



ANALYSE ANNUELLE DU MARCHÉ DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD EN FRANCE 2022

Sommaire

Une année record pour le marché des jeux d'argent et de hasard avec des disparités importantes entre les différents segments d'activité 3

FOCUS N°1 : Une année record pour les opérateurs sous droits exclusifs ainsi que pour les casinos et les clubs de jeux 6

- A. L'activité de la Française des Jeux poursuit sa dynamique de croissance en 2022 et établit un nouveau record d'activité annuel 6
- B. L'activité sous droits exclusifs du PMU retrouve son niveau d'avant crise notamment grâce au retour des parieurs en points de vente, absents au premier semestre 2021 9
- C. Portée par la reprise de l'exploitation des établissements, l'activité des casinos enregistre un niveau d'activité record dépassant celui établi pré-crise sanitaire 11

FOCUS N°2 : La croissance du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne se stabilise en 2022 à un niveau élevé après les performances historiques enregistrées en 2021 14

- A. Le segment des paris sportifs affiche une croissance modérée malgré un niveau de mises record enregistré lors de la Coupe du Monde 2022 18
- Focus sur le profil des parieurs sportifs en 2022 : 23
- B. Le retour des parieurs hippiques en points de ventes physiques ne profite pas à l'activité du pari hippique en ligne bien que leurs habitudes de jeu subsistent 25
- Focus sur le profil des parieurs hippiques en 2022 : 28
- C. Le marché du poker revendique la plus forte croissance (en %) parmi les activités en ligne en 2022 30
- Focus sur le profil des joueurs de poker de 2022 : 33

FOCUS N°3 : Des stratégies marketing des opérateurs en ligne concentrées autour de la Coupe du Monde de football, événement sportif majeur de l'année 2022. 35

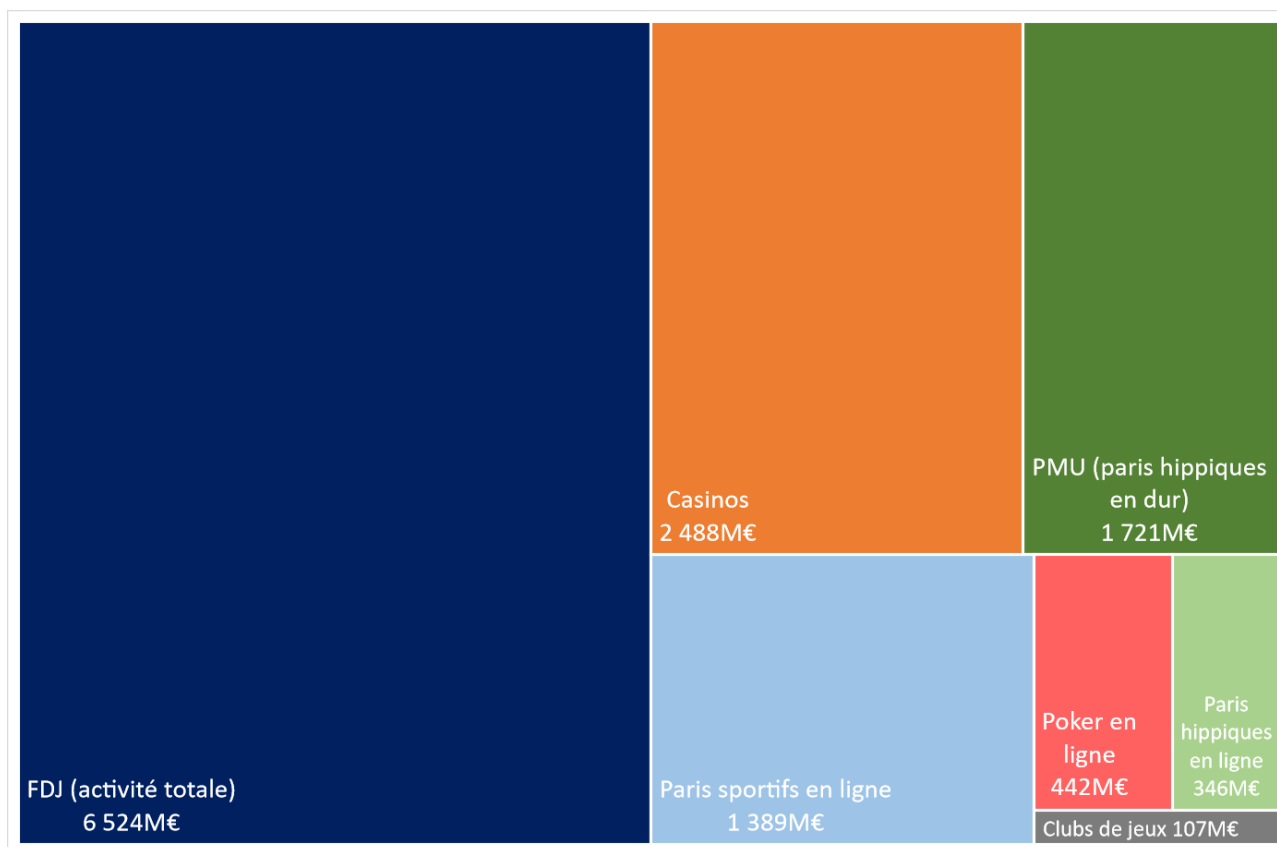
- A. Evolution des dépenses marketing des opérateurs en ligne 35
- B. Evolution des dépenses media des opérateurs en ligne 36
- C. Evolution des gratifications financières des opérateurs en ligne 39
- D. Evolution des dépenses sponsoring des opérateurs en ligne 40
- E. Anticipations et tendances du marché en ligne pour 2023 41

FOCUS N°4 : Le marché des jeux d'argent et de hasard dans le monde, un marché dynamique et évolutif dans les pratiques des joueurs 42

Une année record pour le marché des jeux d'argent et de hasard avec des disparités importantes entre les différents segments d'activité

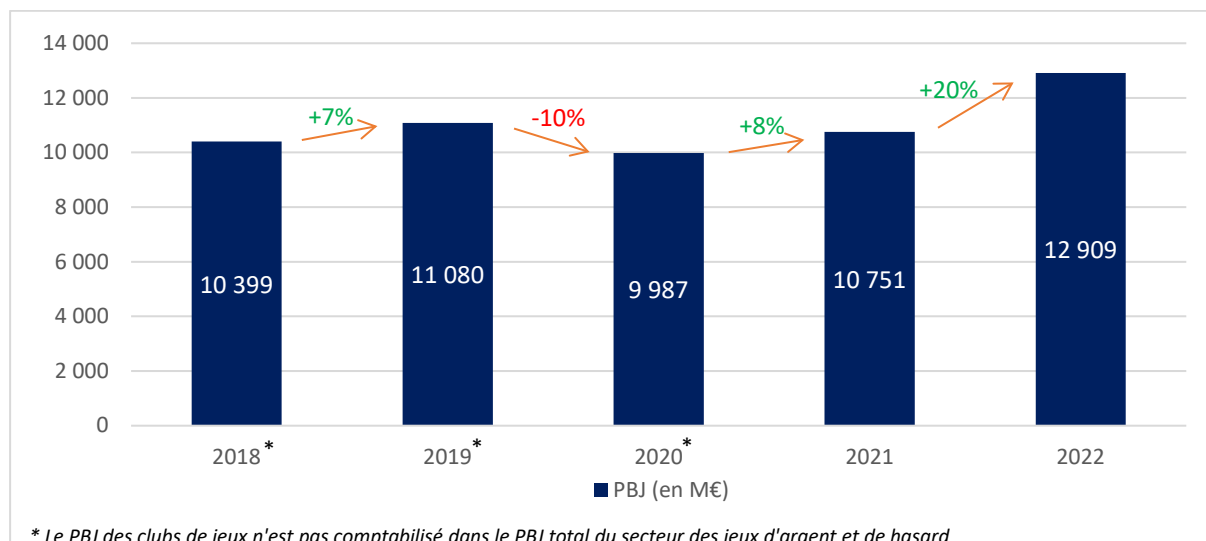
Après un exercice 2020 affecté par la crise sanitaire et un exercice 2021 marqué par une croissance de « rattrapage » de l'ensemble des segments, à l'exception des casinos, l'année 2022 se distingue par le plus haut niveau d'activité jamais enregistré sur le marché des jeux d'argent et de hasard depuis l'ouverture à la concurrence de l'offre en ligne en 2010. Le marché français affiche ainsi un PBJ¹ record de 12,9Md€ en 2022, en augmentation de 20% par rapport à 2021 et de 16,5% par rapport à 2019, précédente année de référence. La dynamique du secteur en France est cohérente avec sa croissance mondiale, de +17% entre 2021 et 2022. Ces résultats masquent cependant des disparités importantes selon les segments. En effet, la croissance est en effet principalement portée en 2022 par les opérateurs de jeux sous droits exclusifs et les casinos. Les jeux en ligne, qui ont connu une croissance soutenue depuis 2017, semblent en revanche provisoirement marquer le pas. Cette tendance s'observe dans la composition du PBJ global du marché. La part du chiffre d'affaires réalisé par le marché en concurrence est passée de 15% du PBJ total en 2019 à 26% en 2021 (plus haut niveau) pour s'établir à 23% en 2022 à la suite de la réouverture complète des différents réseaux physiques de distribution.

Graphique n°1 : Répartition du PBJ par segment en 2022 (en M€)



¹ PBJ est le produit brut des jeux, différence entre les mises engagées par les joueurs et leurs gains associés

Graphique n°2 : évolution du PBJ du secteur des jeux d'argent et de hasard en France entre 2018 et 2022 (en M€)



La Française des Jeux affiche des performances records en 2022 pour l'ensemble de son offre de jeux. Le PBJ de la FDJ (comprenant les activités sous droits exclusifs et sous concurrence) a progressé de près de 9% entre 2021 et 2022, notamment grâce aux performances des activités de loterie qui ont bénéficié de la réouverture complète des points de vente au 1^{er} semestre 2022, d'une animation de l'offre en grattage efficace et des cycles longs exceptionnels des jeux de tirage traditionnels.

L'activité de pari hippique en réseau physique repart quant à elle à la hausse après des exercices 2020 et 2021 fortement affectés par les effets de la crise sanitaire. Le PBJ de l'activité sous droits exclusifs du PMU a augmenté de près de 10% par rapport à 2021, notamment grâce au retour des parieurs en points de ventes lors du premier semestre 2022. Cette reprise a permis une augmentation de 24% du PBJ sur cette période alors que le second semestre affiche un recul de 2% du PBJ, signe d'une légère attrition du marché à périmètre constant.

L'activité des casinos connaît une forte croissance en 2022 (+130% de croissance du PBJ en 2022 vs 2021), qui s'explique en très grande partie par la réouverture totale des casinos après deux années d'activité réduite en raison de la pandémie (le PBJ des casinos s'élève à 2,5Md€ en 2022, 1,08Md€ en 2021 et 2,4Md€ en 2019). Cette croissance n'est cependant pas généralisée sur l'ensemble des casinos. En effet, lors de cet exercice, seuls 54% des casinos ont atteint ou dépassé leur niveau de PBJ de 2019.

Le marché des jeux d'argent et de hasard en ligne s'est pour sa part stabilisé à un niveau élevé en 2022, après plusieurs années de croissance soutenue. Avec un PBJ de 2,18Md€, l'activité des jeux en ligne progresse de +0,8% par rapport à 2021, avec de grandes disparités selon les segments. Le pari sportif en ligne affiche une croissance modérée (+2,5% de PBJ vs 2021) malgré un niveau de mises très élevé lors de la Coupe du monde 2022 (597M€). Le premier semestre 2022 a été marqué par un net recul de l'activité en comparaison avec le S1 2021 (baisse du PBJ de 12%) en raison d'un calendrier sportif moins attractif, en l'absence de grand événement international tel qu'un Euro ou un Mondial. Le second semestre affiche en revanche un regain notable d'activité grâce à la Coupe du monde (+22% de PBJ sur cette période). Le pari hippique en ligne enregistre quant à lui une baisse importante de son activité (-9,1% de mises et -7,7% de PBJ), qui peut s'expliquer par la bonne performance des points de vente au premier semestre, avec une population de parieurs de retour dans le réseau physique. L'activité en ligne au second semestre a retrouvé une orientation favorable (+4,1% de PBJ) similaire à

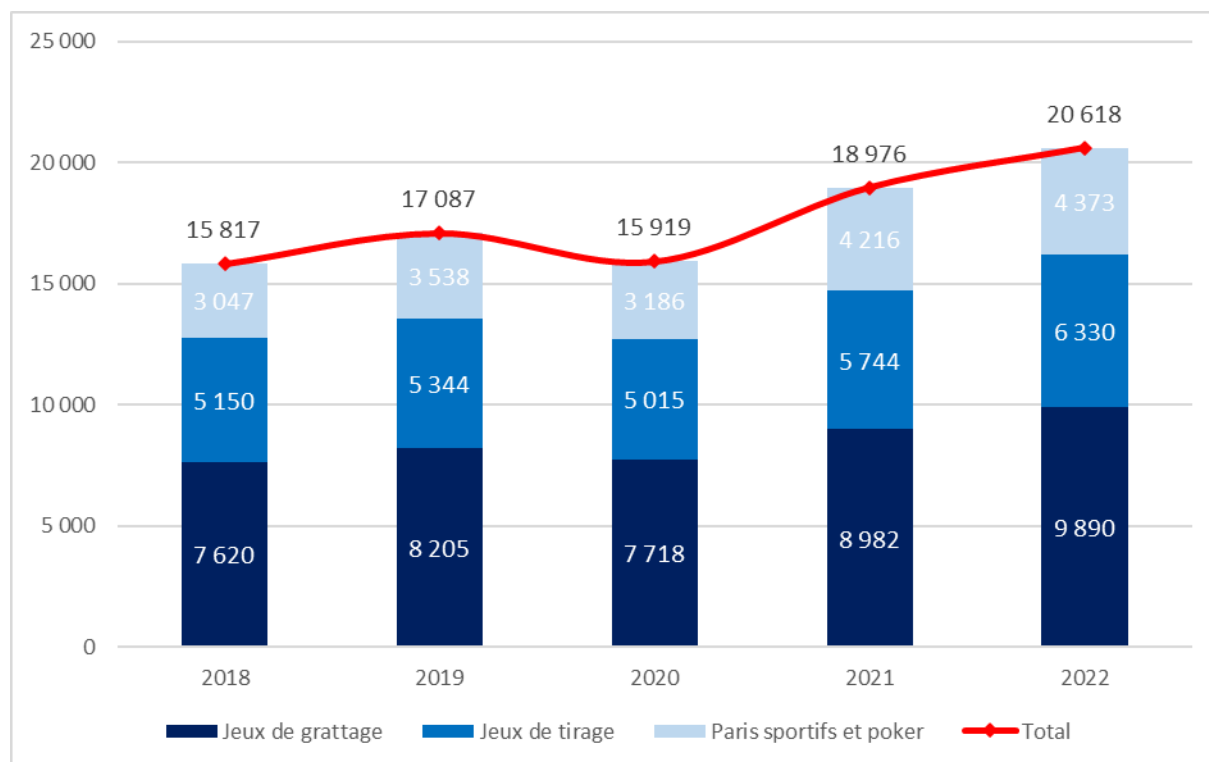
celle observée sur le marché entre 2020 et 2021 (5,9%). Enfin, le segment du poker affiche la plus forte croissance des segments en ligne (442M€ de PBJ, +3% vs 2021) après une année 2021 de consolidation (-4% de PBJ vs 2020). Le développement de formats innovants proposant à une offre plus simple, donc susceptible d'attirer des néophytes, associée à un rythme rapide de jeu, (expresso, knock-out, etc.) apparaît comme un facteur d'attractivité important pour le poker, après l'engouement constaté pendant la crise sanitaire (272M€ de PBJ en 2019 vs 442M€ en 2022 soit +63%).

FOCUS N°1 : Une année record pour les opérateurs sous droits exclusifs ainsi que pour les casinos et les clubs de jeux

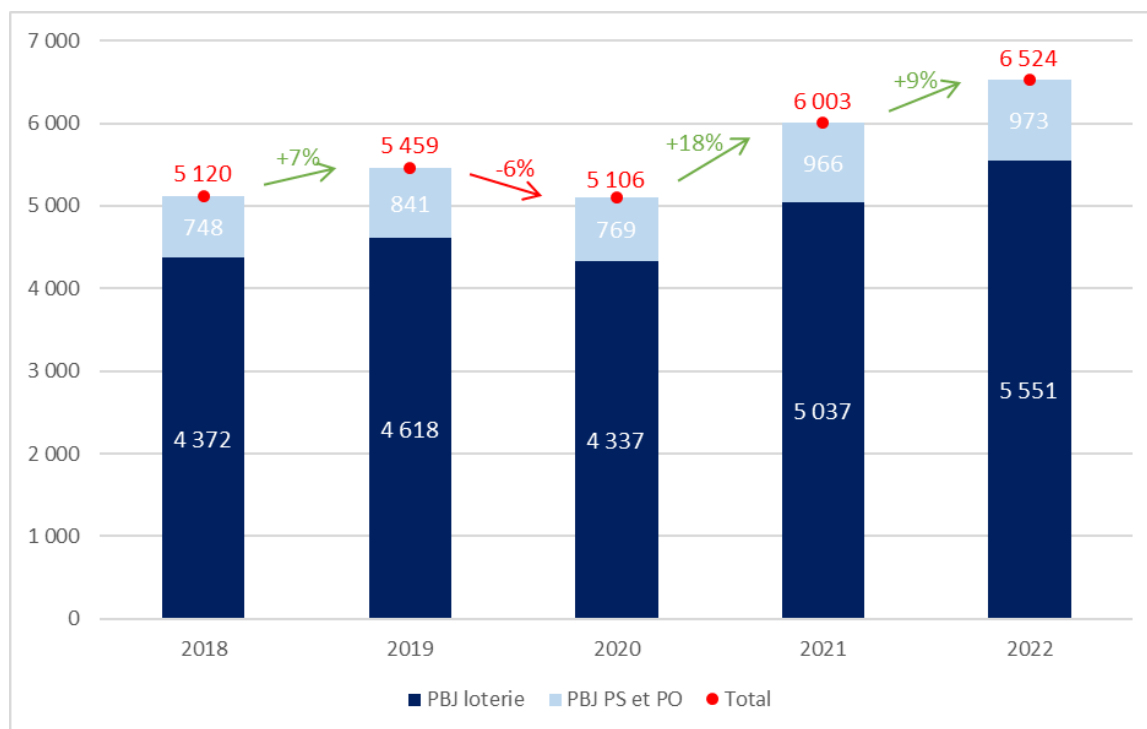
A. L'activité de la Française des Jeux poursuit sa dynamique de croissance en 2022 et établit un nouveau record d'activité annuel

La Française des Jeux (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 et, depuis 2022, d'un agrément pour exploiter une offre de poker. L'offre sous droits exclusifs de l'opérateur est commercialisée dans plus de 30 000 points de vente répartis dans plus de 11 000 communes françaises faisant de ces derniers le 1^{er} réseau de distribution en France (devant La Poste).

Graphique n°3 : évolution des mises de la FDJ entre 2018 et 2022 (en M€)



Graphique n°4 : évolution du PBJ de la FDJ entre 2018 et 2022 (en M€)



L'activité de la FDJ affiche une forte croissance fin 2022, avec un nouveau **record de mises cumulées**, qui atteignent près de **21Md€** (+8,8% vs 2021) et un **PBJ de 6,5Md€** (+8,7% vs 2021).

Tableau n°1 : évolution des principaux indicateurs économiques de la FDJ entre 2018 et 2022 (en M€)

		2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2022-2021
Jeux de loterie	Mises	12 770	13 684	12 733	14 724	16 217	10,1%
	dont loterie instantannée	7 620	8 205	7 718	8 977	9 884	10,1%
	dont jeux de tirage	5 150	5 480	5 015	5 747	6 333	10,2%
	PBJ	4 372	4 695	4 337	5 037	5 551	10,2%
	PNJ	1 477	1 585	1 492	1 724	1 912	10,9%
Paris sportif	Mises	3 047	3 538	3 186	4 200	4 372	4,1%
	PBJ	700	800	769	966	973	0,7%
	PNJ	297	407	372	464	467	0,6%
Total de la FDJ	Mises	15 817	17 222	15 919	18 924	20 589	8,8%
	part des mises sur le réseau physique	95%	94%	91%	89%	88%	+1 pt
	PBJ	5 072	5 495	5 106	6 003	6 524	8,7%
	PNJ	1 774	1 992	1 864	2 188	2 379	8,7%

Les **résultats** records de la FDJ reposent sur **une croissance de l'ensemble de ses activités**, avec des **mises en progression de 8,7% par rapport à 2021**, à près de **21Md€** en 2022. Cependant, la **dynamique est plus particulièrement portée par la loterie**, qui concentre près de **80% des mises**, avec une progression de **10,1% à 16,2Md€** et un **PBJ progresse quant à lui de 10,2% à 5,6Md€**. Ces performances sont notamment liées au **nombre important de jackpots élevés sur les jeux de tirage traditionnels Loto et EuroMillions**, qui ont connu des cycles longs et à une animation commerciale très active de la gamme des jeux de grattage. Ainsi, les **résultats des relances de jeux « Cash », « X10 », « X20 »** ainsi que le lancement d'« **As de Cœur** » ont particulièrement contribué au dynamisme de ce segment.

La stratégie de digitalisation de l'offre de loterie de la FDJ a également porté, dans une certaine mesure, ses fruits. **En 2022, elles ont dépassé 2,5 milliards d'euros, en progression de +16 % par rapport à 2021.** Elles représentent ainsi **12 % des mises totales de l'opérateur sous droit exclusifs fin 2022, contre 6% en 2018** grâce, notamment, à l'augmentation du nombre de joueurs, qui **a doublé** par rapport à 2019. Ils sont désormais estimés à 5 millions, dont les deux-tiers jouent également en réseau physique. La crise sanitaire a sans doute accéléré le mouvement de digitalisation des pratiques des joueurs qui ont de plus en plus recours aux canaux numériques (les mises numériques ont doublé entre 2019 et 2021). Cette tendance importante dans les habitudes de jeu se poursuit en 2022 et devrait se poursuivre en 2023.

Concernant les activités de **paris sportifs** en points de vente et en ligne et de poker en ligne, le PBJ atteint 973M€ en 2022, soit une légère progression de +0,7% entre 2021 et 2022 et une croissance modeste des mises, de 4,1% à 4,4Md€. Il est à noter que les **mises numériques** sur ces canaux ont été **multipliées par 3,1** entre 2018 et 2022, toujours grâce à la croissance du bassin de joueurs.

En 2022, les dépenses en « marketing et en communication » (qui comprennent les coûts de publicité et de conception des offres, ainsi que les coûts de développement et d'exploitation informatiques des jeux et services) communiquées par la FDJ **ont augmenté de 11% par rapport à l'année précédente pour atteindre 461M€.** Cette progression s'explique par des investissements stratégiques pour développer l'offre, notamment numérique (conception et développements informatiques des jeux). Plus particulièrement, l'animation de la loterie s'est accompagnée d'une politique marketing ambitieuse, avec **174M€ de dépenses, poste en croissance de 9,4% par rapport à 2021** (proche de la croissance de de son PBJ).

Tableau n°2 : évolution de l'EBITDA de la FDJ de 2021 à 2022 (en M€)

	31.12.2021	31.12.2022
Résultat opérationnel courant	393	459
Dotations nettes aux amortissements	-129	-131
EBITDA courant	522	590

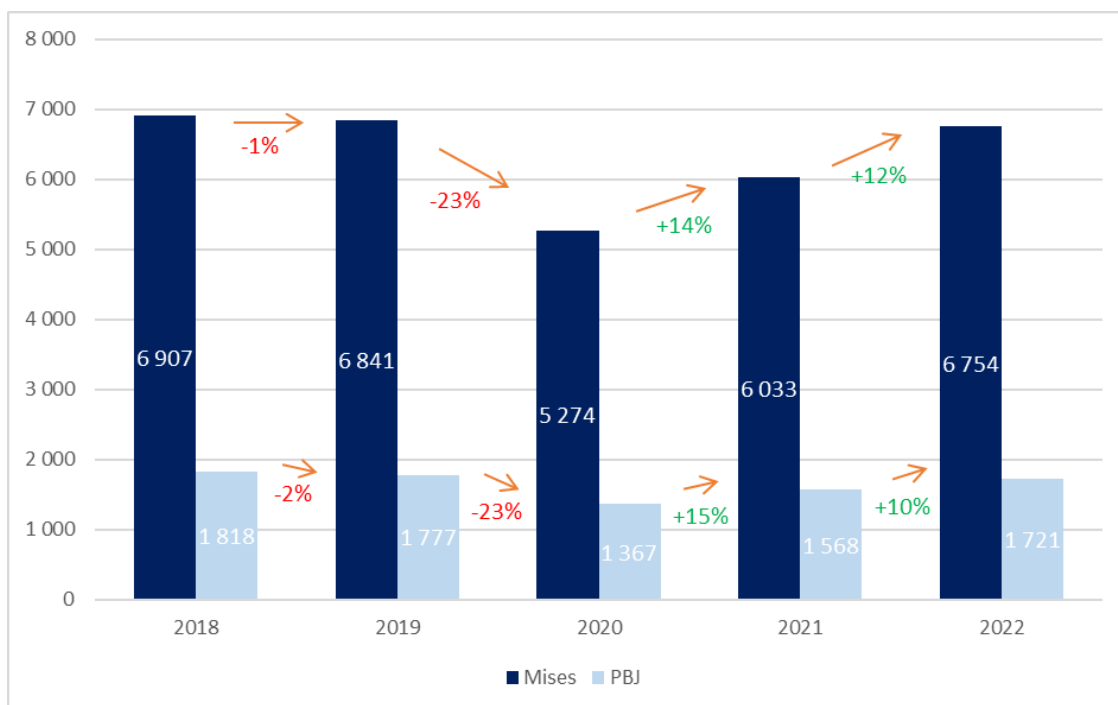
L'opérateur coté en bourse affiche **un niveau jamais atteint de PBJ au terme d'une année civile à 6,5Md€ (+8,9% vs 2021).** Entre 2018 et 2022, l'opérateur enregistre un **taux de croissance annuel moyen de 6,2% par an.** L'EBITDA courant de la FDJ s'établit à **590M€**, soit une **marge d'EBITDA courant de 24%** en progression par rapport aux réalisés de 2021 (23%). **Son résultat opérationnel s'élève quant à lui à 459M€ (+17% vs 2021).** Ces résultats établissent de **nouveaux records pour la FDJ** qui avait déjà, à la suite de la parution de ses résultats financiers de 2021, revu à la hausse ses objectifs de croissance à horizon 2025.

B. L'activité sous droits exclusifs du PMU retrouve son niveau d'avant crise notamment grâce au retour des parieurs en points de vente, absents au premier semestre 2021

Depuis le **1^{er} janvier 2022**, les activités de paris hippiques sont soumises à une **nouvelle fiscalité** (décret 2022-1192 du 30 août 2022) désormais **assise** sur le **PBJ** et non plus sur le volume des mises pariées. Cette modification du dispositif de prélèvement a pour **objectif** de permettre un **meilleur ciblage de l'imposition** sur les seules ressources qui profitent à l'institution et de laisser une **plus grande liberté d'action** dans la **stratégie d'entreprise** des différents opérateurs. Elle permet également d'améliorer la rentabilité des offres aux TRJ plus importants (comme le pari simple). En effet, par définition, puisqu'à PBJ égal les offres à fort TRJ génèrent davantage de mises que les offres à faible TRJ, une assiette fiscale assise sur les **mises** pouvait inciter davantage les opérateurs à mettre en avant **les offres à faible TRJ**, c'est à dire des **offres moins rémunératrices pour les joueurs**, afin d'améliorer leur résultat financier.

Le PMU exploite sous un régime de droits exclusifs une offre de pari mutuel hippique distribuée au sein de 13 000 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire français. Depuis 2010, le GIE est également agréé pour exploiter des offres de paris sportifs, de paris hippiques et poker dans le secteur concurrentiel.

Graphique n°5 : évolution des mises et du PBJ de l'activité sous droits exclusifs du PMU entre 2018 et 2022 (en M€)



L'activité hippique sous droits exclusifs poursuit la **croissance** retrouvée en **2021** avec un **niveau de mises enregistrées de 6,8Md€**, en **hausse de 12%** par rapport à 2021. Cette performance a permis à l'opérateur de **quasiment retrouver le niveau de mises d'avant crise**, avec une différence de 87M€ par rapport à 2019.

Tableau n°3 : Evolution semestrielle des mises et du PBJ de l'activité sous droits exclusifs du PMU (en M€)

	2021		2022		Variations	
	S1	S2	S1	S2	S1	S2
Mises	2 642	3 391	3 395	3 359	+29%	-1%
PBJ	699	869	867	854	+24%	-2%

La dynamique de l'activité de pari hippique sous droits exclusifs est **inégaie selon les semestres**. En effet, lors du premier semestre 2022, le PMU a connu une forte croissance avec **3,4Md€ de mises (+29% par rapport au 1er semestre 2021)** et **867M€ de PBJ (+24% par rapport au 1er semestre 2021)**. Les performances du second semestre sont toutefois inférieures en 2022 par rapport à 2021 avec **une baisse de 2% du PBJ**, signe d'une légère érosion du marché à périmètre constant (la quasi-totalité des points de vente PMU étaient ouverts lors du 2nd semestre 2021). Malgré cette baisse au deuxième semestre, **le PMU se rapproche des performances d'avant crise sanitaire**, une tendance qui sera scrutée de près en 2023 pour évaluer si elle se pérennise ou non.

Lors du premier semestre, les parieurs hippiques sont retournés à leurs habitudes de jeu en point de vente avec la levée des dernières restrictions (dont notamment le passe vaccinal) et ont **délaissé le canal en ligne (-17% de mises et -18% de PBJ, voir plus bas)**. **L'attrait de gains mutualisés plus conséquents mais aussi l'expérience hors-jeu** (paris entre amis, sociabilisation grâce au réseau, etc.) peuvent expliquer cet engouement pour le réseau physique. **L'introduction des paris boostés, auparavant uniquement disponibles sur l'offre en ligne sur certaines courses**, peut également influencer les pratiques de jeu des clients du PMU. Ce dispositif qui consiste, pour l'opérateur, à alimenter la masse d'enjeux sur les courses dont il est support, favorise l'attractivité du jeu en point de vente, les montants « boostés » sur ce canal étant compris entre 10 000€ et 100 000€ selon les courses et les paris, contre un apport de 1 000€ à 10 000€ sur le canal en ligne.

Le ralentissement de l'activité du PMU observée depuis les 8 dernières années précédant la crise du Covid se confirme en 2022, avec une baisse de 5.5% du PBJ par rapport à 2019 (dernière année de référence). En effet, le PBJ de l'opérateur **a diminué de 3% par an en moyenne entre 2011 et 2019**, soit un niveau semblable au recul enregistré entre le 2nd semestre 2022 et le 2nd semestre 2021.

L'évolution de l'offre passe également par un objectif de **lutte** contre la **désaffection des parieurs à l'égard des offres de paris complexes** (Quinté +, Multi, Couplé et 2sur4). Les joueurs plébiscitent de plus en plus le pari Simple, une option de jeu accessible mais qui était moins rentable pour le PMU que les offres complexes avant le changement d'assiette fiscale. Afin d'orienter les joueurs vers les paris plus complexes, le PMU a réalisé de **nombreuses animations** en point de vente en 2022 notamment autour du Quinté+ en proposant un jackpot important lors de grands événements (Super tirelire).

C. Portée par la reprise de l'exploitation des établissements, l'activité des casinos enregistre un niveau d'activité record dépassant celui établi pré-crise sanitaire

Les données présentées proviennent du rapport « Bilan statistique des casinos et des clubs » publié pour l'exercice 2022 par le Service Central des Courses et Jeux (SCCJ).
La saison des jeux commence le 1^{er} novembre d'une année N et se termine le 31 octobre de l'année N+1.

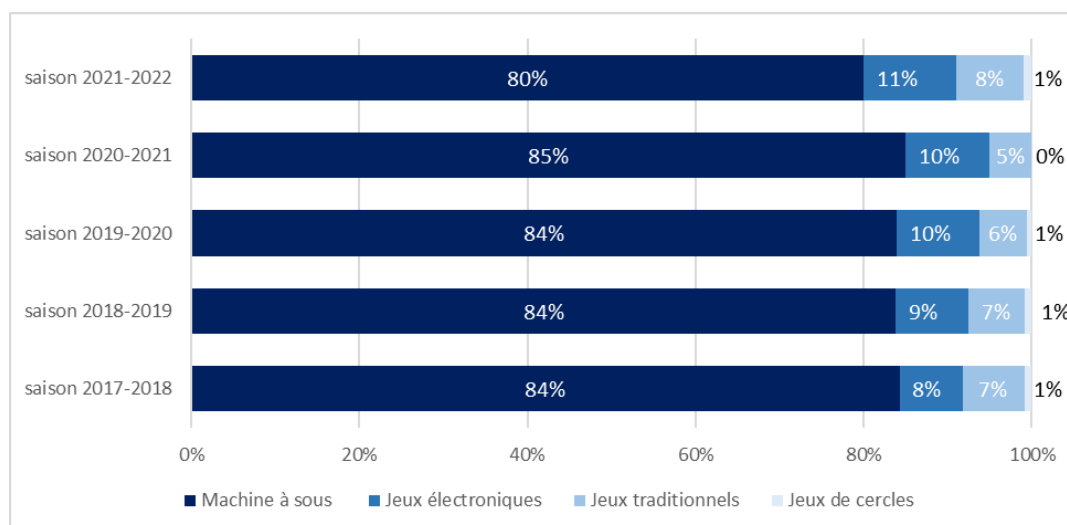
Depuis la **levée de l'ensemble des restrictions sanitaires** qui avait fortement impacté l'activité des casinos, le secteur renoue avec la **croissance**. Les 203 casinos (+1 vs 2021) ont généré près de **2,5Md€** de PBJ sur l'exercice 2022, en progression de 130% par rapport à 2021. L'activité établit un nouveau record de volume d'activité, supérieur de 3% le PBJ de 2019 (2 418M€ de PBJ). En 2022, **24% du chiffre d'affaires** du secteur est **généré** par les **10 premiers casinos**, une répartition stable en comparaison à la saison 2017-2018 (24%) et en légère baisse sur 2021 (22%).

Tableau n°4 : Evolution du PBJ et des entrées dans les casinos entre 2018 et 2022

	2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021-2022
PBJ (en M€)	2 306	2 418	1 831	1 082	2 488	+130%
Nombre d'établissements	201	202	202	202	203	+0,5%
Entrées (en M)	33	33	25	13	28	+115%
Dépense par entrée	70,6 €	72,2 €	74,5 €	84,8 €	87,9 €	+4%

Cette **croissance** est portée par la **reprise totale de l'activité** après deux années de pandémie et semble procéder d'une intensification des pratiques de jeu. A cet égard, il convient de noter que le **nombre d'entrées** dans les casinos français a **reculé** d'environ **15%** entre 2019 et 2022 - la fréquentation des casinos s'est élevée à **28 millions d'entrées** au cours de l'année 2022 – et que le **montant des dépenses moyennes par entrée** a augmenté de **32%** par rapport à 2019 (88€ en 2022 contre 72€ en 2019).

Graphique n°6 : Evolution de la repartition du PBJ par types de jeux entre 2018 et 2022



Les machines à sous (MAS) ont contribué à plus de **80%** du **PBJ** des casinos en 2022 et ont généré la majeure partie du chiffre d'affaires au cours des dernières années. Cependant la part des MAS dans le PBJ a reculé de 4 points depuis 2017-2018, notamment au profit des **jeux électroniques**, qui ont contribué à hauteur de **11% du PBJ** entre 2021-2022, contre 8% en 2017-2018. La **roulette électronique** est le jeu de table le plus **populaire**, générant **88%** du PBJ des **jeux électroniques**. La **roulette anglaise** classique génère quant à elle un PBJ de **68M€**, soit plus de 16% du PBJ des jeux de tables des casinos (jeux électroniques et jeux traditionnels).

Depuis le **1er janvier 2018**, un nouveau **cadre légal** pour les jeux d'argent à **Paris autorise les clubs de jeux** de manière **réglementée** sous forme **d'expérimentation**². Les clubs de jeux proposent cependant une **offre de jeux assez limitée**, les machines à sous et la roulette n'y étant pas autorisées.

Paris compte **sept clubs de jeux** qui ont généré **107M€** de PBJ en 2022, en augmentation de **191%** par rapport à l'année précédente, impactée toutefois par 8 mois de fermeture en raison de la crise sanitaire. À la suite de la levée des dernières restrictions, le nombre d'entrée dans les clubs de jeux a ainsi progressé de 185% entre 2021 et 2022, s'élevant ainsi à **627 000 entrées**. Le **montant des dépenses moyennes par entrée est resté stable**. Les joueurs ont dépensé en moyenne 171€ par entrée dans un club en 2022 (vs 88€ pour les casinos), soit une hausse de 3€ par rapport à 2021.

Tableau n°5 : Evolution du PBJ et des entrées dans les clubs de jeux entre 2021 et 2022

	2021	2022	Variations 2021-2022
PBJ (en €)	37	107	189%
Nombre d'établissements	7	7	-
Entrées (en k)	220	627	185%
Dépense par entrée	0,2 €	0,2 €	1%

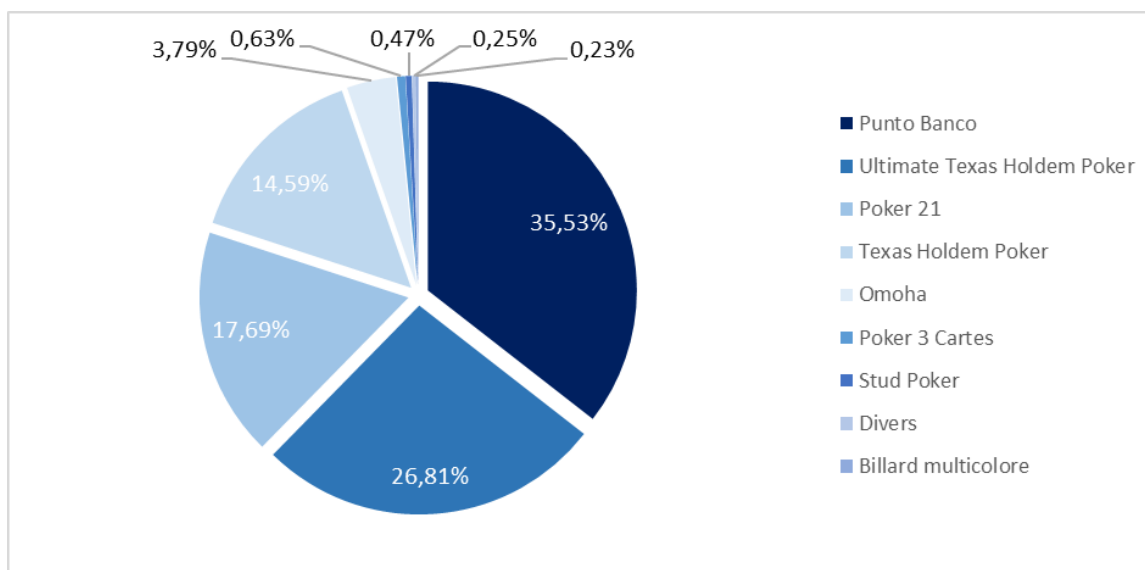
Au cours de l'année 2022, le **Punto Banco**³ a réalisé la part la plus importante du PBJ, soit **36%** du **chiffre d'affaires** total des clubs de jeux. Le Punto Banco est une version simplifiée du Baccara qui est un **jeu prisé** pour sa **vitesse** et sa **simplicité**.

A compter du 9 novembre 2022, quatre nouveaux jeux ont été autorisés dans les clubs de jeux parisiens : le blackjack, le craps, le sic-bo et le bingo. Cet élargissement de l'offre de jeux pourrait permettre d'attirer une nouvelle clientèle au sein des clubs.

² [Article 34 de la Loi n°2017-257 du 28 février 2017 relative au statut de Paris et à l'aménagement métropolitain.](#)

³ Ce jeu est une variante du Baccara, le but étant de deviner qui de « Punto » ou « Banco » se rapprochera le plus de 9 points.

Graphique n°7 : Répartition du PBJ des casinos par type de jeux en 2022 (en %)



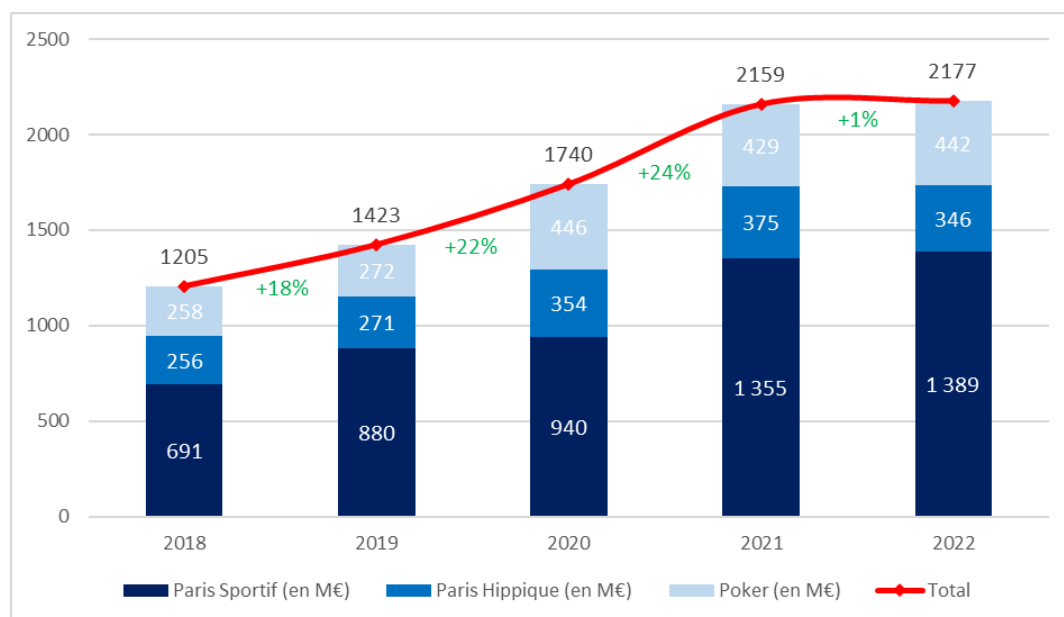
FOCUS N°2 : la croissance du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne se stabilise en 2022 à un niveau élevé, après les performances historiques enregistrées en 2021

Tableau n°6 : évolution des principaux indicateurs économiques du secteur des jeux d'argent et de hasard sur le canal en ligne entre 2018 et 2022

		2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021-2022
Paris sportifs	Nombre de CJA	3 227 000	3 443 000	3 865 000	4 474 000	4 457 000	-0,4%
	Mises (en M€)	3 904	5 056	5 352	7 891	8 307	+5,3%
	Bonus (en M€)	81	90	104	171	177	+3,5%
	PBJ (en M€)	691	880	940	1 355	1 389	+2,5%
Paris hippiques	Nombre de CJA	588 000	599 000	628 000	624 000	625 000	+0,2%
	Mises (en M€)	1 049	1 106	1 473	1 583	1 439	-9,1%
	Bonus (en M€)	33	25	15	16	24	+50,0%
	PBJ (en M€)	256	271	354	375	346	-7,7%
Poker	Nombre de CJA	1 136 000	1 199 000	1 840 000	1 663 000	1 763 000	+6,0%
	Bonus (en M€)	69	64	81	85	96	+12,9%
	PBJ (en M€)	258	272	446	429	442	+3,0%
Marché des jeux en ligne	Nombre de CJA	3 914 000	4 174 000	4 891 000	5 435 000	5 213 000	-4,1%
	Nombre de joueurs uniques	2 663 000	2 800 000	3 339 000	3 800 000	4 031 000	+6,1%
	Bonus (en M€)	183	179	200	272	297	+9,2%
	PBJ (en M€)	1 205	1 423	1 740	2 159	2 177	+0,8%

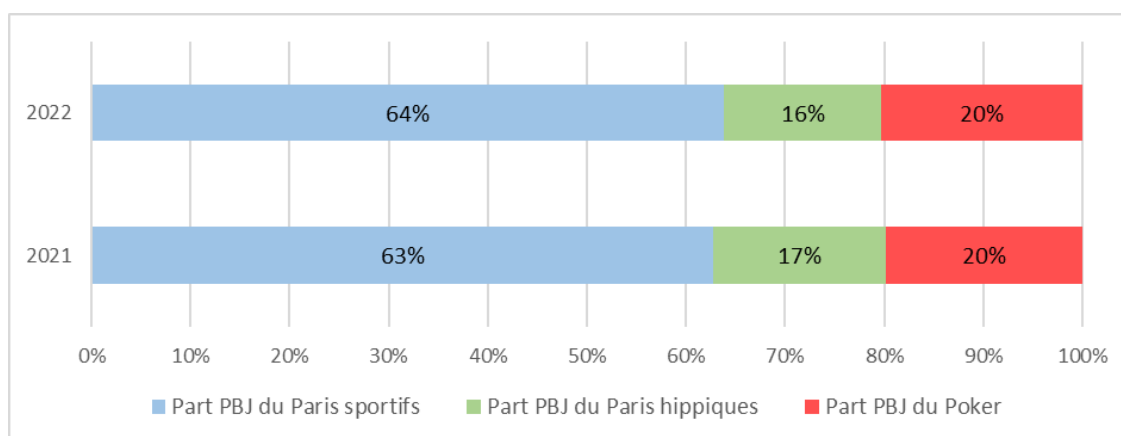
Après avoir connu une forte croissance entre 2017 et 2021 (le taux de croissance annuel moyen sur la période s'élève à 22%), la progression du marché des jeux d'argent et de hasard en ligne s'est stabilisée à un niveau similaire à celui de 2021 en 2022 (+0,8% de croissance), avec un **PBJ de 2,18Md€**.

Graphique n°8 : évolution du PBJ des différents segments du jeu en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)



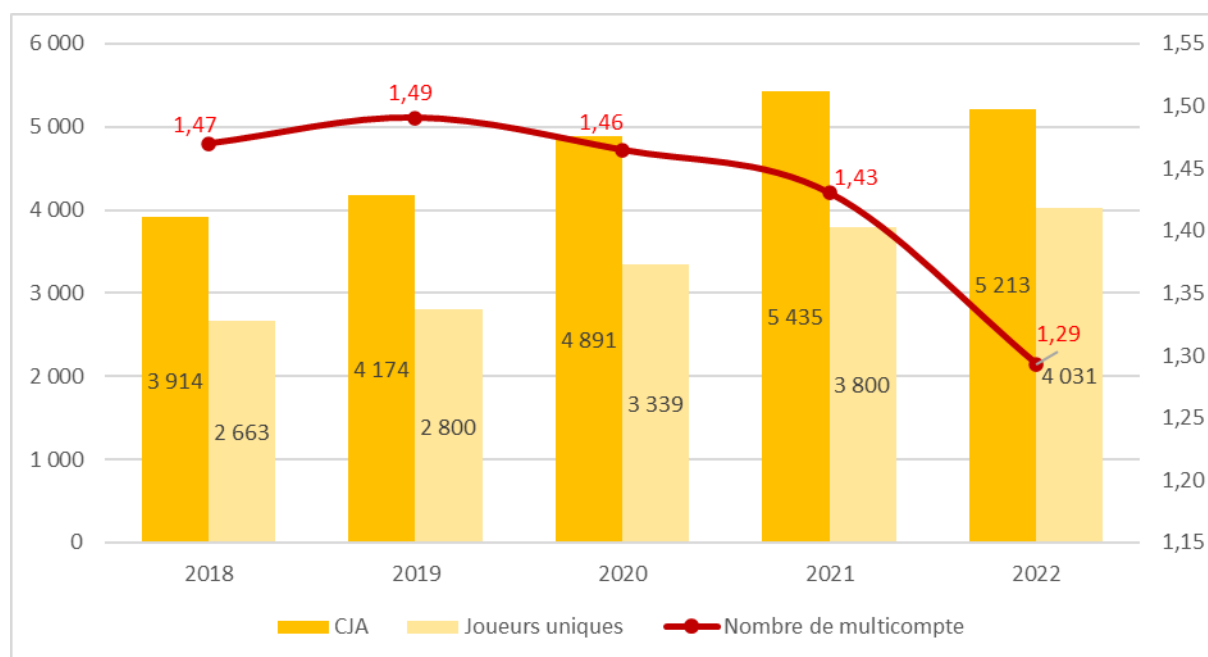
Les dynamiques sont différentes selon les segments. Le **pari sportif** affiche une **croissance modérée** avec **+2,5% de PBJ** en 2022 par rapport à 2021 (1 389M€ en 2022 contre 1 355M€ en 2021) malgré un niveau de mises record lors de la coupe du Monde 2022 (597M€). Le **pari hippique** connaît quant à lui une **baisse marquée** avec un PBJ de 346M€ en 2022 contre 354M€ en 2021 (soit une diminution du **PBJ** de près de **8%**), impactée notamment par le retour des joueurs en points de vente lors du premier semestre. Enfin, le **poker** renoue avec la **croissance amorcée** en 2020 (442M€ de PBJ en 2022, **3% de croissance**) après une année 2021 de consolidation en léger recul (-4% de PBJ en 2021 par rapport à 2020).

Graphique n°9 : répartition du PBJ par segments de jeux entre 2021 et 2022



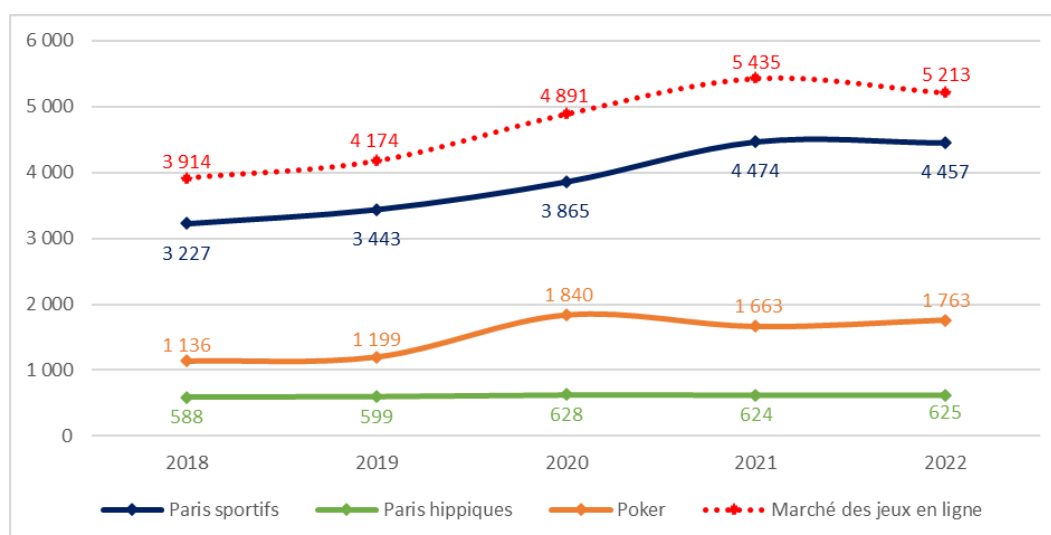
En 2022, la **répartition du chiffre d'affaires** du secteur en ligne est **proche de celle de 2021** : le PBJ du secteur se répartit à **64% pour le pari sportif** (+1 pt vs 2021), **16% pour le pari hippique** (-1 pt vs 2021) et **20% pour le poker en ligne** (iso vs 2021). Ces évolutions sont détaillées dans les sections spécifiques à chaque activité.

Graphique n°10 : Evolution du nombre de CJA et du nombre de joueurs uniques entre 2018 et 2022 (en milliers)

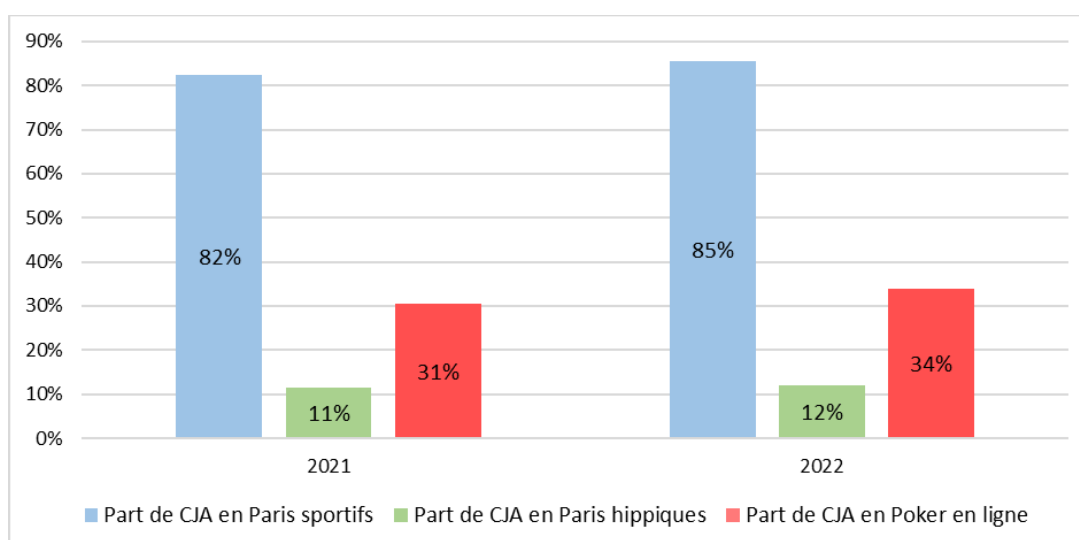


Entre 2021 et 2022, on recense **231 000 joueurs uniques supplémentaires sur le marché des jeux en ligne**. Le **nombre de joueurs uniques passe ainsi de 3 800 000 à 4 031 000**, en **hausse de 6%**, malgré une **légère baisse du nombre de comptes joueurs** observée entre 2021 et 2022 (-4,1%). Le recours au multicompte est donc en diminution en 2022. Pour rappel, un joueur peut créer plusieurs comptes sur un même segment de jeu. Si un joueur possède trois comptes de pari sportif et deux comptes de poker en ligne chez cinq opérateurs différents, les opérateurs comptabiliseront trois CJA pour le segment du pari sportif et deux CJA pour le segment du poker en ligne. Au total, ils comptabiliseront cinq CJA sur le marché des jeux d'argent en ligne. Les joueurs possédaient en moyenne **1,29 comptes de jeu différents** en 2022 contre 1,43 en 2021. Ce phénomène peut s'expliquer par une évolution des pratiques de jeu et une **augmentation de leur fidélité** envers un opérateur unique.

Graphique n°11 : évolution du nombre de CJA par segment de jeu entre 2018 et 2022 (en milliers)



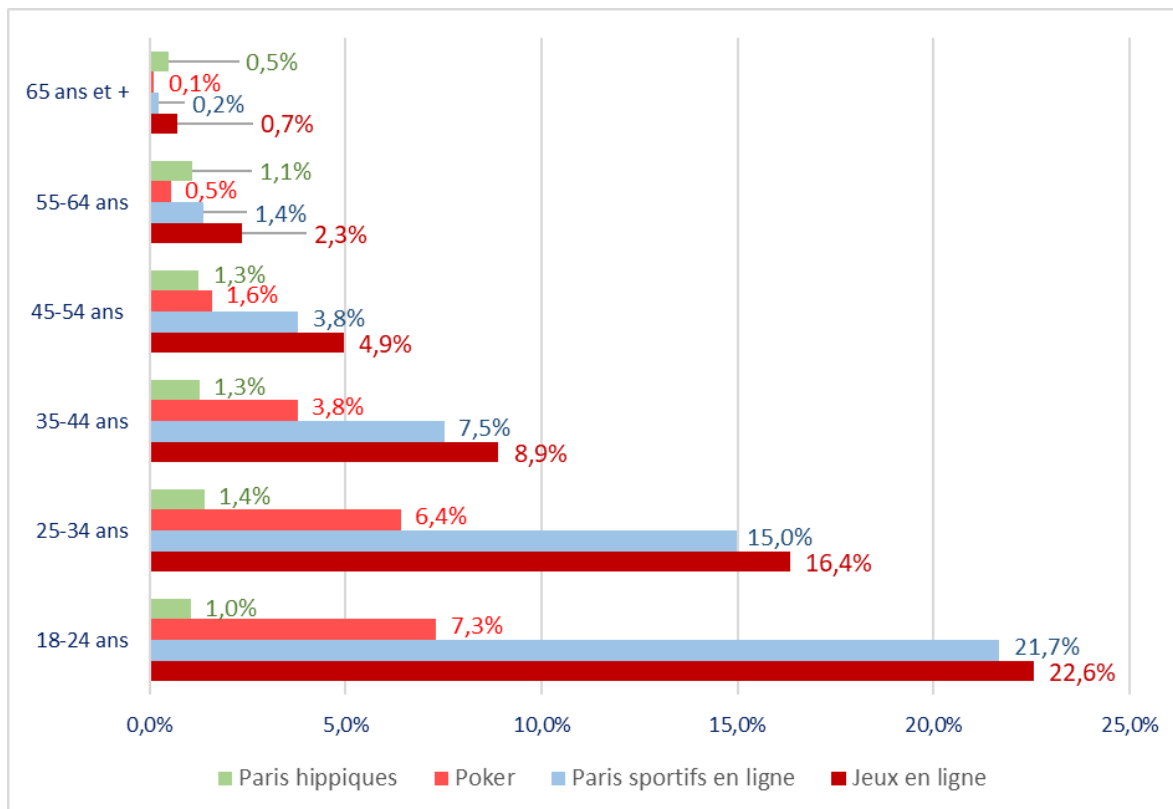
Graphique n°12 : évolution de la répartition de l'activité des CJA entre 2021 et 2022



En 2022, le **pari sportif** reste le segment de jeu d'argent en ligne **le plus pratiqué par les joueurs**.

Sur l'ensemble des comptes joueurs actifs en ligne, **85%** d'entre eux ont effectué au moins une action de jeu chez un opérateur de pari sportif (+2pts vs 2021), **34%** d'entre eux chez un opérateur de poker (+3pts vs 2021) et **12%** chez un opérateur de pari hippique (+1pt vs 2021). Cette progression sur l'ensemble des segments de jeux souligne là aussi une évolution des pratiques de jeu avec la **démocratisation de la multi-activité** (joueurs ayant une activité sur plusieurs segments de jeux chez un même opérateur) et le recours à des stratégies marketing de ventes croisées chez les opérateurs.

Graphique n°13 : taux de pénétration des joueurs par segments de jeux en ligne en 2022 dans la population française en 2022



Population française 2022, données INSEE

Cette année encore, les jeux d'argent en ligne attirent principalement une **clientèle jeune**. En 2022, au sein de la population française, **22,6% des 18 et 24 ans ont joué au moins une fois à des jeux d'argent en ligne** contre 27,0% l'année précédente (-4,4 pts vs 2021). Cette tranche d'âge est également la **plus représentée sur les segments du pari sportif et du poker en ligne**, avec des taux de pénétration de respectivement 21,7% et 7,3% (vs 25,0% et 7,0% en 2021).

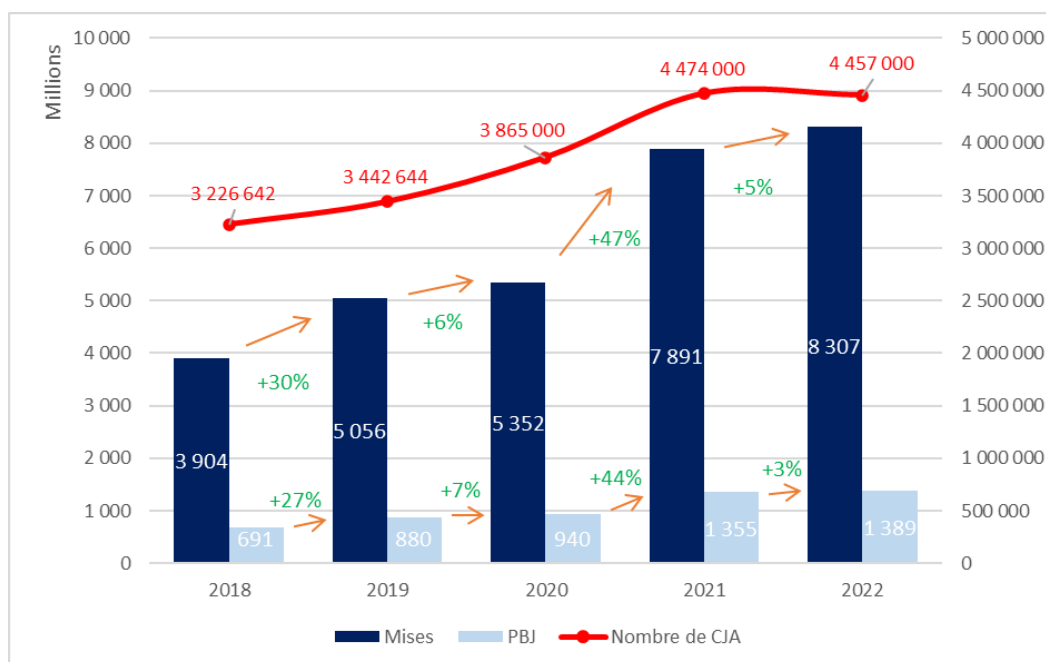
Le **pari sportif** est logiquement le segment de jeu d'argent en ligne le **plus pratiqué dans chaque tranche d'âge**, à l'exception des 65 ans et plus, qui préfèrent les paris hippiques (0,5% vs 0,2% pour le pari sportif).

Avec un âge moyen de 45 ans et un taux de pénétration relativement faible dans chaque tranche d'âge (allant de 0,5% à 1,4%), le **pari hippique** reste en effet le segment dont la population de joueurs est la **plus âgée**, ce qui met en évidence la **difficulté** de cette offre à **renouveler et rajeunir la population des parieurs**.

A. Le segment des paris sportifs affiche une croissance modérée malgré un niveau de mises record enregistré lors de la Coupe du Monde 2022

Au terme de l'année 2022, 17 opérateurs possédaient un agrément de paris sportifs en ligne, soit deux de plus qu'en 2021. Les nouveaux détenteurs d'agréments exploitent les domaines www.barrierebet.fr et www.partouchesport.fr.

Graphique n°14 : évolution des principaux indicateurs économiques en pari sportif en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)



En 2022, avec la tenue de **la coupe du monde au Qatar** en fin d'année (voir encadré plus bas), le **montant des mises** s'est élevé à **8,3Md€** (+5% de croissance par rapport à 2021), **le niveau le plus haut** depuis l'ouverture du marché en 2011.

Les résultats semestriels ont toutefois été très différents. Dans la première partie de l'année, l'activité de paris sportifs en ligne a affiché **un recul important**, avec respectivement **-360M€ de mises** (-8,3%) et **-92M€ de PBJ** (-11,8%) par rapport à celui de l'année précédente. Cette **baisse d'activité s'explique** principalement **par un calendrier sportif** du au premier semestre 2022 **moins dense** et avec des compétitions **moins attractives** qu'à la même période de 2021. Pour rappel, le premier semestre 2021 comprenait les grandes compétitions européennes entre clubs et la majeure partie de l'Euro de football. Le **second semestre de l'année a eu un effet rattrapage sur les résultats annuels**, grâce notamment à la Coupe du monde 2022, qui a enregistré un niveau de mises record de près de 600M€, **soit plus de 7% des enjeux annuels**. A titre de comparaison, l'Euro 2020 avait généré 5% des enjeux annuels en 2021.

En 2022, le PBJ généré par les paris sportifs en ligne s'élève ainsi à 1 389M€ (+2,5% vs 2021). C'est le plus haut niveau enregistré depuis l'ouverture à la concurrence en 2010. La croissance du PBJ est légèrement inférieure à celle des mises en raison d'un taux de retour joueur plus élevé en 2022 qu'en 2021 (+0,5 point de TRJ). Les victoires des favoris lors des principales compétitions expliquent cette hausse : TRJ de 89% pendant les phases finales de la LDC, 84% pendant les phases finales simples hommes de RG mais surtout de 88% sur la Coupe du monde 2022.

Tableau n°8 : évolution des principaux indicateurs de l'activité des paris sportifs en ligne entre 2018 et 2022

	2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021-2022
Nombre de CJA	3 226 642	3 442 644	3 865 000	4 474 000	4 457 000	-0,4%
Nombre de paris (en M€)	365	474	519	681	715	+5,1%
Mises (en M€)	3 904	5 056	5 352	7 891	8 307	+5,3%
<i>Pari moyen (en €)</i>	10,7	10,7	10,3	11,6	11,6	+0,2%
<i>Mise moyenne par CJA (en €)</i>	1 210	1 469	1 385	1 764	1 864	+5,7%
PBJ (en M€)	691	881	940	1 355	1 389	+2,5%
<i>PBJ moyen par pari (en €)</i>	1,9	1,9	1,8	2,0	1,9	-2,4%
<i>PBJ/CJA (en €)</i>	214	256	243	303	312	+2,9%
TRJ avant bonus	82,3%	82,6%	82,4%	82,8%	83,3%	+0,5 pt
Bonus distribués (en M€)	81	90	104	171	177	+3,5%
TRJ après bonus	84,4%	84,4%	84,4%	85,0%	85,4%	+0,5 pt
Prélèvements (hors TVA en M€)	363	470	458	645	659	+2,2%

Si l'animation marketing importante des opérateurs dans les mois précédant la Coupe du monde a permis de stimuler l'activité tout au long de l'année, les dépenses marketing au quatrième trimestre 2022 ont concentré **43% des dépenses média annuelles** et ont ainsi contribué au succès du pari sportif durant le Mondial.

Alors que le niveau de mises est en hausse, on observe en revanche une **stabilisation des CJA à 4,457M** en 2022 avec une baisse de 0,4% par rapport à l'année précédente. Celle-ci ne signifie pas, pour autant, que le nombre de parieurs a baissé. Elle traduit surtout une évolution dans leurs comportements, puisque **le nombre de joueurs uniques a quant à lui augmenté de 7,3%, passant de 3,25M de joueurs en 2021 à 3,49M en 2022**. Les joueurs sont plus fidèles à un seul opérateur et **réduisent le nombre de comptes dont ils disposent pour jouer**. Ainsi, le nombre de comptes joueurs moyen détenus par parieur est passé de 1,4 en 2021 à 1,3 en 2022 (-0,1 pt compte par joueur).

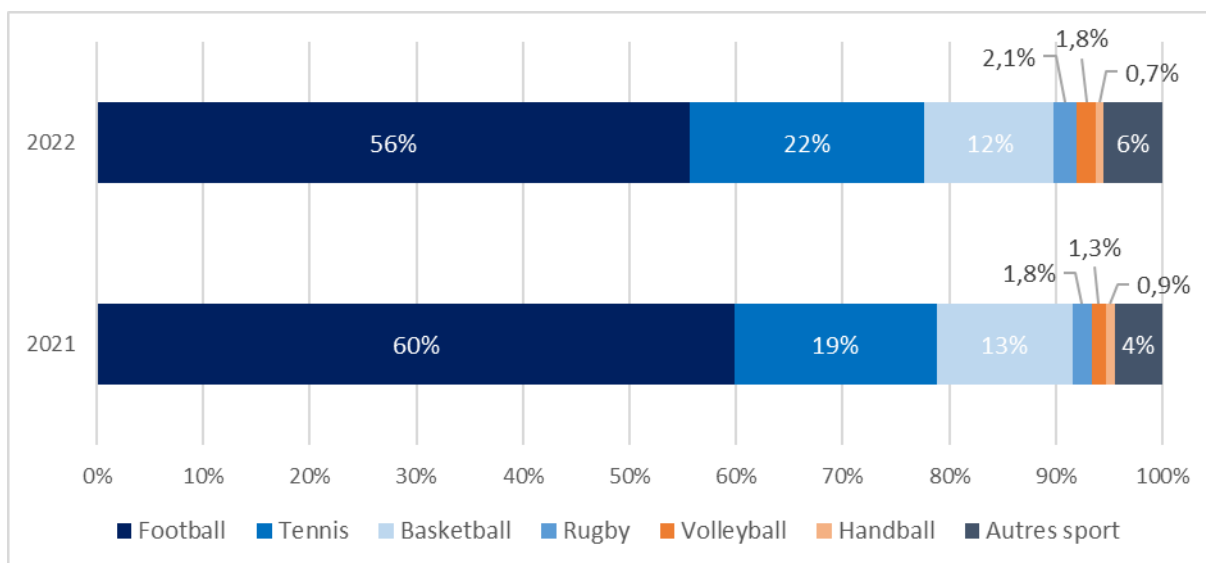
L'analyse des paniers moyens permet en outre de constater que l'évolution des pratiques des joueurs a amorti la baisse des mises par rapport à la baisse de CJA. En effet, bien que **le pari moyen sur la période soit resté stable à 11,6€ entre 2021 et 2022, le nombre de paris par CJA est passé de 152 en 2021 à 162 en 2022 (+5,5%)**. Cette évolution peut notamment s'expliquer par le fort attrait de la Coupe du monde 2022, compétition de 64 matchs (vs 52 pour l'Euro), qui a été le support de 54 millions de paris, soit près de 8% du total des paris de l'année vs 5% pour l'Euro en 2021.

Ces chiffres semblent indiquer une intensification des pratiques, qui permet de compenser en partie la légère attrition en valeur des CJA sur la période.

Le montant des bonus distribués, généralement proportionnels au niveau d'activité des parieurs et fortement corrélés aux grandes compétitions, a **augmenté dans des proportions similaires aux mises et au PBJ (+3,5%) pour atteindre 177M€ en 2022 (+6M€ vs 2021)**.

Le montant des prélèvements atteint 659M€, en hausse de 2,2% (+14M€) par rapport à 2021.

Graphique n°15 : répartition des mises par sports en 2021 et 2022



Le **football** reste le sport le plus populaire chez les parieurs en ligne, avec **56% des mises en paris sportifs** (vs 60% en 2021), pour un montant de 4,6Md€. Malgré la tenue de la Coupe du Monde 2022, **la part de marché du football dans les mises totales est en baisse de 4 points par rapport à l'année précédente**. Le **tennis**, avec 1 833M€ de mises, arrive en seconde position des sports plébiscités par les parieurs, avec **22% du total des mises** en paris sportifs en ligne (+3 points vs 2021). Le **basket** arrive en 3^{ème} position avec 997M€ de mises soit **12% des mises engagées** dans l'année (-1 point vs 2021). **Ces trois sports représentent à eux seuls près de 90% des mises** placées en paris sportifs lors de l'année 2022 (-2 points vs 2021). Néanmoins, l'activité se diversifie, les parieurs manifestant de l'intérêt pour le rugby et le volleyball.

Une Coupe du monde 2022 majuscule



La Coupe du monde 2022 s'est déroulée du 20 novembre au 18 décembre 2022 – dates inhabituelles pour l'organisation d'une Coupe du monde.

Cette édition est par ailleurs la dernière à accueillir le format instauré lors de la Coupe du monde 1998 comportant 32 participants et 64 rencontres. Les prochaines éditions accueilleront 48 équipes pour 80 rencontres.

L'édition 2022 de la Coupe du monde de football a enregistré 597M€ de mises soit un niveau record pour une compétition (+39% vs Euro 2020 qui avait enregistré 428M€ de mises). La finale de la compétition opposant la France à l'Argentine a enregistré un niveau de mises de **51M€**, (pour **3,8M paris**) soit **13M€ de plus** que les 38M€ enregistrés lors de la finale de la Coupe du monde 2018 opposant la France à la Croatie (précédent record de mises sur un unique évènement). Cette compétition a été le support de 54M de paris soit plus du double de l'édition précédente de 2018 (26M de paris). Ces niveaux records de mises et de paris sont fortement corrélés à l'excellent parcours de l'Equipe de France qui a décroché la 2^e place lors de cette compétition à l'instar des

résultats observés lors de l'édition précédente qui avait établi des records l'année de sa tenue. En effet, leurs matchs (7 sur les 64) ont été très populaires et ont recensé 18% des paris (9,7M) et 29% des mises (173M) totales de la compétition. Les victoires successives de la France jusqu'à la finale ont permis aux joueurs français de recycler leurs gains tout au long de la compétition et ainsi de miser davantage sur celle-ci. Ce constat est particulièrement visible sur l'évolution de la mise moyenne par pari des matchs de l'Edf qui passent de 4,5€ en moyenne pendant les phases de poules à plus de 10€ lors de la finale et de la demi-finale. Le taux de retour joueur atteint ainsi 88,7% sur cette compétition (vs 79,1% sur l'Euro 2020).

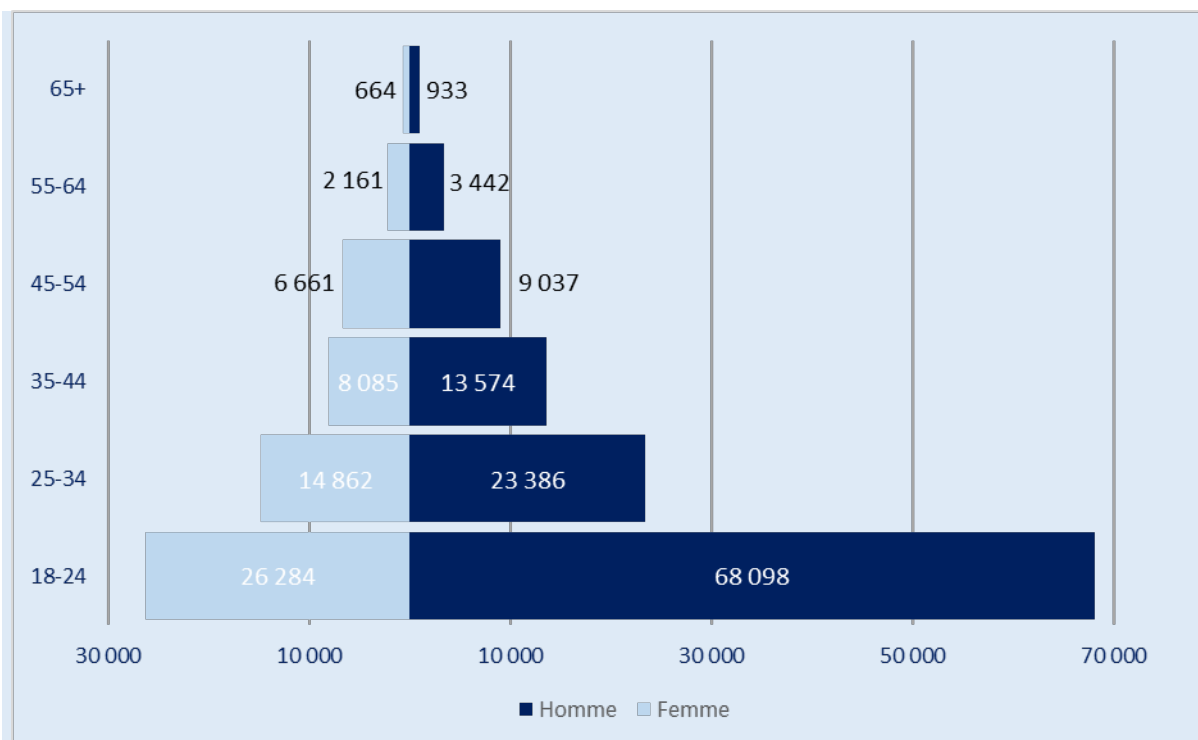
La Coupe du Monde 2022 a permis de **recruter 177 000 nouveaux joueurs uniques, un niveau toutefois inférieur à celui de l'édition précédente en 2018** (232 000 nouveaux parieurs). Parmi ces nouveaux joueurs, près de **deux fois plus de femmes ont été recrutées** par rapport à une période d'activité classique. De plus, **53% des recrutés lors de cette compétition ont entre 18 et 24 ans**, contre 46% durant l'Euro 2020 et la Coupe du Monde 2018. Ce niveau est également **plus élevé qu'en période creuse** (sans évènement majeur) qui affiche en moyenne **43% de nouveaux recrutés** dans cette tranche d'âge (soit 10 points de moins). Ces constats permettent de mettre en avant la politique de ciblage des populations les plus jeunes des opérateurs de paris sportifs en ligne lors de compétitions majeures dans leurs communications marketing.

Concernant le bilan des joueurs (au sens mises-gains), parmi les 2,6M comptes joueurs ayant parié pendant la Coupe du Monde 2022, **70% ont affiché un bilan strictement négatif**, contre 79% pendant l'Euro 2020 et 69% pendant la Coupe du Monde 2018. Ainsi, en 2022, un parieur a **perdu en moyenne 32€ sur cette compétition**, contre 40€ sur l'Euro 2020. La bonne performance de l'Equipe de France lors de cette édition explique notamment cette diminution des pertes qui est confirmée par le taux de retour joueurs particulièrement élevé de cette compétition.

Eléments chiffrés annexes :

	Total compétition		
	CdM 2018	Euro 2020	CdM 2022
Nombre de paris (en millions)	26	31	54
Montant des mises (en M€)	372	428	597
Montant des gains (en M€)	350	344	527
PBJ (en M€)	22	84	70
TRJ	94,1%	80,4%	88,3%

Annexe 1 : Tableau récapitulatif des principaux indicateurs sur les 3 dernières compétitions internationales majeures de football



Annexe 2 : Pyramide des âges des nouveaux joueurs recrutés à l'occasion de la Cdm 2022

	Période creuse 2021		Cdm 2022	
	Homme	Femme	Homme	Femme
18-24	36,8%	6,3%	38,4%	14,8%
25-34	26,8%	5,2%	13,2%	8,4%
35-44	12,4%	2,5%	7,7%	4,6%
45-54	5,4%	1,7%	5,1%	3,8%
55-64	1,7%	0,6%	1,9%	1,2%
65+	0,5%	0,2%	0,5%	0,4%
Total	83,6%	16,4%	66,9%	33,1%

Annexe 3 : Tableau récapitulatif de la part de recrutement par classe d'âge et par sexe des nouveaux joueurs sur Cdm 2022 et sur une période d'activité classique (octobre 2021)

Focus sur le profil des parieurs sportifs en 2022 :

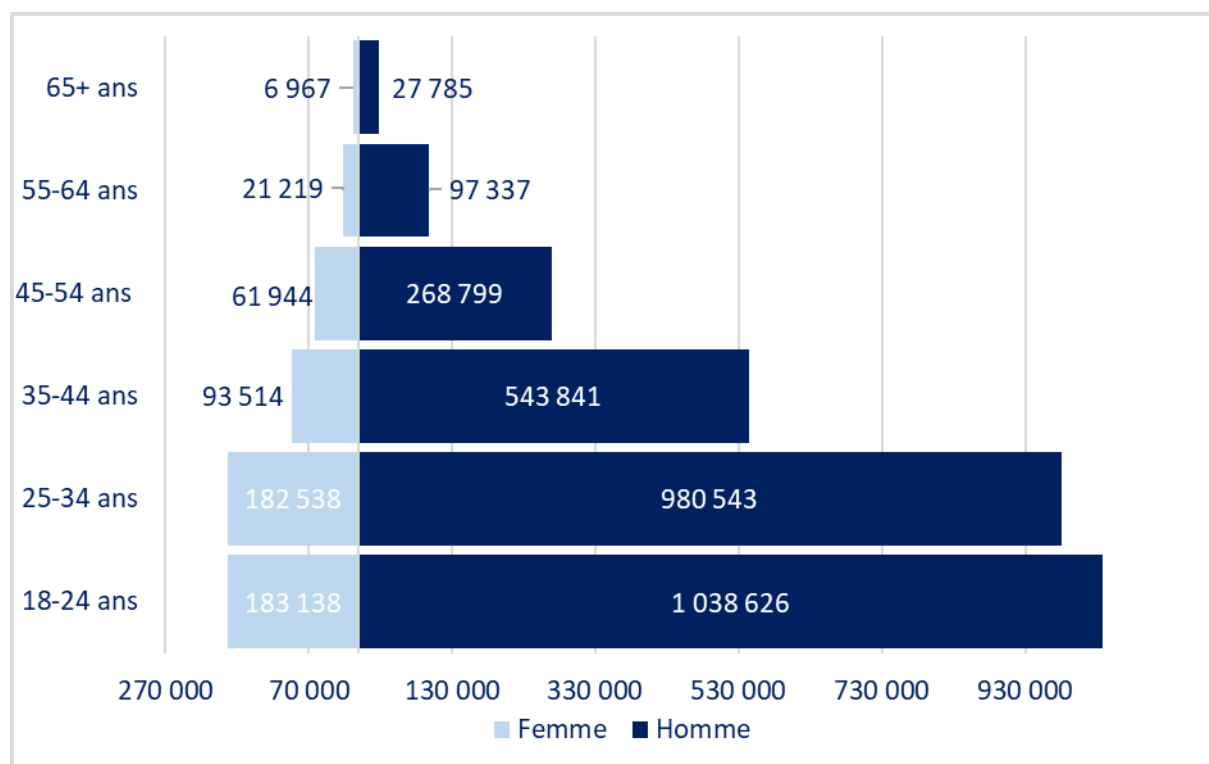
Le parieur sportif en ligne type est un **homme, jeune, qui habite en milieu urbain**.

Le profil-type du parieur

Données démographiques de l'ANJ

Sexe	 Homme	Age médian	29 ans
Age	 18-34 ans	Age moyen	31 ans
Localisation	 Actif vivant en milieu urbain (grandes villes et leurs périphéries)	Part Homme/Femme	H 85% - F 15%
Hobbies	 Fan de sport, en particulier de football, de jeux vidéo, d'automobile et de jeux de cartes	Nombre de joueurs uniques	3 506 000
		Mise annuelle moyenne par joueur	2 381€

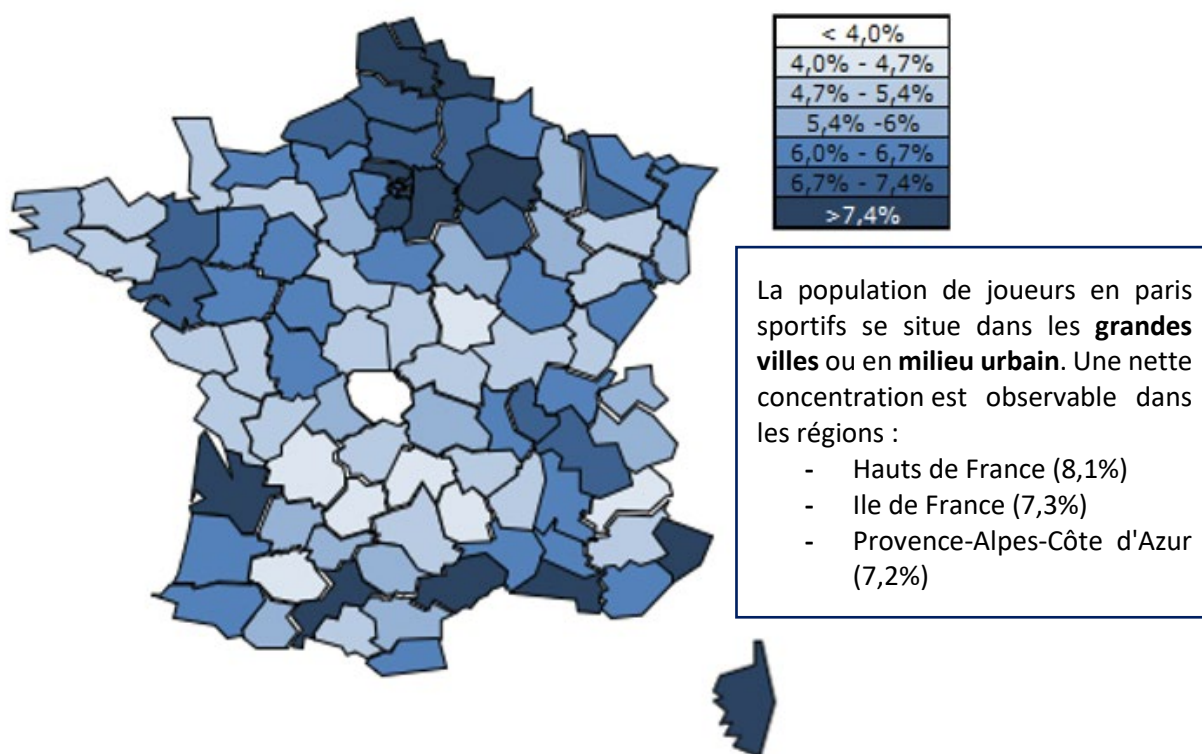
Graphique n°16 : tranches d'âge des joueurs uniques en pari sportif en 2022



La **population** de joueurs en paris sportifs en ligne est **la plus jeune des trois segments** de jeux en ligne ouvertes à la concurrence. La grande majorité des parieurs sont âgés de **18 à 34 ans**. L'âge médian des parieurs sportifs en 2022 est de **29 ans** pour un âge moyen de 31 ans.

Les joueurs âgés de **18 à 34 ans** sont les plus représentés avec plus de la moitié des **joueurs** en paris sportifs, soit 54% en 2022. **Il s'agit d'un point de vigilance majeur car cette catégorie d'âge est particulièrement exposée aux risques d'addiction aux jeux d'argent et de hasard⁴**. Au niveau des **enjeux**, la mise annuelle par joueur s'élève à **2381€ en 2022 contre 2426€ en 2021 (-2%)**. En parallèle, le nombre de joueurs unique a augmenté de 7% par rapport à 2021.

Carte n°1 : répartition géographique de la densité des parieurs sportifs en ligne en 2022



⁴ <https://www.ofdt.fr/odj/Note%20ODJ%2012.pdf>

B. Le retour des parieurs hippiques en points de vente physique ne profite pas à l'activité du pari hippique en ligne bien que leurs habitudes de jeu subsistent

Au terme de l'année 2022, six opérateurs possédaient un agrément de paris hippique en ligne, soit un de moins qu'en 2021, puisque l'opérateur « Joabet » a cessé d'exploiter son agrément en 2022.

Tableau n°9 : évolution des principaux indicateurs de l'activité des paris hippiques en ligne entre 2018 et 2022

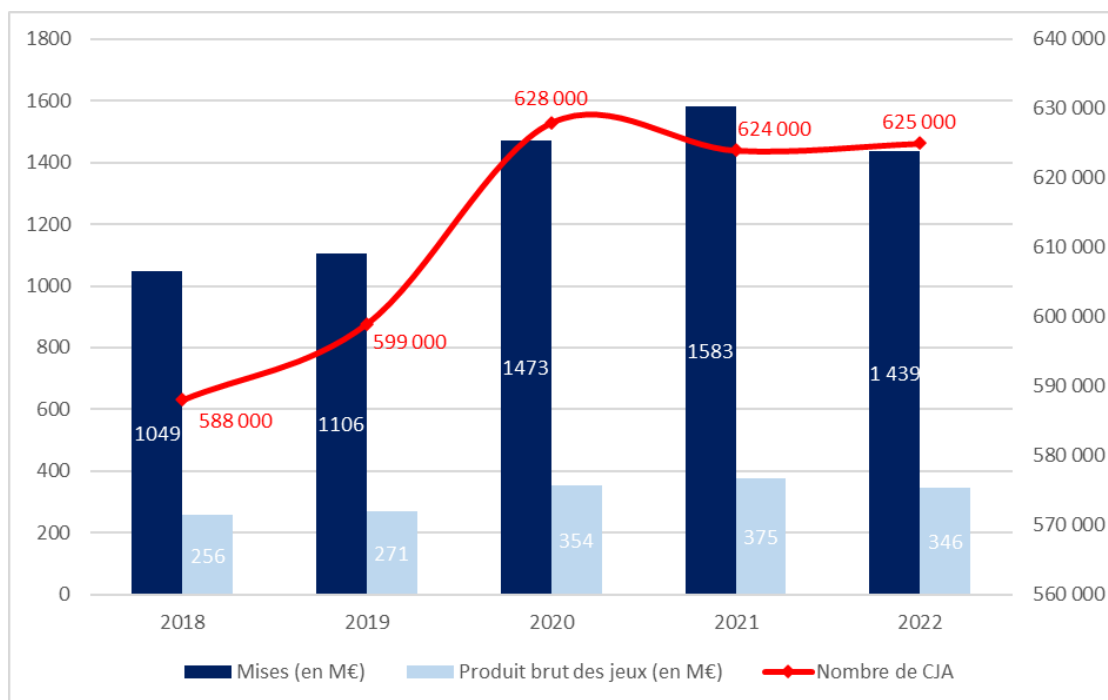
	2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021/2022
Nombre de CJA	588 000	599 000	628 000	624 000	625 000	+0,2%
Nombre de paris (en M)	340	357	467	528	488	-8%
<i>Nombre de paris par CJA</i>	578	596	744	846	781	-8%
Mises (en M€)	1049	1106	1473	1583	1439	-9%
<i>Pari moyen (en €)</i>	3,1	3,1	3,2	3,0	3,0	-2%
PBJ (en M€)	256	271	354	375	346	-8%
TRJ (avant bonus)	76%	75%	76%	76%	76%	-
Bonus distribués (en M€)	33	25	15	16	24	+50%
TRJ (après bonus)	72%	73%	75%	75%	74%	-1 pt
Prélèvements (hors TVA en M€)	137	145	179	197	158	-20%

Les années 2020 et 2021 ont été marquées par la crise sanitaire et notamment la fermeture totale ou partielle du réseau physique du PMU. Ces fermetures, qui se sont prolongées jusqu'au premier semestre 2021, ont permis aux paris hippiques en ligne d'établir des records de mises et PBJ en 2020 puis en 2021. En effet, l'accessibilité des points de vente physiques étant contrainte, la seule possibilité pour les joueurs était de jouer en ligne, les offres étant en partie substituables (avec une différence notable sur les tailles des masses communes).

Il résulte de ces conditions de marché, une année 2020 qui enregistre une croissance record de 33% des mises (1 473M€) et 30% du PBJ (354M€), suivie d'une année 2021 elle aussi en croissance (+8% de mises, +6% de PBJ par rapport à 2020) avec notamment un premier semestre toujours impacté par les fermetures de points de vente physiques.

Cette tendance s'inverse en 2022 avec des mises et un PBJ en recul de respectivement 9% (1 439M€) et 8% (346M€) par rapport à 2021. Comme évoqué précédemment lors de l'analyse de l'activité du GIE PMU, ce semestre marque notamment **un retour des joueurs en point de vente physique** (levée des restrictions sanitaires, arbitrage des joueurs vers les gains les plus importants, sociabilisation). La **baisse des chiffres du canal en ligne est donc fortement corrélée au regain d'activité enregistré dans les points de vente.**

Graphique n°17 : évolution des principaux indicateurs économiques en pari hippique en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)



Il convient cependant de nuancer cette analyse. En effet, on observe que le **nombre de CJA est constant** entre 2020 et 2022 (environ 625k CJA), ce qui signifie que, même si les joueurs ont moins misé en 2022, ils sont restés actifs sur leurs comptes en ligne. Aussi, les mises et le PBJ 2022, bien qu'inférieurs aux chiffres de 2020, restent en forte progression par rapport à 2019. En effet, les **mises 2022 sont en croissance de 30% par rapport au niveau de mises de 2019** (et le PBJ est en croissance de 28% par rapport au PBJ 2019). La crise sanitaire a ainsi **fait évoluer les pratiques des joueurs**, qui malgré un retour en point de vente physique observé, conservent certaines habitudes sur la pratique des paris hippiques en ligne.

Cette évolution des pratiques vers une activité double canal semble se confirmer en observant le nombre de paris par CJA, qui passe de 846 paris par CJA en 2021 à 781 en 2022 (-8%), et le pari moyen par CJA, qui diminue à son plus bas niveau depuis 2018 (2,95€ en 2022 contre 3,00€ en 2021 et 3,15€ en 2020).

Tableau n°10 : évolution semestrielle des principaux indicateurs de l'activité des paris hippiques en ligne entre 2021 et 2022

	2021		2022		Variations	
	S1	S2	S1	S2	S1 2021/ 2022	S2 2021/ 2022
Nombre de paris (en M)	290	238	251	237	-13%	-0,4%
Nombre de paris par CJA	585	1853	537	1504	-8%	-19%
Mises (en M€)	881	702	727	712	-17%	+1%
Pari moyen	3,04	2,95	2,90	3,00	-5%	+2%
PBJ (en M€)	205	170	169	177	-18%	+4%
TRJ (avant bonus)	77%	76%	77%	75%	-	-1 pt
Bonus distribués (en M€)	9	7	10	14	+11%	+100%
TRJ (après bonus)	76%	75%	75%	73%	-0,4 pt	-2 pts
Prélèvements (hors TVA en M€)	105	92	81	77	-23%	-16%

Enfin, le **montant de gratifications financières 2022 s'élève à 24M€, en croissance de 50% par rapport à 2021** et proche des niveaux relevés avant la crise financière (25M€ en 2019). Le montant de bonus alloué au S1 2022 est similaire à celui de 2021 (10M€ au S1 2022 et 9M€ au S1 2021) alors qu'au second semestre 2022, les opérateurs ont alloué deux fois plus de bonus qu'au second semestre 2021 (14M€ au S2 2022 contre 7M€ au S2 2021). Avec la réouverture totale des points de ventes physiques au S2, les opérateurs en ligne ont ainsi souhaité animer leur offre commerciale avec des gratifications financières afin de maintenir leur niveau d'activité et de conserver les joueurs.

Le changement d'assiette fiscale qui est entré en vigueur début 2022 a permis **d'alléger le niveau de prélèvement des opérateurs de paris hippiques**. On observe en effet que ce dernier a reculé à un rythme beaucoup plus élevé que la baisse des mises et de PBJ du secteur (-20% vs 2021 contre -9% sur les mises et -8% sur le PBJ).

Focus évolution de l'offre de jeu : modification du décret 2021-1505 du 17 novembre 2021 :

Depuis le 17 novembre 2021, une modification du décret portant sur l'offre de paris hippiques en ligne a autorisé, à titre d'expérimentation et jusqu'au 30 juin 2023, une extension sur les événements ouverts à la prise de paris. Les opérateurs de paris hippiques en ligne peuvent ainsi dans ce cadre proposer à leurs joueurs des paris portant sur des caractéristiques associées aux chevaux autres que leurs numéros.

Tableau n°11 : Focus sur les principales courses ayant recensé le plus d'enjeux en pari hippiques en ligne en 2022

Hippodrome de réunion	Nom du prix	Montants engagés (en €)	Poids dans les mises totales
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix d'Amérique - Prix d'Amérique Races - Legend Race	2 444 000	0,2%
Hippodrome de Longchamps	Prix de l'Arc de Triomphe	1 558 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de Cornulier	1 393 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix du Jardin des Eaux Minérales	1 373 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de Bourgogne	1 289 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de Lille	1 215 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix d'Amérique Races – Q2	1 214 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de Paris - Marathon Race - Prix d'Amérique Races	1 177 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de la Gironde	1 162 000	0,1%
Hippodrome de Paris-Vincennes	Prix de Strasbourg	1 130 000	0,1%
Total		13 955 000	1,0%

Les 10 courses ayant été le support du maximum d'enjeux sur l'année ont récolté près de 14M€ de mises soit 1,0% du total des mises de l'année. Par ailleurs, 9 de ces 10 courses ont été organisées sur l'hippodrome de Paris-Vincennes. La course du Prix d'Amérique – Legend Race a enregistré un montant total de mises de 2,444M€, soit 0,2% des mises du canal en ligne.

Focus sur le profil des parieurs hippiques en 2022 :

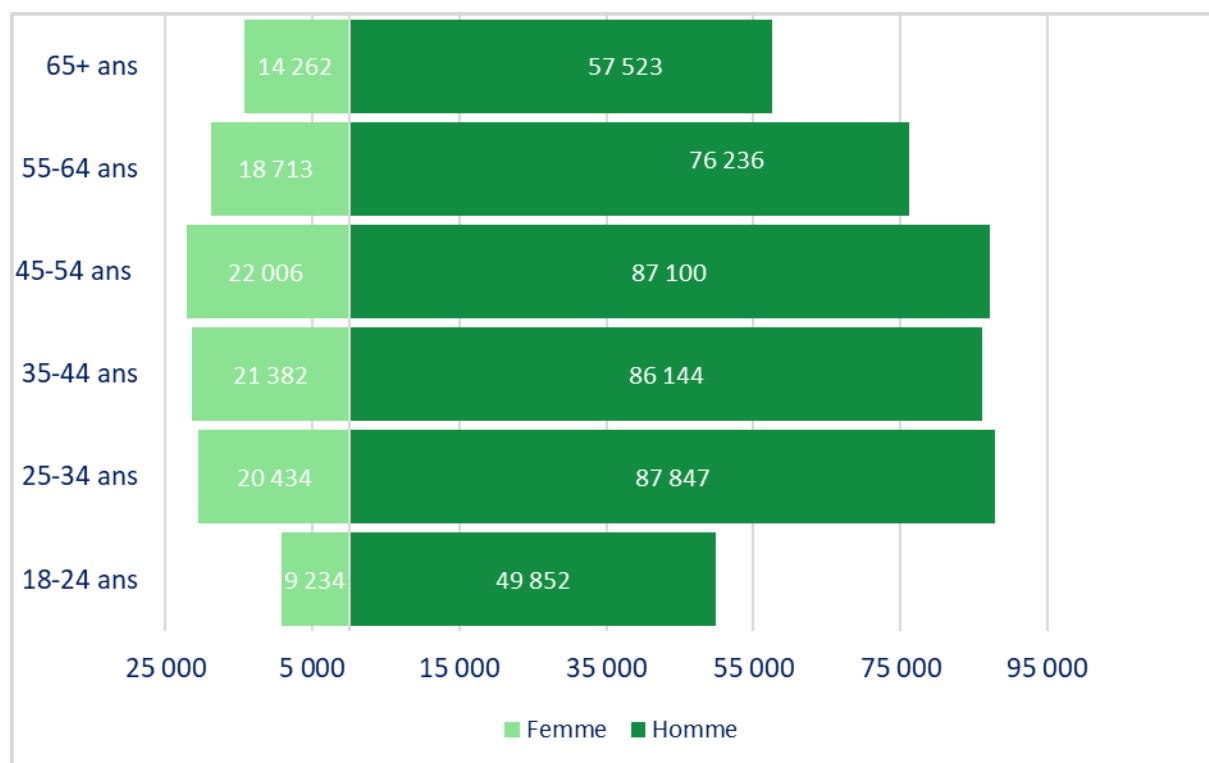
Le **parieur hippique** en ligne type est en moyenne plus âgé que les autres segments de jeux en ligne et vit dans les **territoires à forte tradition équine**. C'est le secteur de jeu où les **femmes** sont les **plus représentées**.

Le profil-type du parieur

Données démographiques de l'ANJ

Sexe		Homme	Age médian	44 ans
Age		35-54 ans	Age moyen	45 ans
Localisation		Nord-ouest de la France, où la culture équine est forte	Part Homme/Femme	H 82% - F 18%
Hobbies		Passionné de chevaux, d'événements hippiques et de courses hippiques	Nombre de joueurs uniques	551 000
			Mise annuelle moyenne par joueur	2844€

Graphique n°18 : tranches d'âge des joueurs uniques en pari hippique en 2022

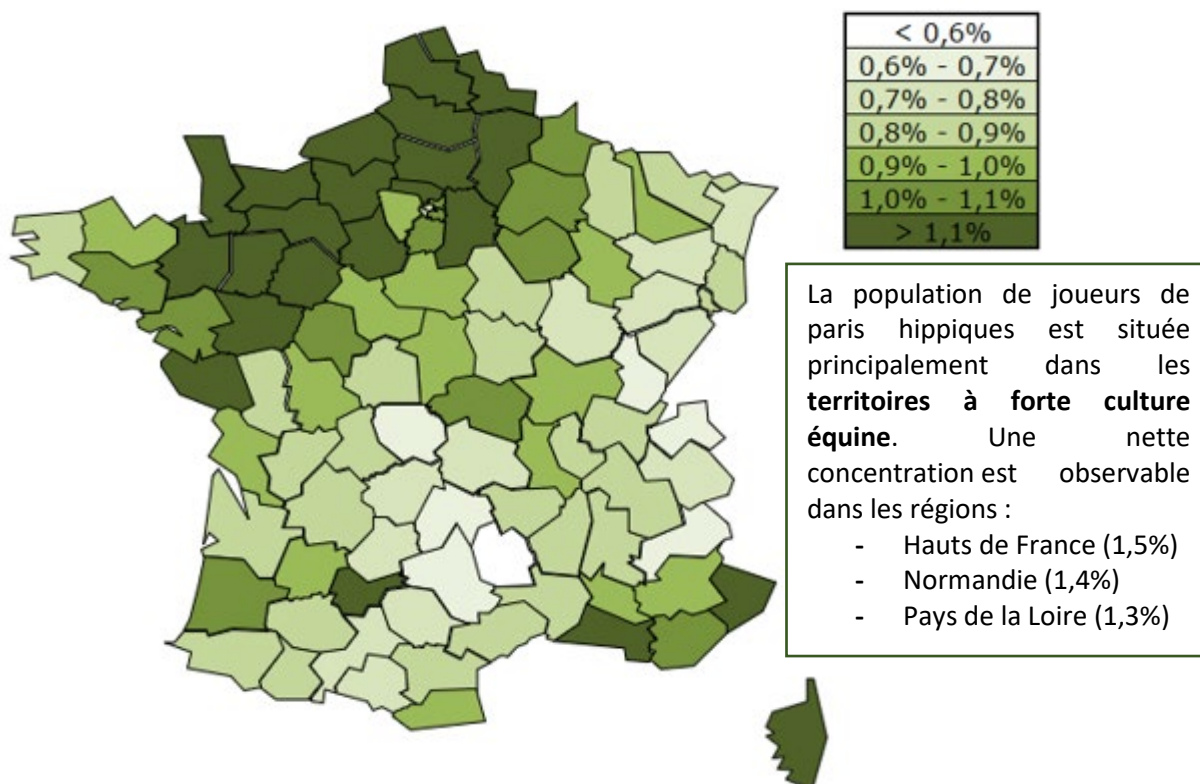


La **population** de joueurs de paris hippiques en ligne est **la plus âgée**, l'âge médian des parieurs hippiques étant de **44 ans** proche de l'âge moyen. Ce secteur est également celui qui comporte la **proportion de joueuses la plus importante (18% des joueurs)**.

A l'issue de l'année 2022, la population de parieurs hippiques était principalement représentée par des hommes (81%) de plus de 35 ans (61%, tout sexes confondus). Avec 9,5% des joueurs, la catégorie 18-24 ans est la tranche d'âge la moins représentée dans la population des parieurs hippiques en ligne. Les tranches d'âge des 25-34 ans et 45-54 ans sont les plus représentées dans la population de joueurs avec plus de 35% des joueurs de PH en ligne. Cette pyramide des âges souligne la difficulté des paris hippiques à recruter chez les jeunes et renouveler son bassin de joueur.

En 2022, les dépenses annuelles par joueur sont assez stables (2844€ contre 2894€ en 2021) cependant le **nombre de joueurs unique a diminué** par rapport à l'année dernière de **-7,5%**.

Carte n°2: répartition géographique de la densité des parieurs hippiques en ligne en 2022



C. Le marché du poker connaît la plus forte croissance (en %) parmi les activités en ligne en 2022

Au terme de l'année 2022, 7 opérateurs possédaient un agrément de poker en ligne à la suite des 4 demandes d'agrément traitées par l'ANJ cette année (FDJ, Vbet, BCFR1 et BCFR2). Seule la demande de la FDJ a été acceptée après traitement.

Tableau n°12 : évolution des principaux indicateurs du poker en ligne entre 2018 et 2022

	2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021-2022
Nombre de CJA	1 136 000	1 199 000	1 840 000	1 653 000	1 763 000	+7%
Mises	6 421	6 376	9 367	8 844	9 458	+7%
<i>dont cash game</i>	4 154	3 919	5 038	4 795	4 960	+3%
<i>dont tournois</i>	2 267	2 457	4 329	4 049	4 498	+11%
PBJ (en M€)	258	272	446	429	442	+3%
<i>dont cash game</i>	88	88	121	111	112	+1%
<i>dont tournois</i>	170	184	325	318	330	+4%
PBJ/CJA	227 €	227 €	242 €	260 €	251 €	-3%
TRJ global (avant bonus)	96,0%	95,7%	95,2%	95,1%	95,3%	+0,2 pt
<i>TRJ cash game (avant bonus)</i>	97,9%	97,8%	97,6%	97,7%	97,7%	-
<i>TRJ tournois (avant bonus)</i>	92,5%	92,5%	92,5%	92,1%	92,7%	+0,6 pt
Bonus (en M€)	69	64	81	85	96	+13%
Prélèvements (hors TVA)	82	86	135	129	134	+4%

Tableau n°13 : évolution des indicateurs moyens de partie en poker entre 2021 et 2022

	2021	2022	Variations 2021-2022
Parties de Cash Game (en €)			
Montant moyen des caves	40,75	44,7	+9,8%
Montant moyen des recaves	5,65	6,3	+11,9%
Tournois (dont Freeroll, en €)			
Droits d'entrée moyen MTT	5,4	5,5	+1,7%
Droits d'entrée moyen Sit&Go	8,5	8,9	+3,8%
Répartition du montant total des droits d'entrée			
Part de Sit&Go	86,8%	88,6%	+1,8 pt
Part de MTT	13,2%	11,4%	-1,8 pt

Après une année 2020 record marquée par une forte croissance du segment liée aux restrictions sanitaires (+64% de de PBJ et +64% de CJA en 2020 vs 2019), le marché s'est consolidé en 2021 avec un PBJ et un nombre de CJA en recul respectivement de 4% et 10% par rapport à 2020. La comparaison des chiffres 2021 aux chiffres 2019 montrent toujours **une forte croissance : +58% de PBJ et +48% de CJA en 2021 par rapport à 2019, confirmant un maintien des habitudes de jeux héritées de 2020 et une consolidation du marché à un niveau élevé d'activité.** Le segment du poker en ligne enregistre la **meilleure performance du marché des jeux en ligne en 2022** avec un PBJ en croissance de 3% par rapport à 2021 (442M€ en 2022 contre 429M€ en 2021).

Le nombre de CJA est lui aussi **en croissance de 7% par rapport à 2021** (1,76M de CJA en 2022 contre 1,65M en 2021). L'année 2021 laissait supposer une intensification des pratiques de jeux avec un PBJ/CJA en progression de 7% à 260€ (contre 242€ en 2020 et 2019). En 2022, cet indicateur est en recul de 3% pour s'établir à 251€ par CJA. Le nombre de joueurs uniques s'établit à 1,43M de joueurs pour 1,76M de CJA soit un recours au multicompte de l'ordre de 1.23 compte pour chaque joueur en moyenne.

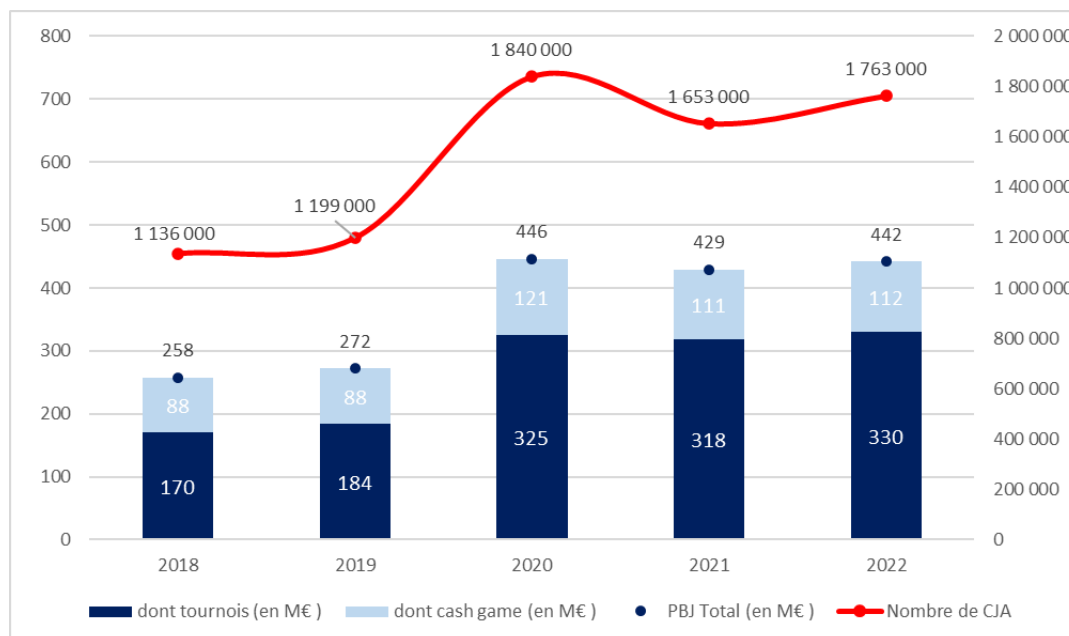
Enfin, le poker conserve une **part de marché de 20% du PBJ global du marché des jeux en ligne** alors que la part des CJA passe de 31% en 2021 à 34% de CJA en ligne pratiquant le poker. Proportionnellement aux autres segments, le poker a été plus attractif en termes de nombre de comptes joueurs.

Les **gratifications financières du segment ont progressé de 13%**, passant de 85M€ en 2021 à 96M€ en 2022. On constate que le taux de bonus (le montant des bonus rapporté au PBJ soit Bonus/PBJ) s'établit en 2022 à 22% du PBJ, en augmentation de 10pts par rapport à 2021. Celui-ci reste cependant inférieur aux taux de bonus observé avant crise, respectivement de 27% et 24% en 2018 et 2019.

L'activité du poker en ligne a généré **un niveau de prélèvements de 134M€**, en hausse de 4% par rapport à 2021.

Le TRJ global du poker est constant sur les 5 dernières années en s'établissant à 95%. Il faut cependant noter que la rentabilité pour les opérateurs n'est pas la même selon le type de jeu. Ainsi, l'activité de tournoi⁵ enregistre un TRJ de près de 93% alors que l'activité *cash-game*⁶ enregistre un TRJ de près de 98%.

Graphique n°18 : évolution du PBJ et du nombre de CJA du poker en ligne entre 2018 et 2022



⁵ Une partie de tournoi est une partie lors de laquelle les joueurs paient un droit d'entrée afin de participer à une compétition qu'ils ne peuvent, sous peine de perdre ce droit d'entrée, quitter volontairement, la compétition s'achevant lorsqu'un joueur a remporté les mises de tous les autres (définition fixée par le décret n° 2016-1326 du 6 octobre 2016).

⁶ Une partie de cash-game est une partie lors de laquelle les joueurs peuvent, à volonté, entrer et sortir tout en conservant leurs gains éventuels (définition fixée par le décret n° 2016-1326 du 6 octobre 2016).

Le poker en tournoi demeure la pratique préférée des joueurs, générant environ 75% du PBJ total du secteur, soit une somme atteignant près de 330M€ en 2022, ce qui représente une augmentation de 4% par rapport à 2021. Les tournois Sit&Go⁷ gagnent en popularité, grâce notamment à leur format rapide, attractif et facile d'accès. Les opérateurs de poker en ligne mettent fréquemment en avant ces tournois et proposent régulièrement de nouvelles innovations, ce qui leur permet d'être plus résilients que les formats multitable et *cash-game*. En effet, le *cash-game* représente 25% du PBJ du marché (soit 112M€) en 2022, en hausse de 1% par rapport à l'année précédente signe d'une légère désaffection des joueurs pour ce format. Cela se retrouve dans les niveaux de mises : elles ont cru de 11% pour le format tournoi contre 3% pour le format *cash-game*.

⁷ Un tournoi Sit&Go est un tournoi débutant dès que le nombre de joueurs requis pour le début de la partie est atteint.

Focus sur le profil des joueurs de poker de 2022 :

Le joueur poker en ligne type est un **homme trentenaire** se situant principalement dans les **grandes métropoles**.

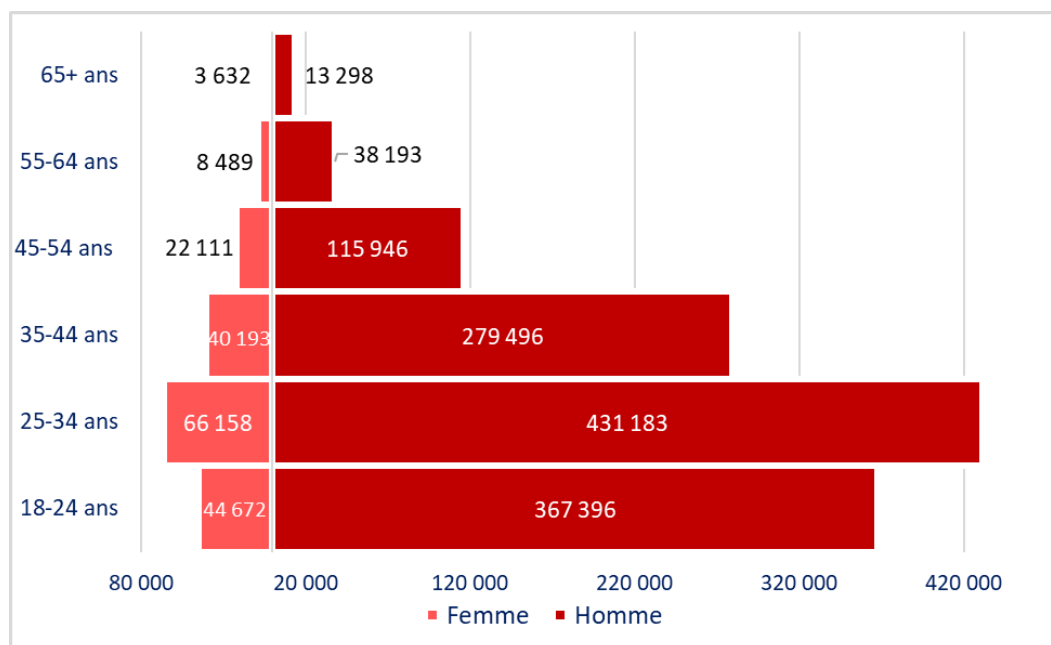
Le profil-type du joueur de poker



Données démographiques de l'ANJ

Sexe	Homme	Age médian	30 ans
Age	18-44 ans	Age moyen	32 ans
Localisation	Forte concentration en zone urbaine	Part Homme/Femme	H 88% - F 12%
Hobbies	Fan de sport, de poker, de casino et de jeux vidéo	Nombre de joueurs uniques	1 431 000

Graphique n°19 : Tranche d'âge des joueurs uniques en poker en 2022

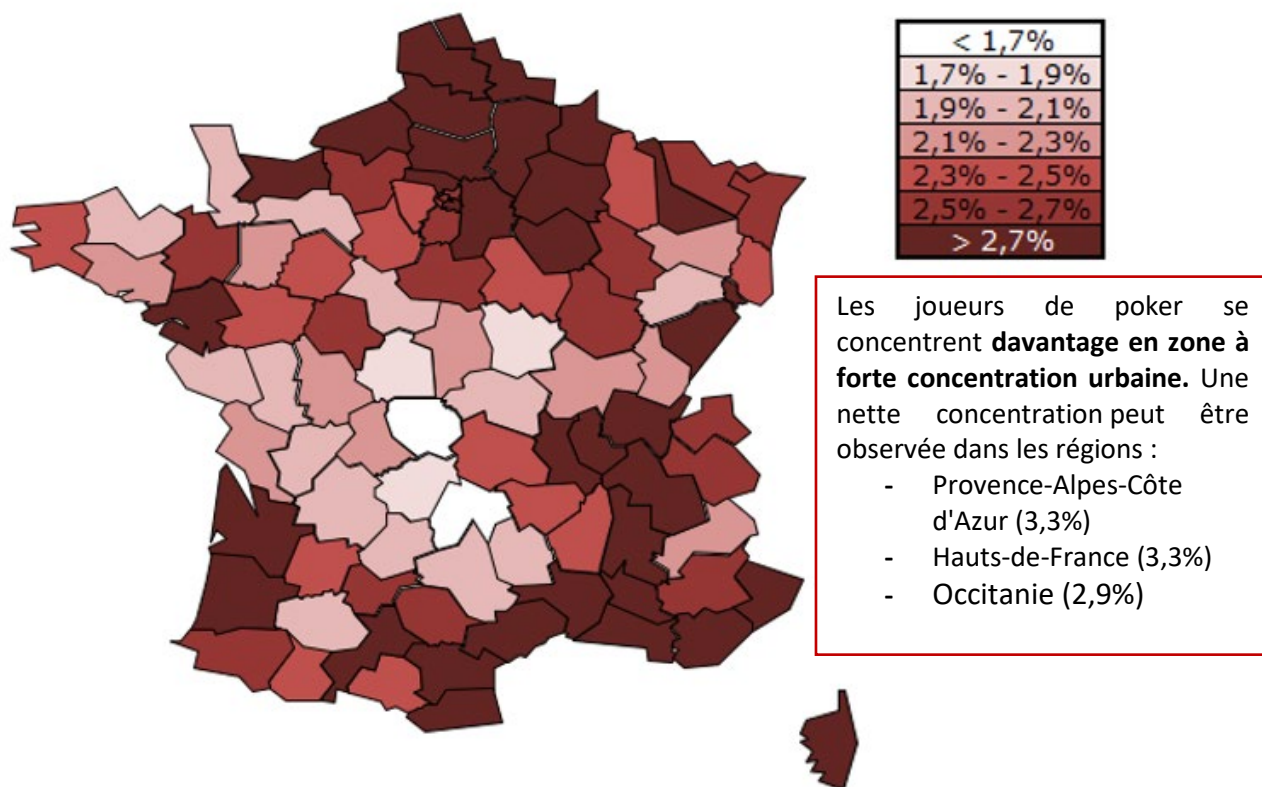


Les joueurs de poker sont **relativement jeunes**, l'âge médian étant de **30 ans** et l'âge moyen de 32 ans. Le poker est **l'activité** en ligne la **moins pratiquée** par les **femmes** qui ne composent que **13%** du total annuel des joueurs de poker. Le poker en France semble se **démocratiser** de plus en plus avec une **augmentation** du **nombre de joueurs** de **+6,5%** en 2022.

La population de joueurs de poker en ligne sur l'année 2022 était **principalement représentée** par des **hommes** (87%) de moins de 34 ans (56% et 64%, tout sexes confondus). La classe d'âge la plus

représentée dans la population des joueurs de poker en ligne est la classe 25-34 ans avec 35% des joueurs. Les 18-24 ans sont également bien représentés en rassemblant 29% des joueurs de poker en ligne.

Carte n°3 : répartition géographique de la densité des joueurs de poker en ligne en 2022



FOCUS N°3 : Des stratégies marketing des opérateurs en ligne concentrées autour de la Coupe du Monde de football, événement sportif majeur de l'année 2022.

Après avoir constaté une pression publicitaire sans précédent en faveur des paris sportifs durant l'Euro de football en 2021, l'ANJ a lancé **un plan d'actions ambitieux pour « désintensifier » la pression publicitaire** sur tous les supports de communication (télévision, radio, affichage et sur le digital) et renforcer la protection des mineurs et des publics à risque, particulièrement sur les leviers numériques.

Ce plan en deux volets comprenait, d'une part, des lignes directrices en matière de contenus publicitaires et les gratifications financières et, d'autre part, des recommandations pour diminuer la pression publicitaire sur l'ensemble des canaux médiatiques et modérer les offres de bonus, de façon à mieux protéger les publics vulnérables.

Afin de démontrer leur volonté d'appliquer les recommandations de l'ANJ, l'ensemble des acteurs de l'écosystème – agences publicitaires, professionnels de l'audiovisuels et opérateurs de jeux d'argent et de hasard, ont signé en novembre 2022 **quatre chartes d'engagement pour modérer la pression publicitaire et promouvoir des communications commerciales responsables** en télévision, radio, affichage et digital. Le Mondial était le premier événement d'envergure permettant de tester l'effectivité des engagements pris.

A. Evolution des dépenses marketing des opérateurs en ligne

Tableau n°14 : Dépenses marketing des opérateurs sur le segment en ligne (en M€)

Dépenses marketing (en M€)	2021	2022	Var. 21/22
Médias	169	139	-18%
<i>en % du total</i>	35%	29%	
Gratifications Financières	267	328	22%
<i>evol. en %</i>	55%	68%	
Sponsoring	15	18	21%
<i>evol. en %</i>	3%	4%	
Total	451	485	7%

Au global, **les budgets marketing des opérateurs en ligne ont progressé de 7% en 2022** par rapport à 2021 (485M€ en 2022 contre 451M€ en 2021) avec des tendances différentes selon les grands postes de dépenses. En effet, les **budgets médias sont en net recul de 18%** (139M€ en 2022 contre 169M€ en 2021) alors que le **montant de gratifications financières est en croissance de 22%** (328M€ en 2022 contre 267M€ en 2021) et celui du sponsoring progresse de 21% en 2022 à 18M€.

Malgré cette progression de 7% des budgets marketing et un événement majeur comme la Coupe du Monde, il faut noter que les chiffres du marché des jeux en ligne sont restés stables en 2022 (0,8% de croissance vs 2021) et le nombre de CJA a reculé de 6% à 5,2M (contre 5,4M en 2021). Il convient cependant de nuancer cette comparaison par les recrutements de nouveaux joueurs uniques qui ont progressé de 6% pour atteindre 4M de joueurs (contre 3,8M en 2021). Les opérateurs ont donc attiré de nouveaux joueurs mais les joueurs ont joué chez moins d'opérateurs (un joueur jouait en moyenne chez 1,43 opérateurs en 2021 contre 1,3 opérateurs en 2022).

B. Evolution des dépenses média des opérateurs en ligne

Tableau n° 15 : Dépenses média des opérateurs en ligne en 2022

Dépenses média (en M€)	2021	2022	Variations 2021-2022
Internet	72,6	67,9	-6%
Télévision - Cinéma	38,9	29,6	-24%
Affiliation	19,8	16,5	-17%
Affichage	27,4	15,5	-43%
Radio	4,0	4,2	+6%
Presse écrite	1,1	1,2	+11%
Autre	5,0	3,9	-23%
Total Media	168,8	138,9	-18%

L'année 2021 avait connu un déploiement de budget média assez conséquent, 168,7M€, pour soutenir la reprise d'activité post crise sanitaire et pour communiquer sur l'Euro de football 2020 – l'événement sportif principal de 2021.

En février 2022, l'ANJ a déployé des lignes directrices et des recommandations relatives à la publicité pour répondre à l'émois du grand public relatif au matraquage publicitaire qui visait principalement les jeunes et les joueurs excessifs durant l'Euro de football 2020. Lors de l'exercice 2022, **les dépenses média globales des opérateurs ont diminué de 18% par rapport à 2021**, passant de 168,8M€ en 2021 à **138,9M€**. Cette baisse est presque généralisée sur l'ensemble des postes de dépense média des opérateurs (à l'exception de la radio et de la presse écrite).

Malgré un recul de 6% entre 2021 et 2022, les **dépenses relatives aux investissements numériques (poste Internet dans le tableau) sont le 1^{er} budget média en 2022 avec 67,9M€, soit 49% des dépenses médias totales**. Ce média est favorisé par les opérateurs en ligne pour son taux de retour sur investissement élevé (ROI), sa proximité avec les joueurs ainsi que sa facilité de contrôle.

On observe également une diminution des dépenses en affichage, qui passent de 27,4M€ en 2021 à 15,5M€ en 2022 (-11,9M€, -43%) et en télévision, qui affichent un recul de 9,3M€ avec des dépenses passant de 38,9M€ en 2021 à 29,6M€ en 2022 (-24%). Enfin, les accords publicitaires en TV, radio et affichage signés par l'ensemble des opérateurs en novembre 2022 ont permis de contenir la pression publicitaire lors de la Coupe du Monde.

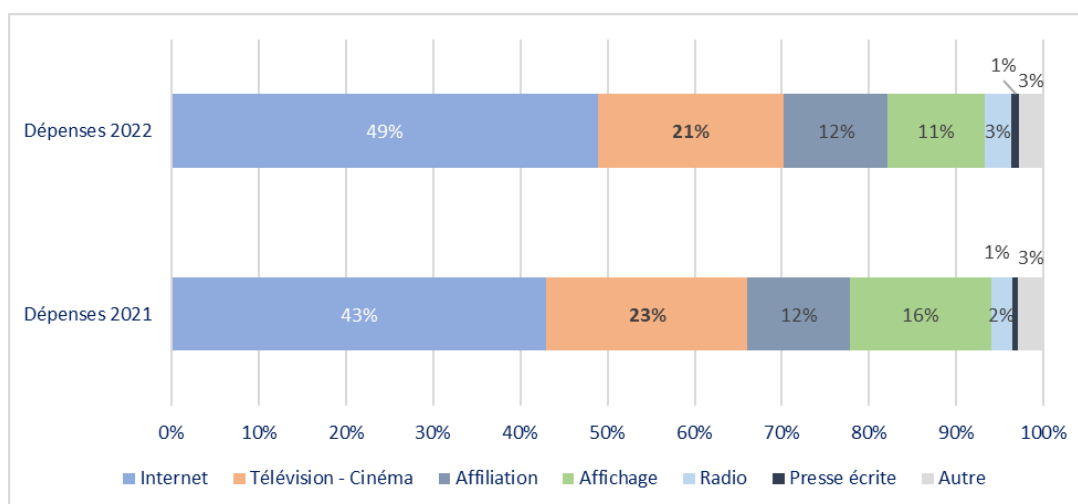
Tableau n° 16 : Dépenses média trimestrielles des opérateurs en ligne en 2022 (en M€)

Média	T1	T2	T3	T4
Internet	19,0	11,2	13,0	24,8
Télévision - Cinéma	7,0	3,9	3,7	15,0
Affiliation	4,3	3,1	3,3	5,7
Affichage	2,3	1,4	1,2	10,6
Radio	1,6	1,1	0,5	1,0
Presse écrite	0,4	0,1	0,1	0,6
Autre	0,5	1,3	0,6	1,5
Total Media	35,1	22,1	22,4	59,2
Poids	25%	16%	16%	43%

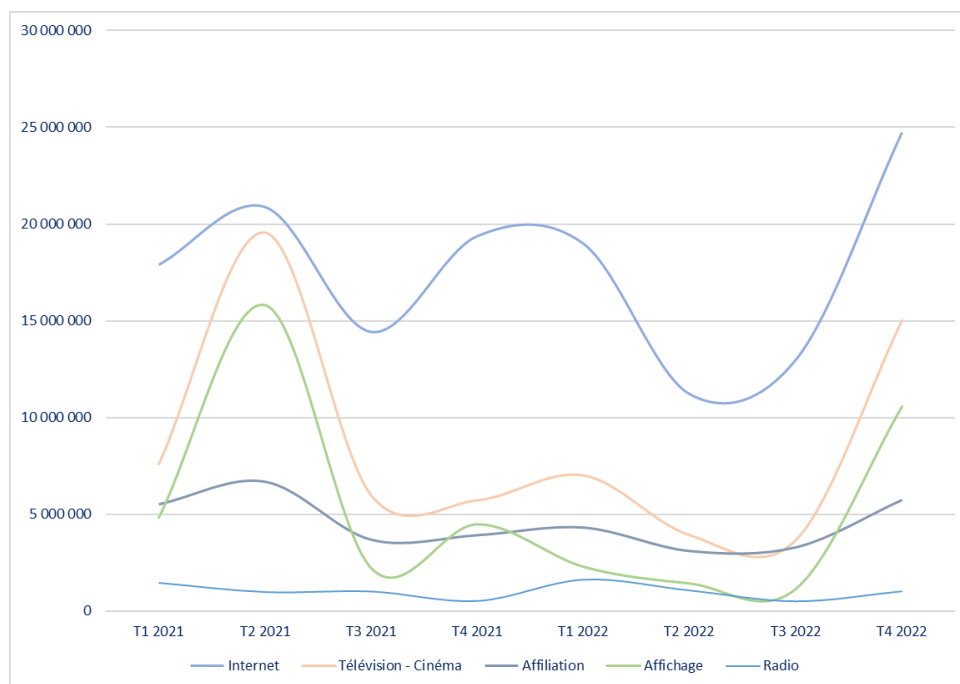
Le **quatrième trimestre** de l'année 2022 a **concentré 43% des dépenses médias de l'année (59,2M€)**, marqué par l'organisation de la Coupe du Monde de football. On observe une concentration particulièrement élevée ce trimestre des dépenses de télévision (15M€) et d'affichage (10,6M€) avec respectivement 51% et 68% des dépenses annuelles de ces postes.

Ces leviers, généralement assez coûteux, nécessitent des moyens importants et sont généralement réservés aux opérateurs disposant des plus gros budgets marketing. Lors d'un événement majeur où le public est plus réceptif à ce type de communication, ces leviers permettent de compléter le dispositif marketing avec des campagnes accès sur la notoriété de marque. Ils nécessitent cependant de s'insérer dans un dispositif plus global pour assurer la conversion des prospects (via notamment les budgets numériques et les gratifications financières). A ce titre, les dépenses relatives aux médias numériques sont également plus élevées sur le dernier trimestre de l'année et atteignent 24,8M€ soit 36% des dépenses « internet » de l'année.

Graphique n° 20 : Poids des budgets média des opérateurs en ligne en 2021 et 2022



Graphique n° 21 : Budgets média trimestriels des opérateurs en ligne en 2021 et 2022



Comme évoqué précédemment, l'évolution trimestrielle des dépenses par poste depuis 2021 fait apparaître un pic au T2 2021 (Euro 2020) et un pic au T4 2022 (Coupe du monde 2022). Cela fait ressortir clairement la différence d'allocation des dépenses entre les deux événements : les budgets TV et Affichage ont été réorientés vers les budgets Internet au T4 2022.

Focus : le marketing d'influence

Les opérateurs en ligne explorent tous les canaux marketing et promotionnels disponibles, notamment le marketing d'influence. Pour la Coupe du Monde de football 2022, **10 opérateurs en ligne (sur 17) ont activé 94 créateurs de contenus / influenceurs** au cours de cet événement sportif. Ces 94 créateurs de contenus / influenceurs possèdent des tailles d'audiences très variées : 12 possèdent entre 1,5k et 10k abonnés sur au moins un réseau social (nano-influenceur), 28 entre 10k et 100k abonnés (micro-influenceur), 40 entre 100k et 1M abonnés (macro-influenceur) et 13 + de 1M d'abonnés (top-influenceur). Les opérateurs diversifient leurs stratégies d'influence pour dynamiser leur notoriété et maximiser l'acquisition de nouveaux joueurs. L'ensemble de ces opérateurs ont respecté la limite des 16% d'audience chez la tranche d'âge de 13-17 ans.

Tableau N° 17 : Audience par tranches d'âge des créateurs de contenus / influenceurs activés par les opérateurs en ligne durant la CDM 2022

	% de 13/17	% de 18/24	% de 25/34	% de 35/44	% de 45/54	% de 55/64	% de 65+
Moyenne des 94 influenceurs	7%	42%	33%	11%	4%	1%	1%

Instagram est la plateforme la plus utilisée pour promouvoir les produits et les services des opérateurs, suivie de **YouTube** et de **Twitter**. En termes d'audience, **plus de 80% des internautes qui suivent les influenceurs ont moins de 34 ans. Près de 50% ont moins de 25 ans.** Parmi ces créateurs de

contenus/influenceur, 47% étaient spécialisés en football, 17% spécialisés en jeux vidéo et 16% en humour. 13 créateurs de contenus / influenceurs actifs possèdent plus d'un million d'abonnés sur au moins une plateforme.

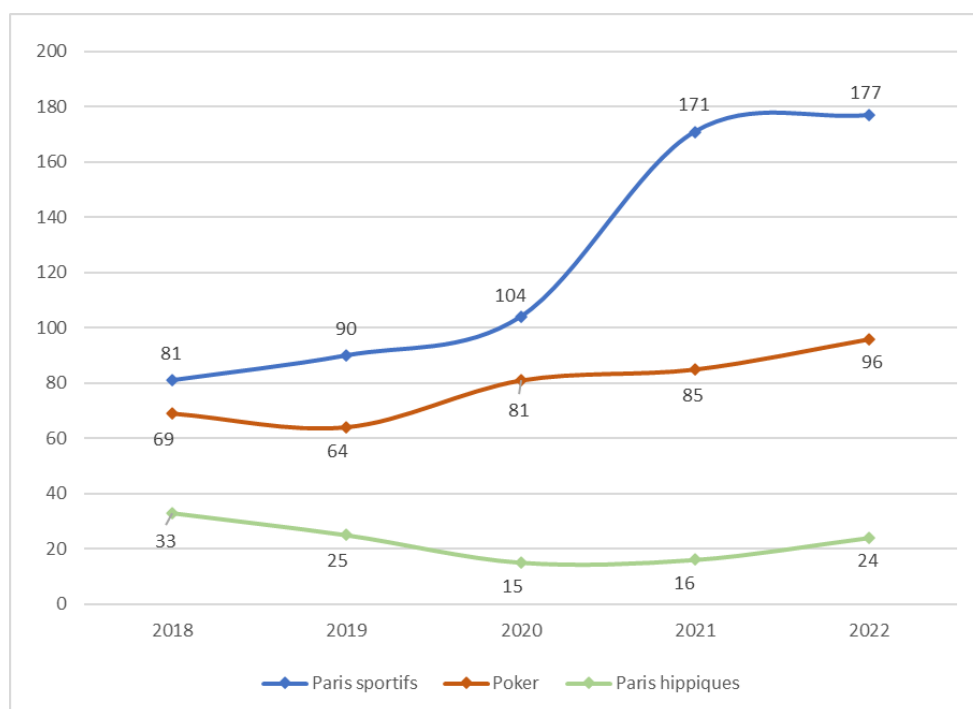
La répartition des audiences de ces influenceurs est similaire aux recrutements de nouveaux joueurs observés pendant la coupe du monde 2022 (pour rappel, 53% des recrutés lors de cette compétition ont entre 18 et 24 ans).

C. Evolution des gratifications financières des opérateurs en ligne

Tableau N° 18 : Evolution des dépenses en gratifications financières des opérateurs en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)

	2018	2019	2020	2021	2022
Bonus Paris sportifs	81	90	104	171	177
Bonus Paris hippiques	33	25	15	16	24
Bonus Poker en ligne	69	64	81	85	96
Poids acquisition	44,4%	25,7%	30,5%	26,8%	22,7%
Poids rétention	55,6%	74,3%	69,5%	73,2%	77,3%

Graphique N°22 : Evolution des bonus distribués des différents segments du jeu en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)



Les gratifications financières ont augmenté sur l'ensemble des segments de jeu entre 2021 et 2022. On observe une évolution de la stratégie des opérateurs sur ces dernières années, notamment sur le segment des paris sportifs. En effet, là où l'augmentation des bonus est corrélée à la hausse d'activité du segment en poker, cette dernière est plus ambiguë sur les autres segments. En paris hippiques, la

stratégie des opérateurs a été la distribution de nombreux bonus dans le but de rester attractif (tant en acquisition qu'en rétention) par rapport au canal physique qui a pu récupérer l'ensemble de ses points de vente au cours de l'année 2022.

Les bonus en paris sportifs ont connu une forte augmentation en 2021 (+64% entre 2020 et 2021), en lien avec la reprise des compétitions sportives et la tenue de l'Euro 2020 pour se stabiliser à un niveau élevé (177M€, +3,5% par rapport à 2021). La stratégie des opérateurs d'allocation des bonus en 2022 a été axée sur la rétention des joueurs acquis lors de l'Euro 2021 lors du premier semestre (les dépenses sont passées d'une répartition 31% acquisition / 69% rétention au premier semestre 2021 à une répartition 23%/77% au premier semestre 2022) et sur l'acquisition de nouveaux joueurs au second semestre avec la tenue de la Coupe du Monde 2022.

En ce sens, et en lien avec le poids du pari sportif dans le PBJ des opérateurs, **les dépenses totales en bonus de rétention des opérateurs ont pesé davantage dans le total des gratifications en 2022 (71%) qu'en 2021 (66%) au détriment du poids des bonus d'acquisition.** Cette modification d'allocation est le reflet de la stratégie des opérateurs durant l'Euro 2020, à savoir mettre l'accent sur l'acquisition de nouveaux joueurs pour ensuite les fidéliser et les conserver via les bonus de fidélisation. Les événements sportifs de grande envergure font état d'une part plus importante de bonus d'acquisition que les périodes sans. La part des bonus d'acquisition est cependant toujours inférieure à celle de rétention quelle que soit la période de l'année. Ce constat est d'ailleurs visible sur les évolutions nombre de CJA total du secteur des JAH qui a augmenté de 11% entre 2020 et 2021 puis diminué de 4% entre 2021 et 2022. Ce changement de stratégie a contribué au maintien d'un niveau similaire de CJA sur les différents segments de jeu entre 2021 et 2022 (-0,4% en paris sportifs, +0,2% en paris hippiques et +6% en poker).

D. Evolution des dépenses sponsoring des opérateurs en ligne

Tableau N° 19 : Evolution des dépenses sponsoring des opérateurs en ligne entre 2018 et 2022 (en M€)

	2018	2019	2020	2021	2022	Variations 2021-2022
Sponsoring	8,7	10,0	9,9	15,0	18,2	21%

Les dépenses en sponsoring ont **augmenté de 21%** entre 2021 et 2022 et de 20% par an en moyenne sur les 5 dernières années.

Le sponsoring est **une pratique qui se généralise de plus en plus mais qui demeure encore réservée aux opérateurs possédant des budgets marketing importants** en raison du coût des campagnes de sponsoring ainsi qu'un calcul de retour sur investissement complexe. Le sponsoring est utilisé essentiellement pour améliorer l'image de marque et la notoriété de l'opérateur.

Un groupe de travail sur les contrats de partenariats et de sponsoring a été lancé, en juin 2022 par l'Autorité Nationale des Jeux, pour édicter de nouvelles lignes directrices et recommandations relatives à ces pratiques.

E. Anticipations et tendances du marché en ligne pour 2023

En 2023, la plupart des opérateurs semblent **adopter une stratégie défensive, marquée par une volonté de rétention des joueurs** (contrairement à 2022 orientée acquisition). Deux phénomènes peuvent expliquer cette orientation.

Le premier est lié au calendrier sportif avec une année 2023 post coupe du monde et sans événement sportif majeur. En effet, les opérateurs ont intensifié leurs communications au T4 2022 avec un objectif de recrutement de nouveaux joueurs et souhaitent maintenant les conserver (phénomène déjà observé post Euro 2020 sur les budgets gratifications). Ensuite, l'absence de temps forts n'incite pas les opérateurs à intensifier leurs budgets lors d'une période où le marché (joueurs existants et prospects) est moins réceptif.

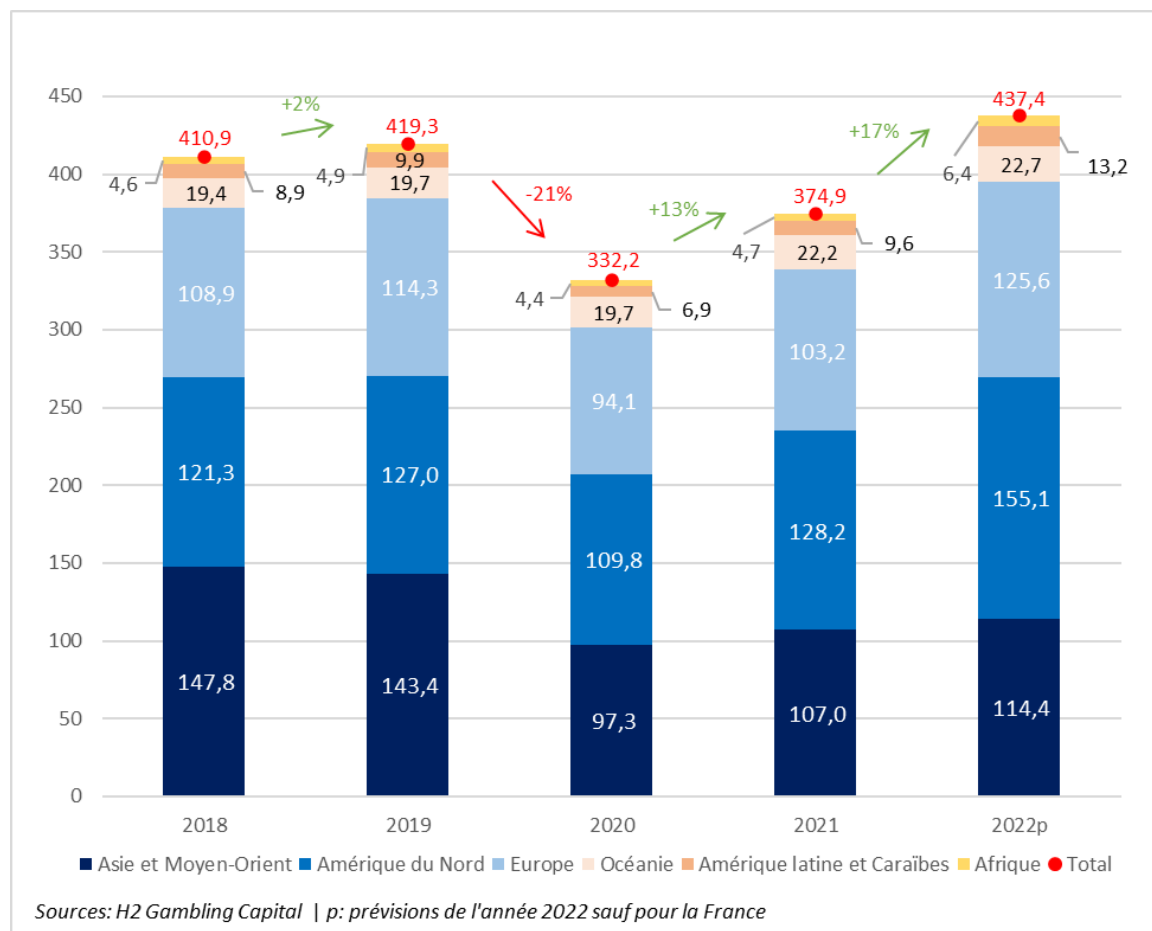
Le second point est une **possible augmentation de l'intensité concurrentielle** sur le marché en ligne avec l'arrivée d'un nouvel acteur sur le segment poker (FDJ) et l'acquisition en cours de Zeturf par la FDJ sur le segment des paris hippiques en ligne. De plus, les performances 2022 du segment des paris sportifs en ligne mises en parallèle des moyens marketing déployés peuvent inciter les opérateurs à adopter des stratégies plus prudentes.

Ces différents éléments se traduisent notamment dans les stratégies promotionnelles des opérateurs par :

- **La réorientation des budgets alloués aux campagnes de notoriété (spot TV, radio, média de masse) vers des campagnes à la performance** dont les effets et la rentabilité sont directement mesurables (campagnes numériques payantes). Les budgets média, numérique et sponsoring des opérateurs sont en progression de 5% par rapport aux dépenses réalisées en 2022 (ils passent de 157M€ en 2022 à un budget prévisionnel de 165M€ en 2023).
- **La progression de 11% des budgets gratifications (344M€ prévus en 2023 contre 310M€ en 2022)**, croissance réalisée sur les budgets rétention (en progression de 14% à 274M€). On note aussi une évolution des programmes de fidélité vers une plus grande générosité. Cela traduit une volonté claire de conserver les joueurs acquis lors de la Coupe du monde.
- **Le recours aux ventes croisées afin d'augmenter les mises et PBJ des opérateurs sans recruter de nouveaux joueurs** (et donc en limitant le coût d'acquisition), généralement portée par la conversion des joueurs de paris sportifs vers les offres de poker et de pari hippique. Les opérateurs qui possèdent une offre de casino terrestre, convertissent leurs joueurs physiques en joueurs en ligne au sein de leurs établissements au travers de communications commerciales et de gratifications financières.

FOCUS N°4 : Le marché des jeux d'argent et de hasard dans le monde, un marché dynamique et évolutif dans les pratiques des joueurs

Graphique n°23 : Evolution du PBJ mondial par région entre 2018 et 2022p (en Md€)



En 2022, le **PBJ mondial du secteur des JAH** atteint **437Md€, en progression de 17%** par rapport à 2021 (374,9Md€). Ce marché, qui affiche un **taux de croissance annuel moyen de près de 2% par an** sur les 5 dernières années, a été **fortement impacté par la crise sanitaire mondiale en 2020**. En effet, entre 2019 et 2020, son PBJ a chuté de 21% passant de 419,3Md€ à 332,2Md€. Cette situation a provoqué un **changement sur les habitudes de jeu des joueurs** qui se sont orientés vers les canaux digitaux pour maintenir leurs pratiques de jeu. **La part de PBJ générée par le canal en ligne** est ainsi **passée de 14% (59Md€) en 2019 à 22% (73Md€) en 2020** (soit +14,3Md€, +24%) lorsque celle du jeu physique a chuté de 102Md€ passant de 360Md€ en 2019 à 259M€ en 2020 (-28%).

Tableau n°20 : Répartition du PBJ mondial par canaux de distribution entre 2018 et 2022p (en %)

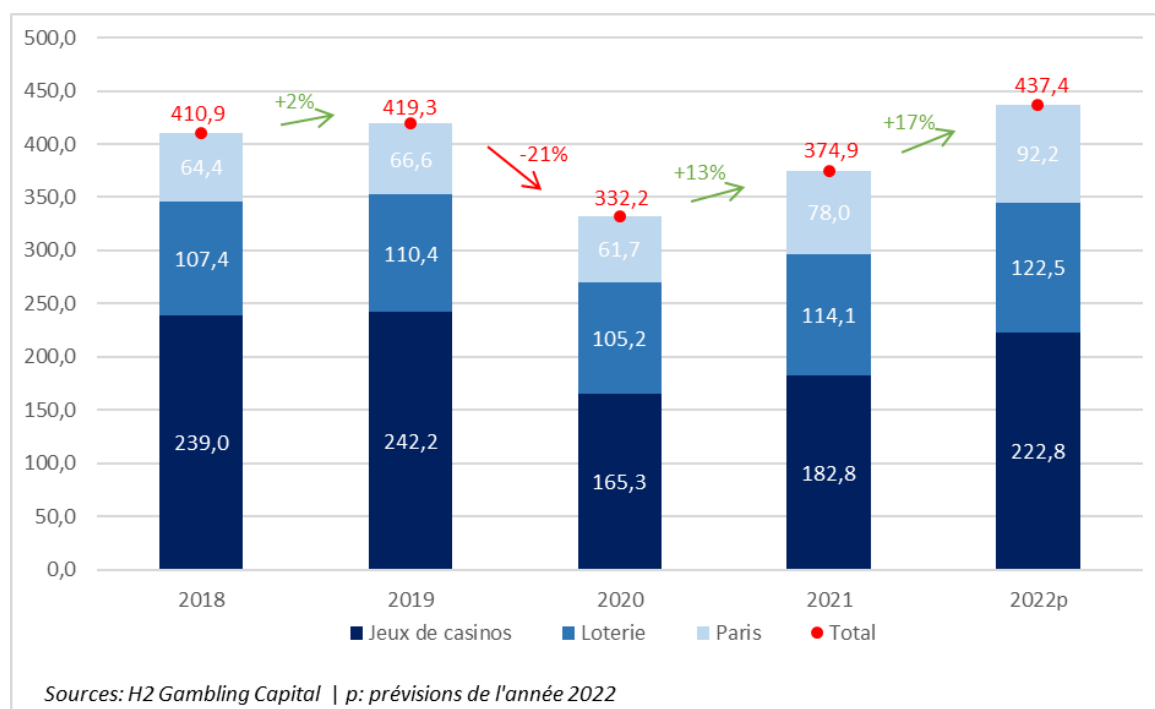
Source H2GC	2018	2019	2020	2021	2022p
PBJ généré par le canal numérique	12,7%	14,1%	22,1%	24,3%	23,4%
PBJ généré par le canal physique	87,3%	85,9%	77,9%	75,7%	76,6%

Source : H2 Gambling Capital | p : prévisions pour l'année 2022 sauf pour la France

Durant cette période, **l'ensemble des offres de jeux a subi une baisse d'activité**. Les **jeux de casinos** (jeux de tables, machines à sous et bingo) ont ainsi vu leur **PBJ baisser de 32% entre 2019 et 2020**, les jeux de loterie de 4,7% et les jeux de type paris de 7,4%.

On observe par ailleurs une **forte dynamique des jeux de paris au niveau mondial** depuis la crise sanitaire, avec une **croissance de son PBJ de 38% entre 2019 et 2022** (passant de **66,6Md€ en 2019 à 92,2Md€ en 2022**). Les jeux de loterie ont également vu leur PBJ croître de manière significative entre 2019 et 2022 (+11% passant de 110Md€ en 2019 à 123Md€ en 2022) contrairement aux jeux de casinos qui n'ont pas encore retrouvé leur niveau d'avant crise (-8% vs 2019).

Graphique n°24 : Evolution du PBJ mondial par types de jeux entre 2018 et 2022p (en Md€)



En 2022, **le marché mondial a renoué avec la croissance observée en 2018**. Le PBJ mondial total affiche ainsi des niveaux de croissance importants lors de la période post-covid : +13% entre 2020 et 2021 et +17% entre 2021 et 2022. On remarque que **la croissance de PBJ affichée par le marché français (+20% entre 2021 et 2022)** s'inscrit dans une dynamique mondiale haussière.

Au terme de l'année 2022, le secteur des jeux d'argent et de hasard mondial affiche un montant de PBJ de 4,3% supérieur à celui de 2019 avec une composition toutefois différente de celle pré-crise. Celui est ainsi **constitué à 23% de jeux en ligne (+9,3 pts vs 2019)** et à **77% de jeux en points de vente (-9,3 pts vs 2019)**, avec un montant de PBJ généré en points de vente toujours inférieur à celui de 2019 (335Md€ en 2022 vs 360Md€ en 2019). En dépit de la nette progression du PBJ généré par les paris sportifs et hippique, le marché demeure dominé par les jeux de casino (51% du PBJ total).

Tableau n°21 : Répartition du PBJ mondial par région entre 2018 et 2022p (en %)

Source H2GC	2018	2019	2020	2021	2022p
Asie et Moyen Orient	36,0%	34,2%	29,3%	28,5%	26,2%
Amérique du Nord	29,5%	30,3%	33,1%	34,2%	35,5%
Europe	26,5%	27,3%	28,3%	27,5%	28,7%
Océanie	4,7%	4,7%	5,9%	5,9%	5,2%
Amérique latine et Caraïbes	2,2%	2,4%	2,1%	2,5%	3,0%
Afrique	1,1%	1,2%	1,3%	1,3%	1,5%

Source : H2 Gambling Capital | p : prévisions pour l'année 2022 sauf pour la France

En 2022, l'Europe et l'Amérique du Nord concentrent 64,2% du PBJ du secteur mondial des JAH. Ces 2 régions ont affiché des niveaux de croissance soutenus depuis la crise sanitaire (respectivement +22% et +10% de PBJ sur la période 2019-2022) leur permettant de dépasser le niveau de PBJ de 2019. L'Europe est désormais la deuxième région en termes de PBJ généré. A l'inverse, la région Asie et Moyen Orient, leader en termes de parts de marché au niveau mondial avant la crise sanitaire, peine à retrouver son niveau d'activité (-20% de PBJ sur la période 2019-2022). L'Amérique latine, l'Océanie et l'Afrique concentrent à eux 3, 9,7% du PBJ du marché en 2022 soit un niveau légèrement supérieur à celui de 2019 (8,3% soit +1,4pt, +7,8Md€ vs 2019).

Tableau n°22 : Classement des 10 pays les plus générateurs de PBJ entre 2021 et 2022p (en Md€)

Pays	Rang 2021	Rang 2022	PBJ 2022p	% du PBJ total 2022p	Part cumulée du total (2022p)
Etats-Unis	1	1	141,9	32,4%	32,4%
Japon	2	2	37,1	8,5%	40,9%
Chine	3	3	27,6	6,3%	47,2%
Italie	5	4	21,8	5,0%	52,2%
Australie	4	5	20,9	4,8%	57,0%
Royaume-Uni	6	6	16,8	3,8%	60,9%
Allemagne	7	7	15,5	3,6%	64,4%
France	8	8	12,9	3,0%	67,4%
Canada	11	9	11,3	2,6%	69,9%
Espagne	10	10	10,6	2,4%	72,4%

Source : H2 Gambling Capital | p : prévisions pour l'année 2022 sauf pour la France

En 2022, les 10 pays affichant le niveau de PBJ le plus élevé génèrent 72,4% du PBJ mondial. Dans ce classement, la France se place en 8^e position (inchangé par rapport à 2021) malgré une offre moins riche que certains autres pays (notamment en raison de l'interdiction des casinos en ligne). Elle est également le 3^e pays européen générant le plus de PBJ derrière l'Italie et l'Allemagne (et le 4^e en incluant le Royaume Uni dans ce classement). Ainsi, le marché français apparaît comme un marché important sur le plan mondial, générant 3% du PBJ mondial du secteur.

L'évolution du marché français s'inscrit alors dans la tendance mondiale, tant au niveau de l'évolution du niveau d'activité qu'au niveau des pratiques des joueurs (bien que quelques spécificités existent). En effet, le PBJ global du marché des JAH français a affiché un niveau de croissance de +20% entre 2021 et 2022 soit un niveau semblable à celui observé dans le monde sur cette période (+17%). Les secteurs des casinos et de la loterie ont toutefois été plus performants en

France que dans le reste du monde avec des niveaux de croissance de PBJ de respectivement +130% et +10% entre 2021 et 2022 contre +22% et +7% dans le monde. La **pratique des joueurs français**, qui se **tournent davantage vers les offres numériques**, est également une tendance observée dans le monde comme en témoigne l'évolution de la part de PBJ générée par les offres digitales entre 2018 et 2022 sur le marché mondial.



CONTACT PRESSE

presse@anj.fr

RETROUVEZ-NOUS SUR
WWW.ANJ.FR

ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



@ANJ_FR



@ANJ.Regulateur



ANJ (Autorité Nationale des Jeux)