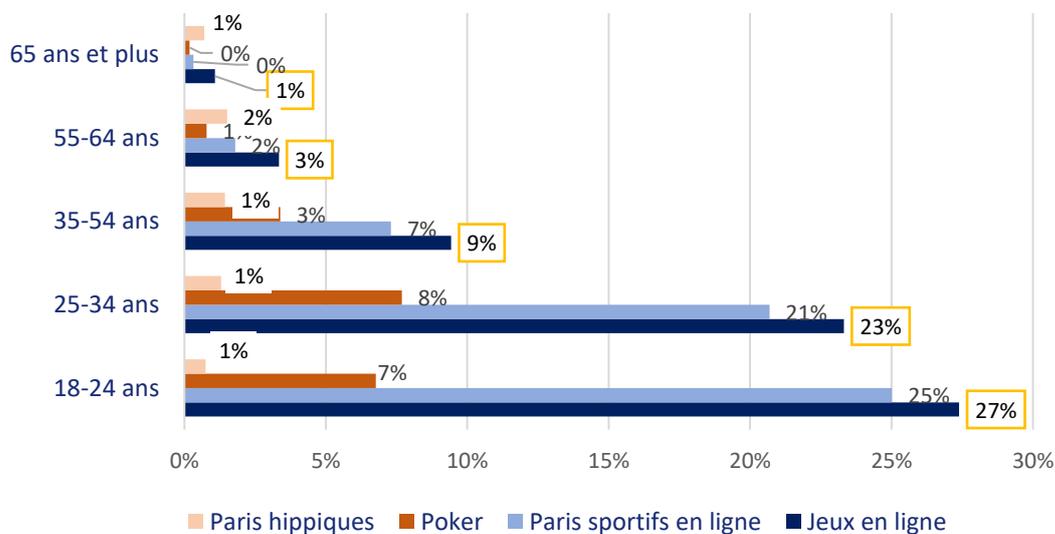
L'activité de **pari sportif a quant à elle surperformé en 2021 (1,36Md€ de PBJ, en hausse de 44% par rapport à 2020 et 7,9Md€ de mises, soit +47%).** Elle constitue le moteur de croissance le plus puissant du marché en ligne et, plus généralement, du secteur des jeux d'argent et de hasard. Pour l'année 2021, le ratio PBJ/CJA du pari sportif enregistre la performance la plus élevée de l'activité en ligne avec une augmentation de **25%** en seulement un an, soit une valeur de **303€.**

Le marché des jeux d'argent en ligne continue à attirer des joueurs. En effet, **le nombre de CJA sur les sites des opérateurs agréés par l'ANJ atteint un nouveau point haut en 2021, pour un total supérieur à 5,4 millions de comptes joueurs actifs (+11% par rapport à 2020, +94% par rapport à 2017).**

Le **pari en ligne est une activité très majoritairement pratiquée par les hommes (90% en pari sportif et poker, 85% en pari hippique),** quel que soit le segment concerné. Le marché féminin est peu exploité mais pourrait se développer dans les prochaines années. Les perspectives de croissance des jeux en ligne peuvent apparaître florissantes pour les années à venir. Le marché ne présente en effet pas de signe de saturation et **bénéficie d'un calendrier très attractif à horizon 2024, avec la succession de grands événements sportifs médiatisés et supports de paris :** Coupe du Monde de football en 2022, courses hippiques internationales, Championnat du Monde de basket et Coupe du Monde de rugby en 2023, Euro de football et Jeux Olympiques de Paris 2024.

Les perspectives de croissance du marché en ligne apparaissent en outre encore importantes. En effet, **le nombre de joueurs au sein des différentes classes d'âge reste relativement faible, y compris chez les moins de 35 ans.**

Graphique n°8 : pourcentage de joueurs en ligne selon la classe d'âge dans la population française en 2021

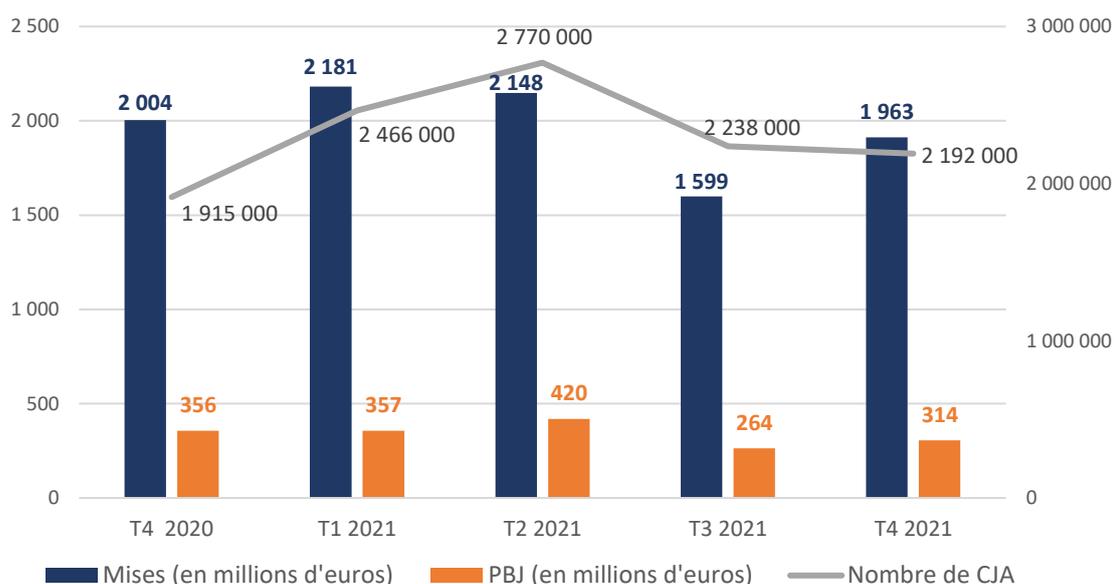


B. Le pari sportif connaît une progression fulgurante en 2021, principalement grâce aux chiffres records enregistrés au premier semestre

B.1. Évolutions trimestrielles : l'économie du pari sportif, très dynamique au 1er semestre, connaît un creux d'activité pendant l'été et repart à la hausse au 4e trimestre

A titre liminaire, il convient de préciser que les comparaisons trimestrielles entre les années 2020 et 2021 ne sont pas éclairantes. En effet, si le calendrier sportif a connu la normalité en 2021, celui de 2020 a en revanche été totalement bouleversé, d'une part en raison du **report d'un an de l'Euro 2020**, qui s'est déroulé en juin et juillet 2021, d'autre part car **plusieurs grandes compétitions sportives se sont déroulées au second semestre 2020** (Roland Garros, ligue des champions, ligue Europa), période traditionnellement plus calme.

Graphique n°9 : évolution trimestrielle des mises, du chiffre d'affaires et du nombre de CJA



En moyenne trimestrielle, le produit brut des jeux du pari sportif en ligne s'établit à près de 339M€, pour un total annuel de 1 355M€, soit une hausse de 44% par rapport à l'année 2020. Le PBJ du 4^e trimestre est de 314M€, en repli de 12% par rapport au T4 2020. Plus de 57% du chiffre d'affaires du segment a été réalisé au 1^{er} semestre grâce, notamment, à un second trimestre exceptionnel (420M€). Le marché a connu ensuite un repli relatif au 3^e trimestre (264M€), malgré la tenue des jeux olympiques de Tokyo, qui ont généré peu de paris. Il s'est légèrement repris au 4^e trimestre, avec l'ouverture de la saison des grands championnats internationaux et les offres de fin d'année. Le chiffre d'affaires du 4^e trimestre reste cependant en deçà de 12% à celui du T4 2020, qui était toutefois plus riches en événements.

Tableau n°5 : évolution trimestrielle des principaux indicateurs de l'activité des paris sportifs en 2021

	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	ΔT4 2021/ T4 2020
Nombre de CJA	2 403 000	2 466 000	2 770 000	2 238 000	2 202 000	-8%
Mises	2 004 M€	2 181 M€	2 148 M€	1 599 M€	1 963 M€	-2%
PBJ	356 M€	357 M€	420 M€	264 M€	314 M€	-12%
PBJ/CJA	148€	145€	152€	118€	143€	-3%
Prélèvements (hors TVA)	177 M€	172 M€	204 M€	121 M€	148 M€	-16%

En moyenne trimestrielle, le montant des enjeux en 2021 s'élève à 1 973M€, pour un total annuel de 7 891 M€, soit une hausse de 47% par rapport à 2020. La contribution de chaque trimestre à la croissance des mises est toutefois assez hétérogène. Près de 55% des mises ont été réalisées au 1^{er} semestre, avant un repli de l'activité au 3^e trimestre puis une légère reprise dans les trois derniers mois de l'année. Les enjeux des parieurs sportifs au 4^e trimestre s'élèvent ainsi à 1 963 M€, en baisse de 2% par rapport au quatrième trimestre de 2020. Le nombre de CJA par trimestre est en recul tout au long de l'année 2021 mais se maintient à un niveau élevé, d'environ 2,2 millions au 4^e trimestre 2021. Les dépenses des parieurs sportifs rebondissent au quatrième trimestre après un troisième trimestre en retrait. Elles sont en moyenne de l'ordre de 143€, soit un niveau comparable à celui des deux premiers trimestres de l'année.

Tableau n°6 : Mises sur les principaux sports au quatrième trimestre 2021 et au terme de l'année 2021

Événements	Mises T4 2021	Δ T4 2021 / T4 2020	Mises 2021
Football	1 252 M€	-12%	4 715 M€
Basketball	324 M€	+119%	1 005 M€
Tennis	226 M€	-10%	1 485 M€
Hockey sur glace	45 M€	+91%	120 M€
Rugby	42 M€	-41%	151 M€
Volleyball	31,5 M€	-44%	109 M€
Handball	18 M€	+137%	69 M€

Au 4^e trimestre 2021, le football demeure très nettement la discipline qui génère le plus d'activité des parieurs. Les paris enregistrés sur les matches et rencontres de football génèrent environ **1,25Md€ soit 64% des mises trimestrielles**. En comparaison trimestrielle, la baisse au T4 2021 (-12%) s'explique par la concentration plus importante des rencontres de football les plus populaires en fin d'année 2020, en raison de la réorganisation du calendrier.

Pour cette même raison, les mises en tennis accusent à la fin du T4 2021 une baisse de 10% à 226M€, Roland-Garros s'étant déroulé exceptionnellement au 4^e trimestre 2020. A l'inverse, les mises en basketball ont plus que doublé au quatrième trimestre 2021 (+119%) par rapport à l'année précédente en raison de la saison 2020-2021 régulière de NBA, qui a débuté tardivement. La NBA représente 66% des mises sur ce sport en 2021.

Un Euro 2020 aux performances record



Le Championnat d'Europe de l'UEFA 2020 s'est déroulé du 11 juin au 11 juillet 2021.

Contrairement aux éditions antérieures, la compétition a eu lieu dans plusieurs villes européennes organisatrices. 51 matches ouverts aux paris, se sont déroulés durant la compétition.

Après une année 2020 atone, le Championnat d'Europe de l'UEFA 2020 a été l'événement phare de l'agenda sportif de 2021 et a généré un montant de mises record. Sur les sites des opérateurs de paris sportifs en ligne, **le montant des enjeux lors de la compétition s'est élevé à 435M€, soit plus de 5% des enjeux annuels.**

Ce montant est plus de **trois fois supérieur à celui de l'Euro 2016 (141 M€)**. Il est également plus élevé que celui de la coupe du monde de football 2018 (382 M€), gagnée par la France et qui comportait pourtant un nombre de matchs supérieur (64 matchs).

B.2. Évolution depuis 2017 : en très forte progression, le pari sportif est devenu le moteur de développement du pari en ligne

Le PBJ des paris sportifs est en progression constante depuis 5 ans et n'a pas connu de reflux durant la crise sanitaire, malgré les fortes perturbations du calendrier des compétitions en 2020. **Il a progressé de 44% entre 2020 et 2021, de 54% par rapport à 2019 et de 187% par rapport à 2017. Ainsi, le produit brut des jeux de l'activité atteint près de 1,4Md€ fin 2021.**

Les mises ont également très fortement progressé depuis 5 ans. Elles ont augmenté de 47% entre 2020 et 2021 grâce, notamment, au retour à un environnement normal et à l'engouement autour de l'Euro 2020, pour atteindre **près de 7,9Md€, un record. Depuis 2017, les mises ont progressé de 214%. Le nombre CJA augmente de 16% par rapport à 2020, à 4,5 millions. Depuis 2017, la progression du nombre de CJA est de 124%. Fin 2021, le pari sportif représente 82% des CJA du secteur des jeux en ligne.** Enfin, le chiffre d'affaires par compte joueur actif a cru de l'ordre de 25% pour atteindre 303€ en 2021, signe que le marché est toujours en expansion.

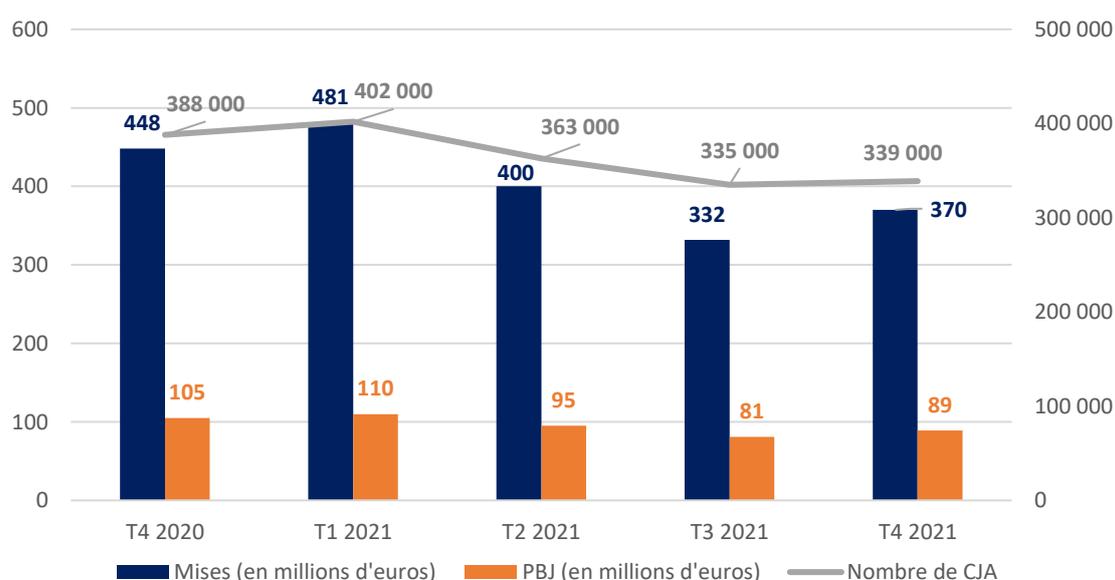
Tableau n°7 : évolution des principaux indicateurs de l'activité des paris sportifs en ligne de 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021	2021/ 2020
Nombre de CJA	1 993 000	3 227 000	3 443 000	3 865 000	4 474 000	+16%
Mises	2 510 M€	3 904 M€	5 056 M€	5 352 M€	7 891 M€	+47%
PBJ	472 M€	691 M€	880 M€	940 M€	1 355 M€	+44%
PBJ/CJA	237€	214€	256€	243€	303€	+25%
Prélèvements (hors TVA)	233 M€	363 M€	470 M€	458 M€	645 M€	+41%

L'activité globale des paris sportifs génère un montant de prélèvements de 645M€ en 2021, en augmentation de 41% par rapport à 2020. Quinze opérateurs se partagent ce marché.

C. Malgré un ralentissement fin 2021, le pari hippique en ligne se développe en France

Graphique n°10 : Évolution trimestrielle des mises, du chiffre d'affaires et du nombre de CJA en paris hippiques



Comme en paris sportifs, les comparaisons entre les 4^e trimestres 2020 et 2021 sont délicates. Le calendrier de courses hippiques du deuxième semestre 2020 avait été nettement modifié et amplifié des réunions annulées au premier semestre en raison de la crise sanitaire. L'activité du 4^e trimestre

2021 apparaît donc en baisse par rapport à celle du 4^e trimestre 2020, le retour à la normale du calendrier hippique expliquant cette situation.

Tableau n°8 : Évolution trimestrielle des principaux indicateurs de l'activité des paris hippiques en 2021

	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	ΔT4 2021/ T4 2020
Nombre de CJA	388 000	402 000	363 000	335 000	338 000	-13%
Moyenne de CJA hebdomadaire	184 000	195 000	176 000	158 000	168 000	-9%
Mises	448 M€	481 M€	400 M€	332 M€	370 M€	-17%
sur les courses françaises	361 M€	359 M€	319 M€	284 M€	302 M€	-16%
PBJ	105 M€	110 M€	95 M€	81 M€	89 M€	-15%
PBJ/CJA	271€	274€	262€	242€	263€	-3%
Prélèvements (hors TVA)	56 M€	58 M€	47 M€	43 M€	49 M€	-11%

En moyenne trimestrielle, le produit brut des jeux du pari hippique en ligne s'établit à près de **94M€**, pour un total annuel de **375M€**, en hausse de **6%** par rapport à **2020**. Après un 1^{er} trimestre 2021 dynamique (110M€), en hausse par rapport au T4 2020, ce segment a connu un repli aux 2^e et 3^e trimestres, suivi par une reprise en fin d'année (89M€). Le chiffre d'affaires du 4^e trimestre reste cependant en deçà de 15% à celui du T4 2020.

Le PBJ des paris hippiques en ligne, de l'ordre de 375M€ en 2021, croit de 6% par rapport à 2020. Il poursuit sa progression mais à des niveaux de croissance plus modestes que l'an passé (+31%), et en phase avec la tendance générale de cette activité depuis 5 ans. **Le chiffre d'affaires 2021 est le plus important depuis l'ouverture du marché en 2010**. En moyenne trimestrielle, **le montant des enjeux en 2021 s'élève à 396M€, pour un total annuel de 1 583M€, soit une hausse de 7% par rapport à 2020**. La contribution de chaque trimestre à la croissance des mises est toutefois assez hétérogène. **Près de 56% des mises ont été réalisées au 1^{er} semestre**, avant un repli de l'activité au 3^e trimestre puis une légère reprise dans les trois derniers mois de l'année. Les enjeux des parieurs sur les courses hippiques du 4^e trimestre s'élèvent ainsi à 370M€ et reculent de 17% par rapport au quatrième trimestre de 2020. **Le nombre de CJA est également en recul tout au long de l'année 2021. Au 4^e trimestre 2021, 338 000 joueurs ont engagé des mises sur l'offre de courses hippiques, soit une diminution de 13% par rapport au T4 2020**. Le niveau de dépenses par joueur de 263 euros au quatrième trimestre correspond à peu près à la dépense moyenne relevée dans chaque trimestre en 2021.

Le total des mises sur l'offre de courses hippiques en ligne se rapproche de **1,6Md€ en 2021, en hausse de 7% par rapport à 2020 et de 44% supérieur à 2019**. **L'offre de courses françaises représente plus de 80% des mises de l'activité en 2021**. Depuis 2017, les enjeux dans le secteur hippique ont augmenté de 58%.

En revanche, contrairement au PBJ et aux enjeux, **le nombre de parieurs hippiques a reculé en 2021, passant de 628 000 à 624 000 joueurs (-1%)**. Il reste toutefois en progression par rapport à 2019 (+4%) et surtout 2017 (+21%). L'activité hippique en ligne est celle sur laquelle les dépenses des joueurs sont les plus importantes. L'année 2020 avait marqué une hausse des dépenses individuelles moyennes de 25% à 564 euros. La progression se poursuit en 2021, mais à un rythme réduit (+6%), les dépenses moyennes des joueurs s'élevant à 601 euros sur l'offre hippique en ligne.

Il est à noter que le marché compte un opérateur de moins depuis fin 2021, à la suite du retrait de l'opérateur Joabet. Six opérateurs actifs se partagent ainsi le marché en 2022.

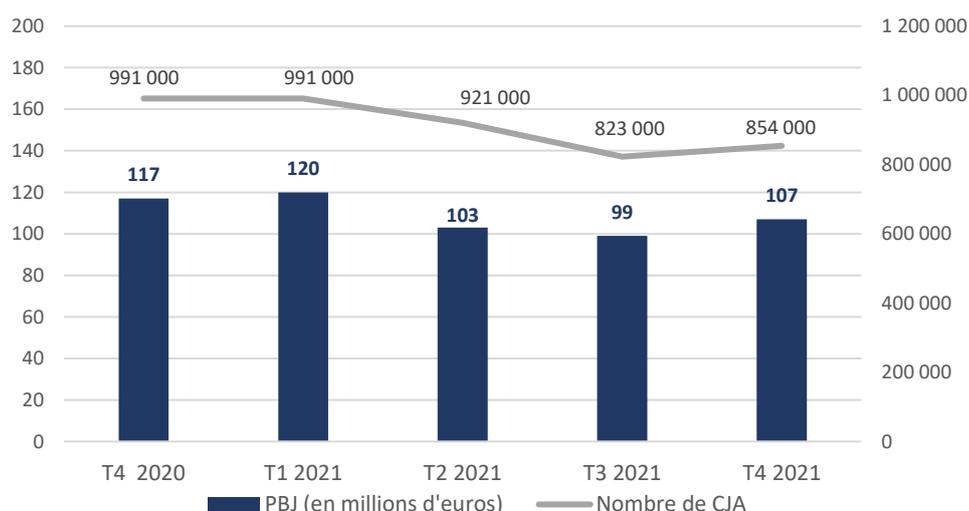
Tableau n°9 : Évolution des principaux indicateurs de l'activité des paris hippiques en ligne de 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021	Variation
Nombre de CJA	523 000	558 000	599 000	628 000	624 000	-1%
Mises	999 M€	1 049 M€	1 106 M€	1 473 M€	1 583 M€	+7%
PBJ	245 M€	256 M€	271 M€	354 M€	375 M€	+6%
PBJ/CJA	468€	459€	452€	564€	601€	+7%
Prélèvements (hors TVA)	129 M€	137 M€	145 M€	179 M€	197 M€	+10%

Les prélèvements tirés de l'activité hippique en ligne sont en augmentation de 10%, à 197M€. Leur croissance est supérieure aux mises car les paris se sont déroulés sur un nombre de courses françaises supérieur à celui de l'année 2020. Or, la fiscalité sur les courses nationales est plus forte que celle sur les courses étrangères.

D. Le marché du poker connaît une légère baisse en 2021 mais se maintient à un niveau très élevé

Graphique 11 : Évolution trimestrielle du chiffre d'affaires et du nombre de CJA en poker



Parmi les segments du jeu en ligne, le poker affiche la plus forte stabilité de chiffres d'affaires trimestriels, contrastant avec les comparatifs trimestriels précédents.

Après un bon 1^{er} trimestre, le PBJ a reculé aux 2^e et 3^e trimestres, pour atteindre un **point bas à 99M€**. Les joueurs de poker étant souvent des amateurs de paris sportifs, il est probable que l'activité ait pâti de l'engouement autour de l'Euro 2020. Après un nouveau recul d'activité, le poker termine l'année avec un **chiffre d'affaires trimestriel de 107M€**, en baisse de 9% par rapport au 4^e trimestre 2020.

La perte d'activité concerne les deux formes de poker, mais à des rythmes différents. En effet, **le poker pratiqué en tournois affiche une diminution de chiffre d'affaires de 8% à 79M€ alors que le PBJ du cash game recule de 10% à 28M€**.

Le volume trimestriel de joueurs de l'activité baisse de 14% par rapport au T4 2020, pour un total de 854 000 comptes actifs. Les joueurs ont dépensé 125€ en partie de poker ce trimestre, montant le plus élevé des quatre trimestres de 2021 et en hausse de 6% par rapport à l'an passé.

Tableau n°10 : Évolution trimestrielle des principaux indicateurs de l'activité de poker en 2021

	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	ΔT4 2021/ T4 2020
Nombre de CJA	991 000	991 000	921 000	823 000	854 000	-14%
Moyenne de CJA hebdomadaire	389 000	408 000	362 000	315 000	347 000	-11%
PBJ	117 M€	120 M€	103 M€	99 M€	107 M€	-9%
<i>dont cash game</i>	31 M€	30 M€	26 M€	27 M€	28 M€	-10%
<i>dont tournois</i>	86 M€	90 M€	77 M€	72 M€	79 M€	-8%
PBJ/CJA	118€	121€	112€	120€	125€	+6%
Prélèvements (hors TVA)	35 M€	36 M€	31 M€	30 M€	32 M€	-11%

Le marché du poker en ligne avait connu une progression d'activité remarquable en 2020, **le chiffre d'affaires de l'activité augmentant de 64% par rapport à l'année précédente**. Les confinements ont généré un fort engouement pour cette pratique. Ainsi, le chiffre d'affaires de l'activité atteignait 446 M€ en 2020, montant supérieur de 130M€ au précédent record établi en 2011. Le poker est la deuxième activité la plus importante du marché en ligne en termes de chiffre d'affaires, **ses résultats contribuant à 20% au chiffre d'affaires total du secteur. Six opérateurs se partagent ce marché.**

En 2021, la dynamique forte sur le poker en ligne s'est tarie, **avec un recul du PBJ de 4% par rapport à 2020 (429M€). Il reste toutefois très supérieur à celui de 2019 (+58%), ce qui signifie que le marché semble se stabiliser à un niveau élevé.**

Le poker pratiqué en tournois continue de s'imposer comme la forme privilégiée des joueurs, le chiffre d'affaires issu des parties pratiquées en tournois contribue à 74% au PBJ total du secteur pour un total de 318M€. Il diminue dans des proportions moindres au PBJ issu du *cash game* (respectivement -2% et -8%) qui s'élève à 111M€.

La baisse annuelle d'activité s'apprécie également par la **diminution du bassin de joueurs**. Le nombre de participants à des parties de poker en ligne, d'environ 1,7 million de CJA, a reculé de 10% par rapport à l'an passé. Le volume de joueurs reste toutefois très supérieur à celui des exercices précédents 2020. 96% des joueurs de poker ont participé à des tournois contre 44% pour des parties de *cash game*. La participation par joueur est en revanche en hausse, les joueurs ayant dépensé en moyenne près de 259 euros en partie de poker sur l'ensemble de l'année 2021, correspondant au montant le plus élevé des dernières années.

Tableau n°11 : Évolution des principaux indicateurs du poker en ligne de 2017 à 2021

	2017	2018	2019	2020	2021	Δ2021/ 2020
Nombre de CJA	1 049 000	1 136 000	1 119 000	1 840 000	1 653 000	-10%
PBJ	245 M€	258 M€	272 M€	446 M€	429 M€	-4%
<i>dont cash game</i>	93 M€	88 M€	88 M€	121 M€	111 M€	-8%
<i>dont tournois</i>	152 M€	170 M€	184 M€	325 M€	318 M€	-2%
PBJ/CJA	234€	227€	243€	242€	259€	+7%
Prélèvements (hors TVA)	77 M€	82 M€	86 M€	135 M€	129 M€	-4%

L'activité du poker en ligne génère un niveau de prélèvements de 129 millions d'euros sur l'exercice 2021 en retrait de 4% par rapport à l'an passé.

FOCUS N°3 : LES DEPENSES PUBLICITAIRES

Remarque préalable : les montants communiqués ci-dessous porte sur les dépenses marketing des opérateurs de jeux d'argent et de hasard. Ils n'incluent pas le versement de gratifications aux joueurs. Ceux-ci feront l'objet d'une analyse distincte qui sera communiquée lors de la présentation des lignes directrices et des recommandations relatives aux gratifications financières, que l'Autorité adoptera à l'été 2022.

A. Des stratégies marketing ambitieuses en 2021, marquées par une accélération du recours à la publicité numérique

En application de l'art. 6 du décret n°2020-1349 du 4 novembre 2020, les opérateurs titulaires de droits exclusifs et les opérateurs de jeux ou de paris en ligne soumettent à l'approbation de l'Autorité nationale des jeux, leur stratégie promotionnelle de l'année à venir².

En janvier 2021, le collège de l'ANJ a examiné, pour la première fois, les stratégies promotionnelles des 14 opérateurs agréés et des 2 opérateurs titulaires de droits exclusifs, FDJ et PMU. Trois points de vigilance avaient été alors relevés :

- **une augmentation substantielle des budgets publicitaires**, de 26% par rapport à 2019, avec des campagnes d'envergure autour des grands événements sportifs (notamment l'Euro de Football et Jeux Olympiques de Tokyo) ;
- **un ciblage renforcé des jeunes** avec le recours à des stratégies de marketing digital sur les réseaux sociaux Snapchat et TikTok particulièrement suivis par des mineurs ;
- **une stimulation active du joueur** pouvant engendrer une intensification des pratiques de jeu et le recrutement de nouveaux joueurs (bonus, personnalisation de l'offre).

L'analyse tirée de l'examen des stratégies promotionnelles 2021 par l'ANJ s'est vérifiée. L'Euro 2020 a été l'occasion pour les acteurs du secteur d'augmenter dans des proportions notables leur dépenses en publicité. Ce niveau de pression publicitaire a engendré un émoi social consécutif à la pression publicitaire qui a été ressentie dans le secteur des jeux d'argent et de hasard.

L'ANJ a engagé une consultation publique avec l'ensemble des parties prenantes, réalisé un bilan de la mise en œuvre des stratégies promotionnelles et des études sur la perception de la publicité pour les paris, dans l'objectif de compléter le cadre de régulation existant par des lignes directrices et recommandations sur les communications commerciales. Le 17 février 2022, **les [lignes directrices](#) et [recommandations](#) sur les communications commerciales ont été adoptées par le Collège de l'ANJ**, après une phase de concertation importante, notamment avec les opérateurs. Une synthèse du dispositif et des actions entreprises est accessible à la page [présente](#).

B. Une intensification de la pression publicitaire en 2021, en particulier sur les plateformes sociales et de contenus

Après une année 2020 d'accalmie, le calendrier sportif attractif en 2021 a poussé les opérateurs à augmenter fortement leurs investissements, avec un recours important à la publicité digitale et aux influenceurs. La pression publicitaire a été particulièrement intense au moment de l'Euro 2020 de

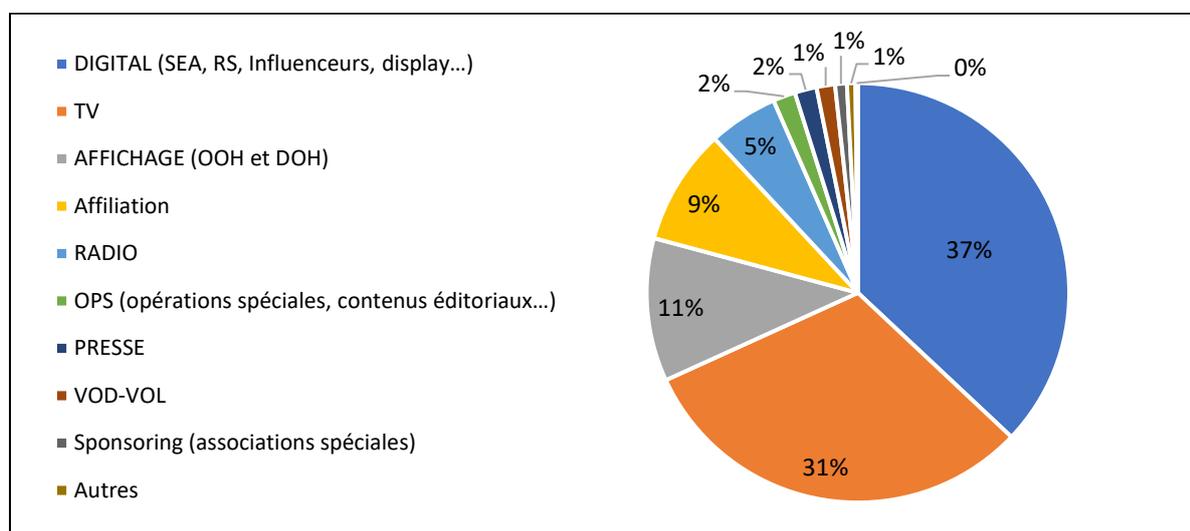
² Les casinos et sociétés de courses ne sont pas concernés par cette disposition réglementaire

football, qui s'est déroulé en juin et juillet 2021. Selon les données délivrées par la société Kantar, **les dépenses publicitaires sont passées de 161M€ à 191M€ entre 2020 et 2021 (+19%)**.

Afin d'avoir une vision précise des dépenses publicitaires dans le secteur des jeux d'argent et de hasard, notamment dans le **domaine de la publicité numérique**, l'ANJ a réalisé un bilan à partir des données fournies par les opérateurs dans le cadre du suivi de leurs stratégies promotionnelles.

Les investissements en publicité opérateurs de jeux d'argent et de hasard ont atteint un montant record de 237M€ en 2021, dont 49M€ pendant la seule période de l'Euro 2020 qui s'est tenu de la mi-juin à la mi-juillet (21%). Il convient de noter que le parcours décevant de l'équipe de France de football durant cette compétition, éliminée en 1/8 de finale fin juin, a conduit les opérateurs à engager moins de dépenses publicitaires en juillet que ce qui était initialement prévu. **Les volumes ont donc été extrêmement concentrés en juin, ce qui a engendré, pour le grand public et les joueurs, un sentiment de suppression**. Les investissements marketing auraient sans aucun doute été encore plus élevés si la France avait atteint la finale de la compétition, comme en 2016 et 2018.

Graphique n°12 : Répartition des investissements publicitaires des opérateurs en ligne et sous monopole en 2021



La publicité digitale a été le premier poste d'investissement des opérateurs de jeu d'argent et de hasard (46%, en incluant l'affiliation), devant la TV (31%) et l'affichage (11%). L'excellent retour sur investissement (ROI) et un pilotage simple des campagnes marketing rend ce levier incontournable dans les campagnes marketing.

La stratégie digitale des opérateurs de jeu d'argent et de hasard se caractérise par une **communication commerciale forte et continue sur les plateformes sociales et de contenus**, en particulier Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube et Twitch. Facebook est en revanche de moins en moins utilisé. Le recours aux influenceurs, issus de l'univers du rap, de la télé-réalité, des pronostics sportifs, du poker ou du jeu vidéo, est important. Ils sont souvent très populaires auprès des jeunes majeurs, voire des mineurs (parfois plusieurs millions de *followers*, avec audiences chez les 13-17 ans qui peuvent dépasser 16% sur certaines plateformes sociales).

Ces politiques marketing axées sur le numérique ne sont pas sans risque, d'une part du point de vue de **l'exposition des mineurs**, d'autre part en raison de **leur impact non négligeable sur des publics vulnérables**, tels que les jeunes de moins de 25 ans et les joueurs excessifs ou pathologiques. **Ainsi, 62% des jeunes de 15 à 20 ans suivent un influenceur, 35% en suivent plus de 10 et 49% d'entre eux**

ont déjà acheté ou consommé un produit ou un service recommandé par un influenceur³. Par ailleurs, les joueurs intensifs sont exposés dans des proportions plus fortes que la moyenne à un large éventail de médias, à la fois digitaux (influenceurs, internet, réseaux sociaux) et classiques (presse, TV, radio, affichage).

La publicité omnicanale apparaît en soi comme un facteur de risque, accentué par l’usage des leviers numériques, qui permettent un ciblage publicitaire plus fin et favorisent le maintien dans le jeu. **Les publicités « classiques » (TV, affichage, presse, points de vente) ont également un impact non négligeable sur les comportements de jeu** : 38% des répondants à une étude Harris commandée par l’ANJ fin 2021⁴ déclarent être influencés par les communications commerciales à la télévision, 17,5% par le marketing en point de vente. S’agissant des contenus, 70% des personnes interrogées se sont accordées à dire qu’ils représentent un risque pour les mineurs (70%), qu’ils banalisent la pratique du jeu d’argent (65%) et qu’ils sont parfois de nature trompeuse vis-à-vis des gains espérés (59%).

C. Stratégies promotionnelles 2022 : des investissements prévisionnels en hausse, en particulier en fin d’année

Remarque préalable : cette analyse est réalisée sur la base des montants déclaratifs communiqués par les opérateurs dans le cadre de l’examen de leurs stratégies promotionnelles.

Comme en 2021, l’année 2022 bénéficie d’un calendrier favorable, qui s’achèvera par la coupe du monde de football, qui aura lieu du 21 novembre au 18 décembre. En 2018, la compétition avait à elle seule généré 700M€ de mises. Elle aura cette fois-ci la particularité de se dérouler dans une période commerciale particulièrement attractive, entre le Black Friday et les fêtes de fin d’année.

Les investissements publicitaires prévus par les opérateurs en 2022 s’élèvent à **255M€, soit une augmentation de 7% par rapport à 2021 qui constituait déjà un niveau record d’engagement budgétaire. 55% des budgets sont planifiés au second semestre**, plusieurs opérateurs prévoyant de lancer de nouvelles campagnes de grande envergure.

Tableau n°12 : Évolution des dépenses publicitaires déclarées par les opérateurs en 2021 et prévues en 2022

	2021	2022
1 ^{er} semestre	133 M€	113 M€
2 nd semestre	104 M€	141 M€
Total	237 M€	255 M€

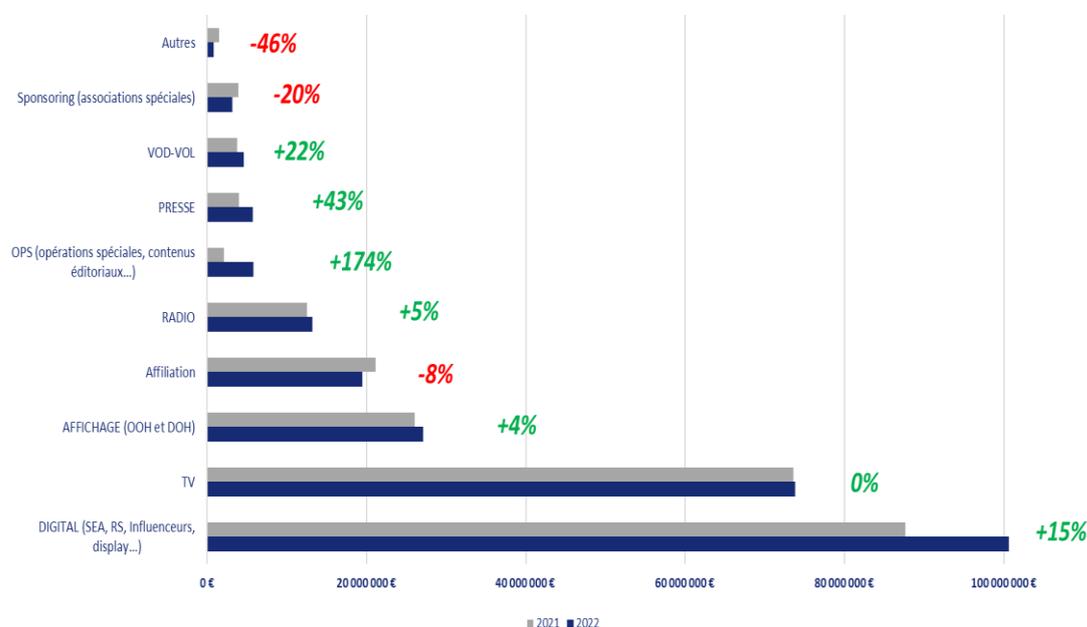
La publicité numérique sera une nouvelle fois plébiscitée. **Les budgets planifiés sur les leviers numériques devraient en effet augmenter de 15%**, hors affiliation, certains opérateurs développant

³ Analyse de la consommation média des joueurs dans le secteur des jeux d’argent en France, étude Kantar pour ANJ, décembre 2021

⁴ Influence de la publicité et des gratifications financières sur les comportements de jeu, étude Harris interactive pour ANJ, janvier 2022

des stratégies 100% digitales. Le recours aux ambassadeurs, influenceurs et créateurs de contenus devrait par ailleurs se renforcer. Enfin, la présence en télévision, radio et affichage devrait rester stable.

Graphique n°13 : Répartition des dépenses publicitaires par média en 2021 et projections pour 2022



Cette situation interroge au regard de la nécessaire conciliation entre, d'une part, l'objectif légitime des opérateurs de faire connaître leur offre de jeux au public et de **se différencier de l'offre illégale** et, d'autre part, l'impératif pour l'ANJ de veiller au respect des objectifs légaux dont elle a la charge, en particulier **la prévention du jeu excessif ou pathologique et à protéger les mineurs.**

Ainsi, le 17 mars, le collège de l'Autorité Nationale des Jeux a examiné [les stratégies promotionnelles 2022](#) des opérateurs de jeux d'argent. Différents points de vigilance ont été identifiés à cette occasion, comme l'augmentation des investissements publicitaires, le recours massif aux leviers numériques, en particulier via les plateformes sociales et les influenceurs particulièrement populaires auprès des jeunes, voire des mineurs. Cette situation a conduit l'ANJ, en s'appuyant sur les lignes directrices et les recommandations qu'elle a adoptées le 17 février dernier, à rejeter la stratégie d'un opérateur et à exiger, pour les autres opérateurs, qu'ils modèrent leur politique promotionnelle de manière significative.

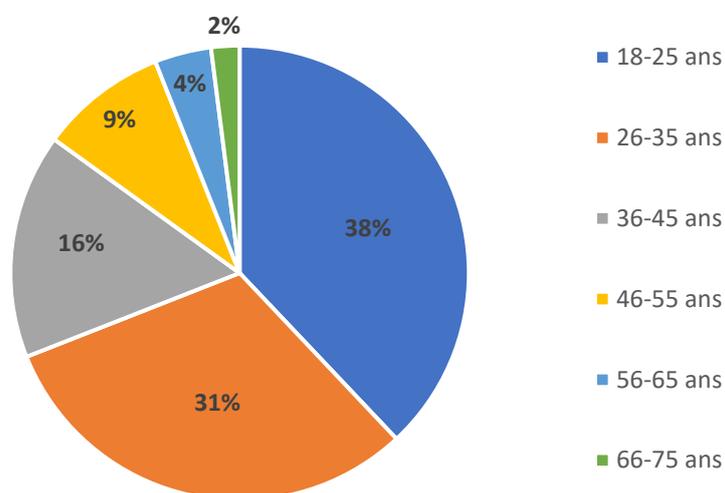
FOCUS N°4 : LES JOUEURS DE JEUX EN LIGNE ET LEURS PRATIQUES DE JEU

La population de joueurs en ligne est **globalement jeune et masculine** :

- les personnes **de 18 ans à 25 ans** représentent **38%** des joueurs, contre 12% de la population majeure en France,
- les personnes de **moins de 35 ans** (incluant les 18-25 ans) représentent **69%** des joueurs, contre 27% de la population française adulte.

Les profils de joueurs sont toutefois différents selon le segment de jeu. S'il existe des convergences entre le pari sportif et le poker, les amateurs de pari hippique tendent à se démarquer du profil type du joueur en ligne.

Répartition des tranches d'âges des comptes joueurs actifs en ligne de l'année 2021



A. Le parieur sportif en ligne type est un homme plutôt jeune, qui habite en milieu urbain

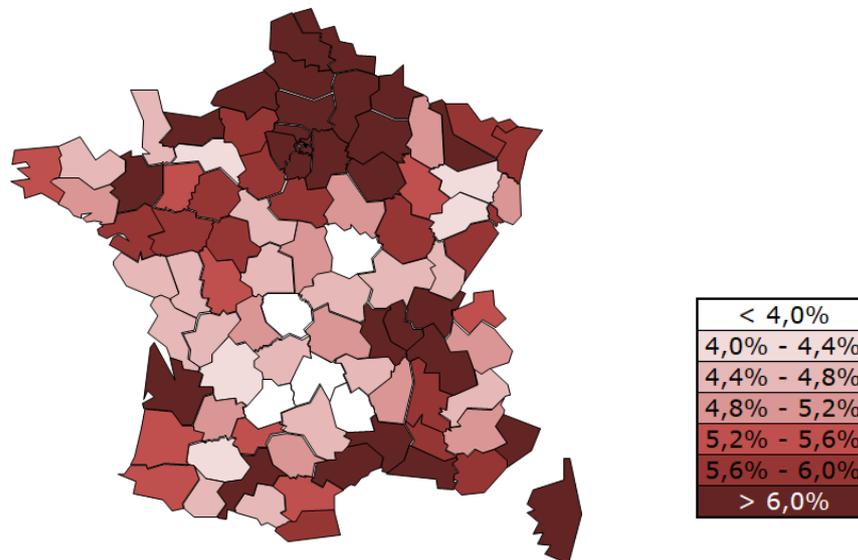
Cible Paris Sportifs :

- Homme 18-35 ans
- Actif vivant en milieu urbain (grandes villes et leurs périphérie)
- Fan de sport, en particulier de football, de jeux vidéo, d'automobile, de jeux de cartes.
- Consomme de la musique urbaine (rap /hiphop)

Données démographiques de l'ANJ :

- Age médian : 28 ans
- Age moyen : 30 ans
- Homme 85% - Femme 15%
- Joueurs uniques : 3 253 000
- Mise moyenne mensuelle : 238,75 €
- Mise médiane : 240 €

Répartition géographique de la population des CJA de paris sportifs en 2021



- La population de parieurs sportifs en ligne est la plus jeune des trois activités de jeux en ligne ouvertes à la concurrence. La grande majorité des parieurs sont âgés de 18 à 35 ans. L'âge médian des parieurs sportifs de 2021 est de **28 ans** pour un âge moyen de 30 ans.
- Les joueurs ont en moyenne engagé **239 euros** de mises par mois sur l'offre de paris sportifs de l'année
- L'activité des paris sportifs est également celle dans laquelle la proportion de femmes est la moins bien représentée. En 2021, **85% des parieurs étaient des hommes** contre 15% de femmes. Ils vivent principalement dans les grandes villes ou en **milieu urbain**.

B. Le parieur hippique en ligne type est d'âge plus mûr que ceux de celui de pari sportif et de poker et vit dans les territoires à forte tradition équine

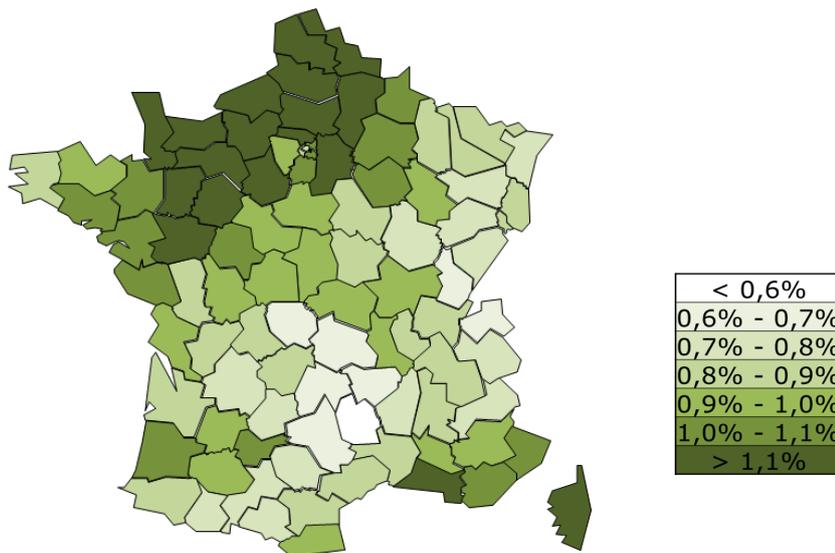
Cible Paris Hippique :

- Homme-Femme de 25 à 55 ans
- Actif Fan de sport, de paris sportifs et de courses hippiques
- Fréquente des points de vente PMU
- Proche de sa famille, joue le rôle de chef de famille
- Connait dans son entourage un ou des parieurs hippiques qui peuvent l'initier et/ou lui transmettre leur savoir sur cette pratique
- Consomme des médias traditionnels, surtout en TV et presse écrite (Kantar)

Données démographiques de l'ANJ :

- Age médian : 44 ans
- Age moyen : 44 ans
- Part H/F : Homme 81% - Femme 19%
- Joueurs uniques : 547 000
- Mise moyenne mensuelle : 369 €
- Mise médiane : 541 €

Répartition géographique de la population de joueurs de paris hippiques en



- La population de joueurs de paris hippiques en ligne est la plus avancée en âge dès trois activités de jeux en ligne ouvertes à la concurrence. L'âge médian des parieurs hippiques de **44 ans**, qui est similaire à l'âge moyen.
- L'activité hippique est également celle qui comporte la **proportion de joueuses la plus importante** (19% des joueurs).
- Les joueurs ont engagé en moyenne **369 €** de mises par mois sur l'offre de courses hippiques
- Les joueurs sont les plus situés dans les territoires à forte culture équine.

C. Le joueur poker en ligne type est un homme trentenaire vivant plutôt dans les grandes métropoles ainsi que dans le Nord-Est et le Sud-Est de la France

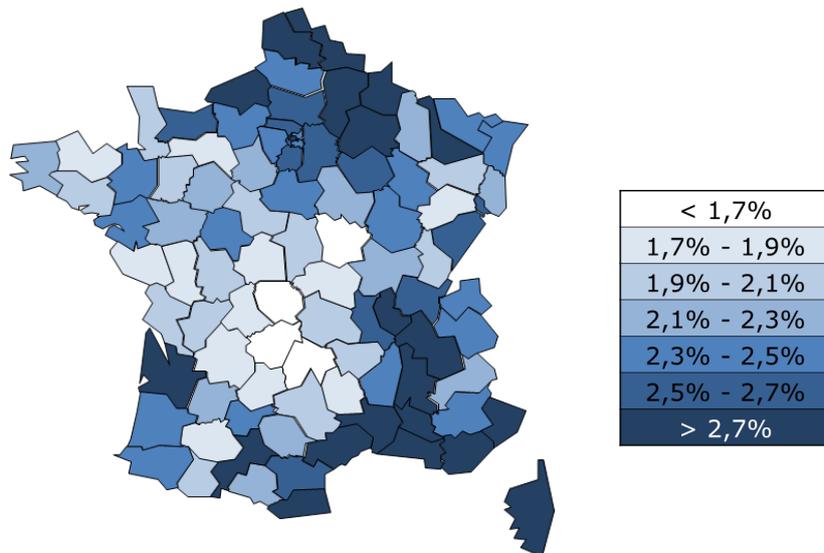
Cible Poker :

- Homme, 18-54 ans
- Fan de sport, de poker, de casino et de jeux vidéo
- Joueur amateur ou professionnel de poker
- Peut fréquenter les casinos de façon occasionnelle
- A un attrait pour les autres jeux de cercle et les jeux de carte
- Est présent sur les plateformes sociales et de contenus (Twitch, YouTube)

Données démographiques de l'ANJ :

- Age médian : 30 ans
- Age moyen : 32 ans
- Part H/F : Homme 87% - Femme 13%
- Nombre de joueurs uniques : 1 342 000
- Mise moyenne mensuelle : 816,25€
- Mise médiane : 490 €

Répartition géographique de la population de joueurs de poker en ligne en 2021



- Les joueurs de poker sont également relativement jeunes, l'âge médian étant de **30 ans** et l'âge moyen 32 ans. La cible visée par les opérateurs de poker en ligne est pourtant d'un âge plus étendu (18 à 54 ans).
- Le poker est l'activité en ligne la moins pratiquée par les femmes qui ne composent que **13%** du total annuel des joueurs de poker.
- Les joueurs de poker se concentrent davantage en zone à forte **concentration urbaine**.