

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Autorité nationale des jeux

COMMUNICATION N° 2023-C-001 DU 25 MAI 2023

PORTANT ADOPTION DE LIGNES DIRECTRICES ET RECOMMANDATIONS RELATIVES AUX CONTRATS DE PARTENARIAT SPORTIF DES OPERATEURS DE JEUX D'ARGENT ET DE HASARD

L'Autorité nationale des jeux,

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment ses articles L. 320-3, L. 320-4, L. 320-11, L. 320-12 et D. 320-1 à D. 320-10 ;

Vu le code du sport, notamment son article L. 131-16 ;

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 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° 2010-518 du 19 mai 2010 modifié relatif à l'offre de jeux et de paris des opérateurs de jeux et à la mise à disposition de l'Autorité nationale des jeux des données de jeux ;

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, notamment la section III du cadre de référence ;

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 ;

Après avoir entendu le commissaire du Gouvernement, en ses observations, et en avoir délibéré le 25 mai 2023,

ADOpte LES LIGNES DIRECTRICES ET RECOMMANDATIONS SUIVANTES :

Introduction : l'objet et le cadre juridiques des lignes directrices et recommandations

1. Les présentes lignes directrices et recommandations ont pour objet les contrats de partenariat sportif (encore dénommés « contrats de *sponsoring* ») conclus entre les opérateurs de jeux d'argent et de hasard et les organisateurs d'événements sportifs, tels que les fédérations, les ligues, les clubs professionnels ou amateurs, les équipes et les sportifs. Ces contrats visent à promouvoir le nom commercial, la marque, l'image ou les activités de l'opérateur et constituent pour ce dernier un moyen, d'une part, de bénéficier de la notoriété et de l'image du partenaire sportif et, d'autre part, de se faire connaître auprès du public intéressé par les activités de celui-

ci. La conclusion d'un tel contrat permet ainsi à l'opérateur de faire la promotion de son offre de jeu en vue d'attirer ou fidéliser une clientèle.

2. Les jeux d'argent et de hasard ne sont ni un commerce ordinaire ni un service ordinaire¹. Ils sont autorisés à titre dérogatoire et doivent faire l'objet d'un encadrement strict afin de prévenir les risques d'atteinte à l'ordre public, particulièrement en matière de prévention contre l'assuétude au jeu et la protection des mineurs. Ces éléments ont justifié la mise en place d'une régulation exigeante de la publicité relative aux jeux d'argent, que l'ordonnance du 2 octobre 2019 a entendu asseoir et renforcer en fixant de nouvelles obligations aux opérateurs de jeux d'argent et de hasard et en investissant l'Autorité de nouveaux pouvoirs, notamment ceux consistant à approuver la stratégie promotionnelle de ces opérateurs².

3. Eu égard à leur objet, qui consiste pour les opérateurs à se faire connaître du public et, par suite, à orienter celui-ci vers leurs services de jeux, notamment à travers la diffusion de leurs marques, les contrats de partenariat sont régis par les règles applicables en matière de communications commerciales, ainsi que l'ont déjà rappelé les lignes directrices et recommandations relatives aux communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard adoptées par l'Autorité le 17 février 2022 mentionnées ci-dessus.

4. Il est néanmoins apparu à l'Autorité que le sujet des contrats de partenariat sportif appelait une réflexion spécifique, menée de concert avec l'ensemble des parties prenantes, eu égard à la multiplication de ces contrats et aux risques que ceux-ci représentent pour les mineurs comme en termes de jeu excessif ou pathologique. Les liens étroits que ces partenariats établissent entre le sport et les paris sportifs ont pu faire naître des interrogations d'ordre éthique dans certaines fédérations sportives.

5. Force est de constater que le partenariat sportif par les opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés en France est en progression de 20%, passant de 34 millions d'euros en 2022 à 40,7 millions prévus en 2023. A cette somme de 34 millions s'ajoutent, en 2022 – le chiffre n'a pas eu vocation à décroître en 2023 –, 15 millions d'euros de partenariats sportifs avec des opérateurs non autorisés en France à destination des parieurs situés en Afrique et en Asie en utilisant l'image des grands clubs de Ligue 1. Les partenariats réalisés par les opérateurs de jeu d'argent et de hasard ne représentent cependant qu'une part infime (moins de 2%) du montant total des contrats de partenariats du sport par le secteur privé en France, estimé à près de 2,5 milliards d'euros par an³. Pour autant, l'Autorité prend note du fort intérêt exprimé par les organisations sportives pour des partenariats avec les opérateurs de jeux d'argent et de hasard, susceptibles à leurs yeux d'animer et de renforcer une communauté de parieurs et d'apporter de nouveaux téléspectateurs à certains sports.

6. C'est dans ce contexte qu'a été constitué un groupe de travail sous l'égide de l'Autorité, en lien avec le ministère chargé des sports, le ministère chargé de la Santé et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA). Ce groupe a eu pour objectif de partager des constats et, au regard de ceux-ci et de l'objectif de protection des mineurs et de prévention du jeu excessif ou pathologique, d'envisager les évolutions à apporter à l'encadrement des partenariats sportifs par les opérateurs de jeux d'argent. Ce travail de concertation a largement inspiré l'élaboration des présentes lignes directrices et recommandations. Celles-ci constituent une première réponse du régulateur, à droit constant,

¹ Voir, pour un détail de l'analyse, la décision n°2022-C-02 du 17 février 2022 portant adoption des lignes directrices de l'Autorité nationale des jeux relatives aux contenus des communications commerciales des opérateurs de jeux agréés ou titulaires de droits exclusifs, point 2.

² Loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 modifiée, art. 34-VI, al. 1^{er}.

³ Chiffres Sporsora, 2022.

aux problématiques que soulèvent les contrats de partenariats du point de vue de la protection du jeu des mineurs et de la prévention du jeu excessif ou pathologique.

7. L'impact des partenariats sportifs sur le jeu excessif ou pathologique et sur le jeu des mineurs ne doit pas être minoré. En effet, l'association entre le sport et les jeux d'argent et de hasard est susceptible de banaliser et rendre attrayante la pratique de ces jeux, ce qui tend à stimuler et à développer la consommation de jeu d'argent et de hasard et à favoriser le jeu excessif ou pathologique et le jeu des mineurs. Ces éléments de risque ont été mis en évidence par plusieurs études scientifiques récentes⁴ et impliquent une régulation renforcée de cette pratique commerciale, compte tenu des risques en cause.

8. Les contrats de partenariats signés ces dernières années révèlent l'émergence de plusieurs grandes tendances qui sont de nature à instaurer un lien direct entre le sport et le pari sportif : i) l'utilisation de plus en plus fréquente de l'image des sportifs pour promouvoir les jeux d'argent et de hasard ; ii) La multiplication des communications commerciales dans les enceintes sportives sur divers supports sans qu'ils soient accompagnés des messages de mise en garde obligatoires ; iii) l'apparition, sur plusieurs sites d'organisations sportives, de liens de redirection invitant directement à parier et renvoyant aux sites des opérateurs de paris sportifs ; iv) le développement de partenariats avec des équipes de sport amateur ; v) le recours au nommage (*naming*) par un opérateur de jeux d'argent et de hasard ; vi) la conclusion de contrats de partenariats avec des opérateurs de jeux d'argent et de hasard non légaux en France.

9. L'Autorité note par ailleurs que pour prévenir les risques liés à l'addiction et au jeu des mineurs, plusieurs pays européens ont fait le choix d'interdire les partenariats sportifs avec des opérateurs de jeux d'argent et de hasard. Il en va ainsi de l'Espagne, l'Italie et la Suisse qui devraient être bientôt rejoints par la Belgique et les Pays-Bas, alors que le Royaume-Uni envisage de son côté de limiter ces contrats de partenariats, en interdisant notamment l'apposition de la marque d'un opérateur de jeu d'argent et de hasard sur les maillots.

10. Les lignes directrices expriment la lecture que l'Autorité fait du droit positif applicable en la matière, sans prétendre à l'exhaustivité et étant rappelé, qu'en tout état de cause, l'appréciation de la conformité de ces offres au cadre législatif et réglementaire en vigueur s'effectue au cas par cas. Les recommandations, quant-à-elles, doivent être regardées comme l'expression de bonnes pratiques que les opérateurs sont invités à mettre en œuvre dans le cadre de la conclusion et de l'exécution des contrats de partenariat. Elles ne constituent pas un cadre figé mais ont vocation à être adaptées, en fonction notamment de l'évolution des pratiques commerciales du marché et de l'évaluation des stratégies promotionnelles des opérateurs de jeux soumises chaque année à l'Autorité. Elles pourront, le cas échéant, être prolongées par des propositions de modifications législatives et réglementaires qui paraîtront nécessaires à l'ANJ pour la réalisation des objectifs de la politique des jeux d'argent et de hasard fixés par les dispositions de l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure.

11. Les présentes lignes directrices et recommandations comportent **trois parties** consacrées successivement aux exigences de protection des mineurs (1), à la prévention du jeu excessif ou pathologique (2) et à la lutte contre les opérateurs illégaux de jeux d'argent et de hasard (3).

12. A titre préalable, deux recommandations générales sont formulées :

⁴ Voir notamment : Elizabeth A. KILLICK et Mark D. GRIFFITHS, Sports Betting Advertising: A Systematic Review of Content Analysis Studies, International Journal of Mental Health and Addiction, 2022. Samantha THOMAS, Hannah PITT, Amy BESTMAN, et al., Child and parent recall for gambling sponsorship in Australian sports, Victorian Responsible Gambling Foundation, Victoria, 2016, vol. 1.

- en premier lieu, les opérateurs de jeux d'argent et de hasard et leurs partenaires sont invités à prévoir, dans le cadre de leurs contrats de partenariat sportif, une annexe rappelant les dispositions relatives aux communications commerciales relatives aux jeux d'argent et de hasard et renvoyant à l'arrêté visé ci-dessus du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs ;
- en second lieu, les organisations sportives partenaires des opérateurs de jeux d'argent et de hasard sont invitées à mettre en place, en leur sein, des formations relatives aux risques du jeu excessif ou pathologique et à l'interdiction du jeu des mineurs, complétées par des supports informatifs à l'attention des personnels chargés du suivi des contrats de partenariat sportif.

1. Protection des mineurs

1.1. Lignes directrices relatives à la protection des mineurs

13. Le 1° de l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure prévoit que : « *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 prévenir le jeu excessif ou pathologique et protéger les mineurs* », objectif à la réalisation duquel il incombe aux opérateurs de concourir en vertu de l'article L. 320-4 du même code.

14. L'article D. 320-10 du code de la sécurité intérieure dispose que « *sont prohibées dans les communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard : 1° Toute mise en scène de mineurs ou toute représentation de mineurs en situation d'achat ; 2° Toute publicité incitant les mineurs à considérer que les jeux d'argent et de hasard font naturellement partie de leurs loisirs ; 3° Toute mise en scène de personnalités ou personnages appartenant à l'univers des mineurs ; 4° Toute publicité orientée vers les enfants ou les adolescents, ou particulièrement attractive pour ceux-ci en raison notamment d'éléments visuels, sonores, verbaux ou écrits* ».

15. Il résulte de ces dispositions que les communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard réalisées à l'occasion de l'exécution d'un contrat de partenariat sportif ne doivent pas être orientées vers les mineurs ou particulièrement attractives pour ceux-ci.

16. L'Autorité considère qu'il résulte plus spécifiquement des dispositions du 3° de l'article D. 320-10 précité qu'un sportif qui appartient à l'univers des mineurs ne doit pas être associé à une communication commerciale en faveur d'un opérateur de jeu d'argent et de hasard si l'exploitation de son image est effectuée à titre individuel ou avec d'autres sportifs s'il est mis en avant par rapport à ces derniers⁵. Pour contrôler le respect de cette interdiction, l'Autorité s'appuiera sur un faisceau d'indices parmi lesquels figurent notamment l'opinion exprimée par les mineurs à l'occasion de sondages relatifs à leurs personnalités préférées (top 10) ainsi que la mesure de l'audience de ces personnalités auprès des mineurs sur les réseaux sociaux (lorsque

⁵ Point 42 des lignes directrices du 17 février 2022 sur les communications commerciales :

« *L'Autorité considère que ces dispositions ne visent pas uniquement les personnalités ou personnages appartenant exclusivement à l'univers des mineurs ou étant seulement populaires auprès de ces derniers. En effet, seul importe ici l'attrait que la communication commerciale est susceptible de produire sur le mineur. La portée de ces dispositions est donc large et doit être appréciée au cas par cas, en fonction des circonstances de l'espèce, au regard de la notoriété de la personnalité ou du personnage auprès des mineurs et de sa participation à l'imaginaire collectif de ces derniers* ».

celle-ci dépasse 16% sur la tranche d'âge des 13-17 ans de l'audience d'une ou plusieurs plateformes).

17. Par ailleurs, les produits dérivés comportant la marque d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard ayant vocation à être vendus ou distribués gratuitement au public dans le cadre de l'exécution du contrat de partenariat sportif ne doivent pas être particulièrement attractifs pour les mineurs. A cet égard, et à titre d'exemples, doivent être exclus de la vente et de la distribution gratuite les peluches, les jouets d'enfants, les figurines, les cartes de jeux, les ballons de baudruche ou encore les petits ballons.

18. Enfin, il revient aux opérateurs de jeux d'argent et de hasard et à leurs partenaires de prendre toute mesure utile pour s'assurer, d'une part, de l'absence de distribution aux mineurs de produit dérivé comportant la marque d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard et, d'autre part, de l'exclusion des mineurs de toute participation active aux animations commerciales mises en œuvre dans le cadre de l'exécution du contrat de partenariat sportif.

1.2. Recommandation portant sur la protection des mineurs

19. Afin de concourir à la prévention du jeu des mineurs, l'Autorité recommande de mettre en place les mesures suivantes :

- la marque d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard ne devrait pas être apposée sur les maillots de « taille enfant » (en dessous de 18 ans) ;
- un pictogramme « interdit aux moins de 18 ans » pourrait opportunément être ajouté sur les différents supports de communication commerciale de l'opérateur de jeux d'argent et de hasard, tel que recommandé par l'arrêté visé ci-dessus du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs ;
- lorsque l'animation commerciale a lieu à proximité du lieu de déroulement de l'évènement sportif, il conviendrait de l'organiser, dans la mesure du possible, dans un espace dédié non accessible aux mineurs et assorti des messages de mise en garde.

2. Prévention du jeu excessif ou pathologique

2.1. La lutte contre la banalisation du jeu d'argent et de hasard

2.1.1. Lignes directrices ayant pour objet la lutte contre la banalisation du jeu d'argent et de hasard

20. Il a été rappelé que les opérateurs de jeux d'argent et de hasard doivent, en vertu de l'article L. 320-4 du code de la sécurité intérieure, concourir à l'objectif général de prévention du jeu excessif ou pathologique prévu par l'article L. 320-3 du même code.

21. En outre, l'article L. 131-16 du code du sport prévoit que : « *Les fédérations délégataires, le cas échéant en coordination avec les ligues professionnelles qu'elles ont créées, édictent également des règles ayant pour objet d'interdire aux acteurs des compétitions sportives dont la liste est fixée par décret [article D. 131-36-1 du code du sport] : / De réaliser des prestations de pronostics sportifs sur l'une des compétitions de leur discipline lorsqu'ils sont contractuellement liés à un opérateur de paris sportifs (...) ou lorsque ces prestations sont effectuées dans le cadre de programmes parrainés par un tel opérateur ; (...); D'engager,*

directement ou par personne interposée, des mises sur des paris reposant sur l'une des compétitions de leur discipline et de communiquer à des tiers des informations privilégiées, obtenues à l'occasion de leur profession ou de leurs fonctions, et qui sont inconnues du public ».

22. Il résulte de ces dispositions que les communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ne doivent pas représenter les sportifs, les arbitres et les autres acteurs des compétitions définis à l'article D. 131-36-1 du code du sport en situation de parier sur leur sport.

23. Par ailleurs, ces dispositions doivent être interprétées comme excluant pour les acteurs du sport en activité, dans le cadre des opérations commerciales des opérateurs de jeux, la possibilité de livrer des pronostics sur le résultat d'une compétition de leur discipline et de promouvoir activement les cotes sur un match de leur discipline.

2.1.2. *Recommandation ayant pour objet la lutte contre la banalisation du jeu d'argent et de hasard*

24. Afin de ne pas banaliser l'activité de jeu et de ne pas favoriser le développement de pratiques intensives, l'Autorité préconise :

- de ne pas proposer un lien de redirection « parier » sur les sites internet, applications, plateformes de contenu ou toute autre dispositif de communication utilisé par les organisations sportive ;
- de ne pas faire apparaître des cotes, des offres de gratifications commerciales, ou toutes autres annonces promotionnelles pour les opérateurs de jeux d'argent et de hasard sur les sites internet, applications, plateformes de contenu ou toute autre dispositif de communication utilisé par les organisations sportives ;
- de veiller à ne faire apparaître la marque des opérateurs de jeux d'argent et de hasard que de manière limitée dans et autour de l'enceinte, en évitant notamment les techniques marketing de saturation, les supports immersifs ou encore la succession ou répétition de messages publicitaires.

2.2. Le message de mise en garde contre les risques liés à la pratique du jeu

2.2.1. *Lignes directrices ayant pour objet le message de mise en garde contre les risques liés à la pratique du jeu*

25. Il résulte des articles L. 320-11 et L. 320-12 du code de la sécurité intérieure que les opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés doivent informer les joueurs des risques liés au jeu excessif ou pathologique par le biais d'un message de mise en garde, notamment dans leurs communications commerciales.

26. A cet égard, l'article D. 320-2 du code de la sécurité intérieure précise que « *toute communication commerciale en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard est assortie d'un message de mise en garde contre les risques liés à la pratique du jeu. Ce message, qui doit figurer sur chaque support publicitaire ou promotionnel, contient notamment le numéro du service de communication en ligne du dispositif public d'aide aux joueurs mis en place sous la responsabilité de l'agence nationale de santé publique./ Il est présenté de manière accessible et aisément lisible, conforme à sa vocation de santé publique et clairement distinguable du message publicitaire ou promotionnel qui l'accompagne. Un arrêté du ministre chargé de la santé précise le contenu, les modalités d'affichage et de diffusion de ce message* ».

27. Le ministre chargé de la santé est venu préciser le contenu, les modalités d'affichage et de diffusion de ce message par un arrêté relatif aux communications commerciales diffusées dans

les salles de spectacles cinématographiques par des services de communication audiovisuelle, sur support imprimé, affichage et par voie radiophonique⁶.

28. S'agissant plus précisément des communications commerciales mises en œuvre dans le cadre d'un contrat de partenariat sportif sont rappelées les modalités suivantes :

- affichage : le message de mise en garde apparaît au bas du support de tous les panneaux publicitaires à l'intérieur d'un cartouche de fond jaune d'un format minimum de 7 % de la page considérée.
- animations commerciales : les animations commerciales doivent être accompagnées de messages de mise en garde.

29. Il est également rappelé que doit être qualifiée de communication commerciale pour un opérateur de jeux d'argent et de hasard, l'apposition de la marque, d'un logo, d'un emblème dès lors que celle-ci ou celui-ci incarne le jeu d'argent et de hasard, emportant ainsi l'application des règles relatives aux communications commerciales, notamment celles relatives à la mention des messages légaux de mise en garde

2.2.2. Recommandations ayant pour objectif d'accroître la perception du message de mise en garde

30. Pour renforcer la protection des mineurs et la lutte contre le jeu excessif ou pathologique, l'Autorité recommande :

- d'éviter le nommage des infrastructures sportives (ex : stade, gymnase, vélodrome) et des compétitions sportives par un opérateur de jeu d'argent et de hasard ;
- de renforcer le message de mise en garde par des messages sonores ou vidéo lorsqu'il est peu visible du fait des caractéristiques du support en cause.

3. Lutte contre les opérateurs illégaux

3.1 Ligne directrice relative à la lutte contre les opérateurs illégaux

31 L'article 57 de la loi du 12 mai 2010 modifiée dispose que : « *Quiconque fait de la publicité, par quelque moyen que ce soit, en faveur d'un site de paris ou de jeux d'argent et de hasard non autorisé en vertu d'un droit exclusif ou de l'agrément prévu à l'article 21 est puni d'une amende de 100 000 €. Le tribunal peut porter le montant de l'amende au quadruple du montant des dépenses publicitaires consacrées à l'activité illégale* ».

32. Ces dispositions doivent être interprétées comme interdisant aux organisateurs d'événements sportifs, aux ligues, aux fédérations, aux clubs, aux équipes et aux sportifs de conclure des contrats de partenariat avec des opérateurs de jeux d'argent et de hasard qui opèrent illégalement en France et de faire toute publicité directe ou indirecte en France pour ces mêmes sites.

⁶ Arrêté du 29 juillet 2022 relatif au message de mise en garde contre le jeu excessif ou pathologique devant figurer sur les communications commerciales diffusées dans les salles de spectacles cinématographiques par des services de communication audiovisuelle, sur support imprimé, affichage et par voie radiophonique <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000046127591>

3.2 Recommandation portant sur la lutte contre les opérateurs illégaux

33. Les organisateurs d'évènements sportifs, ligues, fédérations, clubs, équipes et sportifs sont invités à s'assurer au préalable auprès de l'Autorité que les opérateurs non agréés en France avec lesquels ils souhaitent signer des contrats à destination d'autres pays, ne figurent pas sur la liste des opérateurs dont le site a été bloqué par l'Autorité.

34. Un bilan de la mise en œuvre de ces lignes directrices et recommandations sera réalisé par l'Autorité au premier trimestre de l'année 2024.

Fait à Issy-les-Moulineaux, 25 mai 2023.

La Présidente de l'Autorité nationale des jeux

Isabelle FALQUE-PIERROTIN