

DÉCISION N° 2023-023 DU 16 FÉVRIER 2023
RELATIVE À LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE
DU GROUPEMENT D'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE PARI MUTUEL URBAIN POUR SON
ACTIVITÉ SOUS DROITS EXCLUSIFS 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 le code de la consommation, notamment les articles L. 121-1 et suivants ;

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°2022-229 du 15 décembre 2022 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 du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN ;

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 décision n°2022-187 du 17 juillet 2022 portant approbation du programme annuel des jeux et paris du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN pour l'année 2023 ;

Vu la demande du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN du 19 décembre 2022 tendant à l'approbation de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2023 pour son activité sous droits exclusifs ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après avoir entendu le commissaire du gouvernement en ses observations, et 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 et de hasard.

2. Ces règles nationales doivent être par ailleurs mises en œuvre à la lumière des dispositions du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) et de la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) au regard desquelles elles ont été édictées. Il ressort en effet d'une jurisprudence constante de la CJUE que l'institution d'un monopole constitue une mesure particulièrement restrictive des libertés garanties aux articles 49 (liberté d'établissement) et 56 (libre prestation des services) du TFUE, qui ne peut être justifiée qu'en vue d'assurer un niveau de protection des consommateurs de jeux d'argent et de hasard particulièrement élevé, de nature à permettre de maîtriser les risques propres à cette activité et, en particulier, de poursuivre une politique efficace de prévention jeu excessif ou pathologique, de protection des mineurs et de lutte contre le jeu illégal. Afin d'atteindre l'objectif de canalisation du jeu vers des circuits contrôlés par l'Etat, qui doit permettre de mieux protéger les personnes contre des dépenses excessives et l'assuétude au jeu, le titulaire de droits exclusifs doit pouvoir constituer une alternative fiable, mais en même temps attrayante, aux activités illégales, ce qui peut, en soi, impliquer l'offre d'une gamme de jeux étendue, une publicité d'une certaine envergure et le recours à de nouvelles techniques de distribution. Toutefois, la politique commerciale du monopole doit s'inscrire dans le cadre d'une politique d'expansion contrôlée, au moyen d'une offre quantitativement mesurée et qualitativement aménagée permettant la réalisation effective de l'objectif de protection des joueurs. En particulier, la politique commerciale du titulaire du monopole doit pouvoir être considérée, au niveau tant de l'ampleur de la publicité effectuée que de la création par celui-ci de nouveaux jeux, comme s'inscrivant dans le cadre d'une telle politique d'expansion contrôlée dans le secteur des jeux de hasard, visant effectivement à canaliser l'appétence pour le jeu dans des circuits contrôlés par l'Etat. En effet, l'objectif de protéger les consommateurs contre l'assuétude au jeu étant, en principe, difficilement compatible avec une politique d'expansion des jeux de hasard – caractérisée notamment par la création de nouveaux jeux et par la publicité faite pour ceux-ci – une telle politique ne saurait être considérée comme cohérente que si les activités illégales présentaient une dimension considérable et si les mesures adoptées visaient à canaliser l'envie de jouer des consommateurs dans des circuits légaux.

3. S'agissant plus particulièrement de la publicité mise en œuvre par le titulaire d'un monopole public, il ressort d'une jurisprudence constante de la CJUE que celle-ci doit demeurer mesurée et strictement limitée à ce qui est nécessaire à la réalisation de l'objectif de canalisation des consommateurs vers les circuits de jeu protecteurs contrôlés par l'Etat. Une telle publicité ne saurait, en tout état de cause, viser à encourager la propension naturelle au jeu des consommateurs en stimulant leur participation active à celui-ci, notamment en banalisant le jeu ou en donnant une image positive liée au fait que les recettes récoltées sont affectées à des activités d'intérêt général ou encore en augmentant la force attractive du jeu au moyen de messages publicitaires accrocheurs faisant miroiter d'importants gains. Il convient en particulier, au sens de cette jurisprudence, de distinguer les stratégies du titulaire du monopole qui ont seulement pour but d'informer les clients potentiels de l'existence de produits et qui servent à garantir un accès régulier aux jeux de hasard en canalisant les joueurs vers les circuits contrôlés de celles qui invitent à une participation active à de tels jeux et stimulent celle-ci. La CJUE opère ainsi une distinction entre une politique commerciale restreinte, qui cherche seulement à capter ou à fidéliser le marché existant au profit de l'organisme bénéficiant d'un monopole, et une politique commerciale expansionniste, dont l'objectif est l'accroissement du marché global des activités de jeux.

4. La législation française s'inscrit pleinement dans cette perspective de protection des joueurs. Ainsi, aux termes du 1^o de l'article L. 320-3 du code de sécurité intérieure dans sa rédaction résultant de l'ordonnance du 2 octobre 2019 susvisée, la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent et de hasard « *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^o 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'arrêté du 9 avril 2021 susvisé dispose par ailleurs, s'agissant des opérateurs titulaires de droits exclusifs, au point 4 de la Section III de son article III que : « *Les communications commerciales diffusées par les opérateurs d'une part, et les gratifications financières et les promotions commerciales qu'ils proposent d'autre part, en particulier en ce qui concerne les bonus, bons à valoir et les programmes de fidélité, doivent être mesurées et strictement proportionnées à l'objectif de canaliser la demande de jeu vers l'offre légale* » et que « *Les communications commerciales ne doivent ni banaliser le jeu ni en donner une image positive liée au fait que les recettes récoltées sont affectées à des activités d'intérêt général* ».

5. C'est pourquoi, selon les dispositions du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée, 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, lequel comprend 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* ». L'Autorité examine cette stratégie au regard des objectifs de la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent et de hasard mentionnés 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. Le non-respect de ces conditions 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. La présente décision participe ainsi au contrôle étroit exercé par l'Etat mentionné au I de l'article 137 de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 susvisée, qui a justifié l'octroi de droits exclusifs à la société

PARI MUTUEL URBAIN afin de maîtriser les risques spécifiques propres à l'exploitation des jeux de pronostics hippiques commercialisés en réseau physique de distribution et de poursuivre efficacement l'objectif de prévention du jeu excessif ou pathologique et de protection des mineurs.

6. Il résulte de ces dispositions que l'Autorité doit **s'assurer que la stratégie promotionnelle présentée chaque année par un opérateur sous droits exclusifs s'inscrit dans une politique d'expansion contrôlée dans le secteur des jeux d'argent de hasard, visant effectivement à canaliser l'appétence pour le jeu dans des circuits contrôlés, ce qui implique que cette stratégie promotionnelle n'excède pas ce qu'impose la satisfaction des objectifs légaux dont l'opérateur sous droits exclusifs a la charge, plus particulièrement celui relatif à la limitation de la consommation des jeux en vue de prévenir le jeu excessif ou pathologique et de protéger les mineurs.** Dans le cadre de cet examen de proportionnalité, l'Autorité doit se livrer à une appréciation globale et dynamique des circonstances de l'espèce, en ce sens qu'elle doit considérer l'ensemble des éléments pertinents et tenir compte de l'évolution des circonstances postérieurement à l'institution du monopole pour vérifier si la stratégie promotionnelle du titulaire de droits exclusifs est cohérente avec les objectifs qui lui sont assignés.

7. 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 du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN.

Sur l'ampleur et l'intensité de la publicité réalisée par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN :

8. Il ressort de l'instruction que, pour fidéliser ses clients et élargir, dans une certaine mesure, sa base de clientèle, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN entend mettre en œuvre en 2023 une politique promotionnelle ambitieuse de sa marque et de son offre de jeu en points de vente, basée sur la promotion d'une offre simplifiée et renouvelée ainsi que sur une focalisation sur les turfistes (coutumiers à préserver et occasionnels à reconquérir) et les cibles proches (clients points de vente ou hippodromes). Cette stratégie est assise sur un budget média de [...], en augmentation de [...]% par rapport à 2022. Elle se traduit par des dispositifs promotionnels récurrents tout au long de l'année et s'inscrit dans la continuité de celle déployée en 2022, essentiellement rythmée par des temps forts du calendrier hippique ainsi que par la mise en avant de temps forts commerciaux et d'événements plus populaires [...]). Elle sera accompagnée par le lancement d'une campagne grand public destinée à promouvoir la nouvelle formule du [...].

9. Cette stratégie se caractérise par un recours accru aux médias traditionnels ([...]) et par la recherche d'une plus forte activation des leviers numériques et du ciblage publicitaire permettant de renforcer la visibilité des courses et de l'offre de paris hippiques adossée à celles-ci. Cette stratégie s'appuie par ailleurs, d'une part, sur une politique d'animation commerciale des points de vente et des hippodromes très dynamique, qui se traduit notamment par l'organisation d'opérations événementielles fréquentes et, d'autre part, par un renforcement substantiel de sa politique de gratifications financières, dotée d'un budget global de [...] ([...]% par rapport à 2022).

10. Or cette politique promotionnelle s'inscrit dans une tendance préoccupante marquée par la concentration et l'intensification des pratiques de jeu au sein de l'offre de jeu du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN, et ce alors que l'offre de paris hippiques présente, selon une étude réalisée par Observatoire des jeux en 2019, le taux de prévalence du jeu problématique le plus élevé du marché français des jeux d'argent.

11. Il en résulte ainsi que la politique promotionnelle qu'entend déployer le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN comporte un risque élevé d'intensification des pratiques de jeu auquel l'opérateur doit se montrer extrêmement vigilant.

12. A cet égard et plus spécifiquement, il importe que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN veille à ce que les mécanismes d'attribution des gratifications qu'il alloue ne favorisent pas l'intensification des pratiques de jeux et exclut effectivement de ces dispositifs les joueurs identifiés comme présentant un risque de jeu excessif. De façon générale, il appartient à l'opérateur de veiller à ce que, eu égard à leur fréquence et leur ampleur, les gratifications qu'il octroie respectent les dispositions du premier alinéa du I de l'article L. 322-13 du code de la sécurité intérieure, à défaut de quoi l'Autorité pourra être amenée à les limiter en faisant application du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée. En tout état de cause, l'Autorité se livrera à un contrôle strict du respect par l'opérateur de la proportion maximale des sommes versées en moyenne aux joueurs pour son activité de paris hippiques et notamment de la manière dont ont été comptabilisées les gratifications financières.

13. Il suit de là que l'ampleur de la politique promotionnelle envisagée par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN – qui ne semble pas répondre à un accroissement avéré de l'offre illégale de paris hippiques et ne peut être totalement justifiée ni par la nécessité invoquée par l'opérateur de renouveler une base de clientèle qui s'érode ni par celle de redynamiser le réseau de points de vente après les difficultés qui l'ont affecté, liées aux effets de la crise sanitaire, ou encore celles d'un contexte concurrentiel justifiant la défense de ses parts de marché – peut présenter un risque de dépasser, notamment en matière de gratifications financières, ce qui est nécessaire pour canaliser la demande de jeu vers des circuits contrôlés et de porter atteinte à l'objectif de la politique de l'Etat visant à limiter cette consommation afin, notamment, de protéger les mineurs et de prévenir le jeu excessif ou pathologique.

Sur le contenu des communications commerciales de l'opérateur du monopole :

14. La politique promotionnelle d'un opérateur en situation de monopole doit, ainsi qu'il a été dit au point 3, être mesurée et se limiter strictement à informer ses clients potentiels de l'existence de son offre et ainsi à capter une demande existante de jeux d'argent et non à stimuler ni encourager cette dernière.

15. Il ressort du dossier soumis par l'opérateur que celui-ci entend continuer à fonder sa ligne éditoriale promotionnelle sur la « transmission », « l'émotion et la ferveur du jeu » et l'expertise des joueurs, en s'appuyant pour ce faire notamment sur la notoriété d'un international français de football [...].

16. A cet égard et d'une manière générale, l'Autorité considère que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN doit faire preuve de vigilance dans la mise en œuvre de ce parti-pris éditorial qui peut conduire, même indirectement, à encourager les pratiques excessives de jeu ou à affecter les mineurs au sein de leur cadre amical ou familial, et ce alors que l'étude menée en 2021 par la Société d'entraide et d'action psychologique (SEDAP) a mis en évidence le risque de jeu des mineurs en matière de paris hippiques dans des proportions relativement significative (plus de 17% des mineurs interrogés ayant déclaré avoir pratiqué ce type de paris).

17. L'Autorité appelle en conséquence le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN à veiller scrupuleusement à ce que ses communications commerciales, notamment la campagne grand public qu'il entend lancer au premier semestre 2023 et les clips vidéo « *la belle*

histoire » diffusés sur internet, soient conformes aux 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. En particulier, ainsi que l'Autorité l'a indiqué dans lesdites lignes directrices, ces communications ne doivent pas « *prétendre ou laisser entendre que la compétence, l'expérience ou le savoir-faire du joueur lui permettraient d'éliminer ou de réduire fortement l'aléa du gain, qui est inhérent au contrat de jeu ou de pari* », représenter des « *scènes d'excitation ou d'émotion d'une intensité disproportionnée ou excessive directement liées à la pratique du jeu d'argent et de hasard* » ni « *faire référence à une initiation des mineurs aux jeux par les parents, les grands parents ou plus généralement par un membre de leur famille* ». A ce sujet, l'Autorité prend acte des engagements du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN de pleinement respecter les dispositions des articles susmentionnés et de mettre en place pour ce faire un dispositif relativement complet d'évaluation *a priori* de la conformité de ces communications avec ces dispositions, ainsi qu'une évaluation *ex post* intégrant une mesure de l'ICJE (Indice Canadien du jeu excessif).

18. Par ailleurs, l'Autorité relève que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN prend, dans sa stratégie promotionnelle pour 2023 pour son activité sous droits exclusifs, des engagements supplémentaires en vue de mieux prévenir le risque de jeu des mineurs et de jeu excessif ou pathologique avec, notamment, la mise en œuvre d'un dispositif d'exclusion des communications commerciales des publics mineurs et des joueurs identifiés comme potentiellement excessifs, la mise en place d'un outil de limitation de l'exposition des audiences conformément aux engagements souscrits par l'opérateur dans le cadre de la « *charte d'engagement pour une publicité digitale responsable pour le secteur des jeux d'argent et de hasard* » et, enfin, le déploiement de communications de prévention du jeu excessif ou pathologique et du jeu des mineurs. L'Autorité prend acte de ces engagements et sera particulièrement vigilante quant à la mise en œuvre effective de ces dispositifs d'exclusion. En ce qui concerne les communications que l'opérateur entend mettre en œuvre en vue de mieux prévenir le jeu excessif et le jeu des mineurs, l'Autorité invite celui-ci à distinguer nettement ces campagnes de ses communications commerciales habituelles et à les limiter au seul objectif de prévention qu'elles poursuivent, sous réserve d'une stricte compatibilité de leur contenu avec celui des messages officiels tels que prévus par la réglementation applicable et ainsi que cela est rappelé par le cadre de référence susvisé.

En conclusion :

19. Ces différents éléments d'attention formulés par l'Autorité au regard de l'adéquation de cette stratégie aux objectifs assignés au monopole doivent conduire le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN à adopter dans sa politique promotionnelle une modération d'autant plus forte que, d'une part, sa qualité d'opérateur en situation de monopole le soumet à des obligations renforcées à ce sujet et que, d'autre part, celle-ci s'inscrit dans un contexte marqué par une concentration des pratiques de jeu et par une croissance notable de ses activités commerciales en 2022.

20. Il résulte ainsi de ce qui précède qu'il n'y a lieu d'approuver la stratégie promotionnelle présentée par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN pour l'exercice 2023 que sous réserve des conditions prescrites aux articles 2 à 6 de la présente décision.

DÉCIDE :

Article 1^{er} : L'Autorité nationale des jeux approuve la stratégie promotionnelle du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN pour l'année 2023, sous les conditions énoncées aux articles 2 à 6.

Article 2 :

2.1. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN 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.

2.2. En s'appuyant sur les orientations proposées par le cadre de référence susvisé du 9 avril 2021, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN évaluera avant la diffusion de toute campagne publicitaire d'envergure les risques qu'elle présente et prendra, le cas échéant, toute les mesures permettant de neutraliser ou réduire les risques ainsi identifiés. Cette analyse, dont l'opérateur devra pouvoir justifier de la réalisation auprès de l'Autorité, devra être effectuée au regard de critères objectifs et pertinents et sera complétée par une évaluation postérieure à la diffusion de la communication aux fins de mesurer son influence effective sur le public et en particulier sur les mineurs.

Article 3 : Le groupement économique PARI MUTUEL URBAIN, qui est tenu de faire obstacle à la participation de mineurs aux jeux d'argent et de hasard, doit veiller à limiter au maximum l'exposition des mineurs à ses offres ainsi qu'à ses communications commerciales. Pour ce faire, le groupement économique PARI MUTUEL URBAIN consolide les mesures qu'il a mises en place pour prévenir le jeu des mineurs au sein de ses communications commerciales.

Article 4: Conformément aux articles L. 320-11 et L. 320-12 du code de la sécurité intérieure, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN veille 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. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN est invité 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. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN s'attache à ne pas exercer une pression publicitaire excessive sur l'ensemble des différents supports médiatiques existants et veille à limiter la politique promotionnelle relative aux offres de jeu comportant un risque accru de jeu excessif. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN est invité à se référer sur ce point aux mesures de modération du volume et de la fréquence des communications commerciales présentées au II.1 des recommandations adoptées par l'Autorité dans sa communication du 17 février 2022 susvisée et dans les quatre chartes d'engagement « *pour promouvoir des communications commerciales responsables* » en télévision, radio, affichage et numérique en date du 7 novembre 2022.

5.2. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN veille à adopter un usage modéré des outils promotionnels les plus incitatifs, notamment ceux fondés sur le marketing numérique, le ciblage publicitaire et les animations promotionnelles en points de vente, 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, il est notamment invité 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). Par ailleurs, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN doit, comme il s'y engage, exclure les joueurs qu'il identifie comme potentiellement excessifs ou pathologiques de la liste de diffusion des communications commerciales qui leur sont adressées (telles que les courriers électroniques, les notifications sur les applications de jeu, les SMS ou les appels téléphoniques).

5.3. Il incombe au groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN de veiller à ce que la politique de gratifications financières qu'il propose pour recruter ou fidéliser les joueurs, notamment les abondements de gains distribués par le biais des « *paris boostés* », les bons à parier ainsi que les programmes de fidélité permettant aux joueurs d'obtenir des remboursements d'une partie de leurs mises (« *cash back* »), demeure modérée. L'opérateur s'attache ainsi à ce que ses offres commerciales comportant une gratification financière soient raisonnables en termes de volume, de fréquence et de montant et faire 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. Il veille à ne pas proposer ces gratifications aux joueurs qu'il identifie comme potentiellement excessifs ou pathologiques. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN s'attache par ailleurs à ce que les gratifications financières qu'il propose pour recruter ou fidéliser les joueurs demeurent transparentes et compréhensibles par le public. Il s'assure également enfin que sa pratique de gratifications demeure ponctuelle et n'a pas pour effet de dénaturer le caractère mutuel des paris. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN est invité pour la mise en œuvre de cette prescription à se référer 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 le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN souhaiterait modifier ou compléter sa stratégie promotionnelle en cours d'année, il 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 au groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN 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