

**DÉCISION N° 2024-149 DU 19 SEPTEMBRE 2024**  
**RELATIVE À LA MODIFICATION DE LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE DE**  
**LA SOCIÉTÉ FP OPERATEUR POUR L'ANNÉE 2024**

Le collège de l’Autorité nationale des jeux ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l’Union européenne, notamment ses articles 49 et 56 ;

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment ses articles L. 320-3 et L. 320-4 ;

Vu la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 modifiée relative à l’ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d’argent et de hasard en ligne, notamment le IV de son article 34 ;

Vu l’ordonnance n° 2019-1015 du 2 octobre 2019 réformant la régulation des jeux d’argent et de hasard ;

Vu le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 relatif aux modalités de régulation de l’Autorité nationale des jeux, notamment ses articles 6 à 10 ;

Vu l’arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs ;

Vu la communication n° 2022-C-001 du 17 février 2022 de l’Autorité nationale des jeux portant adoption de lignes directrices relatives aux contenus des communications commerciales des opérateurs de jeux d’argent et de hasard ;

Vu la communication n° 2022-C-002 du 17 février 2022 portant adoption de recommandations relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux agréés ou titulaires de droits exclusifs ;

Vu la communication n° 2022-C-003 du 20 octobre 2022 portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d’argent et de hasard comportant une gratification financière ;

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

Vu la demande de la société FP OPERATEUR du 30 octobre 2023 tendant à l’approbation de sa stratégie promotionnelle pour l’année 2024, complétée le 9 novembre 2023 ;

Vu la décision n° 2023-224 du 21 décembre 2023 relative à la stratégie promotionnelle de la société FP OPERATEUR ;

Vu la décision n° 2024-035 du 7 mars 2024 portant ajout d’un nom de domaine pour l’accès à l’offre de jeu de la société FP OPERATEUR ;

Vu la demande de la société FP OPERATEUR du 10 août 2024 tendant à l'approbation de la modification de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024, complétée en dernier lieu le 22 août 2024 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 19 septembre 2024,

*Considérant ce qui suit :*

### Contexte et objet de la demande

1. Le 30 octobre 2023, la société FP OPERATEUR a saisi l'Autorité nationale des jeux (ANJ) en vue de l'approbation de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024 sur le fondement du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée. L'opérateur précisait que « *la société FP Opérateur est actuellement en négociation avancée pour être cédée à la société Olybet d'ici à fin 2023 - début 2024. Sur la stratégie promotionnelle 2024, nous avons prévenu et informé la société Olybet du plan stratégique à faire valider par l'Autorité Nationale des Jeux. Si elle est amenée à évoluer, nous vous soumettrons bien évidemment un nouveau plan sur la stratégie promotionnelle 2024* ».

2. Par sa décision susvisée du 21 décembre 2023, le collège a approuvé cette demande d'approbation sous réserve de conditions prescrites aux articles 2 à 3 de ladite décision, dont celle qui suit : « **Article 3** : *Dans le cas où la société FP OPERATEUR souhaiterait modifier ou compléter sa stratégie promotionnelle en cours d'année, elle en informera l'Autorité selon les mêmes modalités que celles prévues par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification ou ce complément. L'Autorité se prononcera sur la modification projetée ou le complément envisagé dans les deux mois suivant la réception de cette information* », cette prescription rappelant ainsi les dispositions de l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé.

3. Le 10 août 2024, l'opérateur a déposé une demande d'approbation portant sur la modification de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2024, demande s'inscrivant dans le contexte de la prise de contrôle de la société FP OPERATEUR par la société OB HOLDING 1 OÜ (filiale du groupe Olybet) en date du 22 décembre 2023.

### Cadre juridique

4. L'article L. 320-2 du code de la sécurité intérieure dispose : « *Les jeux d'argent et de hasard qui, à titre dérogatoire, sont autorisés en application de l'article L. 320-6 ne sont ni un commerce ordinaire, ni un service ordinaire* ». Ainsi, l'exploitation de ces jeux, qu'elle soit placée sous un régime de droits exclusifs ou d'agrément, fait l'objet d'un encadrement strict afin de prévenir les risques d'atteinte à l'ordre public et l'ordre social, particulièrement en matière de prévention contre l'assuétude au jeu et de protection des mineurs, contribuant ainsi à la préservation de l'objectif à valeur constitutionnelle du droit à la protection de la santé que garantit le onzième alinéa du Préambule de la Constitution de 1946. Ces éléments ont justifié la mise en place d'une régulation exigeante de la publicité relative aux jeux d'argent.

5. Plus spécifiquement, selon les dispositions du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 précitée, les opérateurs titulaires de droits exclusifs et les opérateurs de jeux ou de paris en

ligne soumettent, chaque année, à l'approbation de l'Autorité, dans des conditions fixées par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé, un document présentant leur stratégie promotionnelle sur tout support, notamment les éléments mentionnés au premier alinéa de l'article 7 dudit décret, parmi lesquels, notamment « *la description des différents médias et de tout autre vecteur utilisés pour la promotion de l'offre de jeu, une estimation des budgets alloués à chaque vecteur et leur évolution pendant l'année en cours, une description du type de clientèle visée, des différents jeux concernés et une évaluation de son impact au regard du premier objectif mentionné à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure. Dans le cas des offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs, l'opérateur décrit les mécanismes permettant aux joueurs de bénéficier de ces gratifications* ». Au terme de son examen, l'Autorité définit, le cas échéant, les conditions sous réserve desquelles la stratégie promotionnelle est approuvée et peut limiter les offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs. Le non-respect de ces préconisations peut conduire l'Autorité, le cas échéant, à saisir sa commission des sanctions sur le fondement de l'article 43 de la loi du 12 mai 2010 susvisée.

6. L'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé prévoit expressément que dans le cas où l'opérateur souhaite modifier sa stratégie promotionnelle en cours d'année, il en informe l'Autorité nationale des jeux selon les mêmes modalités que celles définies à l'article 7 de ce même décret, et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification, l'Autorité se prononçant sur la modification projetée dans les deux mois suivant la réception de cette information. L'arrêté du 9 avril 2021 définissant le cadre de référence pour la prévention du jeu excessif ou pathologique et la protection des mineurs susvisé précise que « *ces modifications s'entendent comme une évolution substantielle de la manière dont l'opérateur effectue la promotion de son offre, susceptible de créer ou de renforcer des risques nouveaux relatifs au jeu excessif ou au jeu des mineurs* ». Doivent notamment être regardées comme « *substantielle[s]* » au sens de ces dispositions des modifications affectant la stratégie promotionnelle d'un opérateur de jeux ayant pour objet d'augmenter de manière significative le budget qui lui est alloué ou bien de modifier de façon notable la composition des médias et vecteurs publicitaires utilisés pour assurer la promotion de son offre de jeux.

7. Il résulte de l'ensemble de ces dispositions que s'il est fondé à la saisir d'une demande tendant à l'approbation d'une stratégie promotionnelle substantiellement modifiée, afin notamment de l'adapter à l'état du marché ou une évolution de sa situation, un opérateur ne saurait mettre en œuvre cette nouvelle stratégie sans l'autorisation préalable de l'Autorité, le cas échéant assortie de prescriptions, sauf à s'exposer au risque qu'un manquement susceptible de conduire à l'ouverture d'une procédure de sanction lui soit imputé. Il incombe par ailleurs à l'Autorité, saisie d'une telle demande, d'apprécier si la stratégie promotionnelle modifiée que l'opérateur projette de déployer est conforme à l'obligation qui pèse sur lui en vertu des articles L. 320-3 et L. 320-4 combinés du code de la sécurité intérieure de concourir à la limitation de l'offre et de la consommation des jeux en vue de prévenir le jeu excessif ou pathologique ou le jeu des mineurs.

8. C'est à la lumière de l'ensemble de ces éléments qu'il incombe à l'Autorité d'examiner la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle pour 2024 de la société FP OPERATEUR.

Examen de la demande d'approbation de la modification de la stratégie promotionnelle pour 2024 de la société FP OPERATEUR

9. Dans sa demande de modification de sa stratégie promotionnelle pour 2024, FP OPERATEUR fait part de nouvelles « ambitions » du fait de son intention, à compter du mois de septembre 2024, d'exploiter son agrément sous la marque « Olybet » et de remplacer son nom de domaine « france-paris.fr » par « olybet.fr », l'ajout de ce nom de domaine ayant par ailleurs été autorisé par la décision susvisée du 7 mars 2024 du collège de l'Autorité.

10. Il ressort de la nouvelle stratégie promotionnelle pour 2024 de la société FP OPERATEUR que celle-ci souhaite désormais positionner son investissement global à hauteur de [...] euros, soit une augmentation de 10,7 % par rapport à ce que l'opérateur avait déclaré lors du dépôt de sa première stratégie promotionnelle le 30 octobre 2023. Cette enveloppe globale se décompose en un budget alloué aux gratifications financières de [...] euros, [...] et un budget marketing (médias publicitaires et *sponsoring*) de [...] euros [...].

11. L'Autorité constate que l'augmentation du budget telle qu'envisagée constitue une évolution substantielle de la stratégie promotionnelle de l'opérateur, qui doit être approuvée par l'Autorité conformément aux dispositions à l'article 10 du décret du 4 novembre 2020 susvisé.

12. A cet égard, il ressort de l'instruction que l'augmentation budgétaire projetée par la société FP OPERATEUR, bien que significative, n'apparaît pas, en l'état des informations communiquées, disproportionnée au regard de l'évolution globale du marché, ni incompatible avec l'objectif de prévention du jeu des mineurs et du jeu excessif ou pathologique. L'Autorité relève en outre que l'augmentation, certes conséquente, du budget marketing de l'opérateur sera principalement mobilisée autour d'un événement sportif particulier (dont le budget est évalué à hauteur de [...] €, ce qui représente 82 % du budget additionnel annoncé), à savoir [...]. Or, cet événement [...] bénéficie d'une couverture médiatique relativement limitée et apparaît peu suivi par les publics vulnérables, en particulier les moins de 25 ans.

13. S'agissant des leviers promotionnels actionnés, ils demeurent proches de ceux annoncés dans la première stratégie promotionnelle de la société FP OPERATEUR, cette dernière entendant surtout recourir au marketing numérique et au ciblage publicitaire, principalement *via* des procédés d'affiliation, ainsi qu'à la distribution de gratifications financières, dont le budget est néanmoins revu à la baisse (environ [...] euros contre [...] euros prévus initialement). Sur ce point, l'Autorité relève, comme elle l'a déjà fait dans sa décision du 21 décembre 2023 relative à la première stratégie promotionnelle de la société FP OPERATEUR, qu'une telle stratégie peut, dans une certaine mesure et nonobstant la taille réduite de l'opérateur, apparaître préoccupante en ce qu'elle tend à favoriser une intensification des pratiques de jeu et que, d'autre part, elle s'avère propice à fragiliser les personnes les plus vulnérables (notamment les 18-25 ans et les joueurs problématiques), en particulier lorsqu'elle est liée à une offre de jeu présentant un risque élevé de jeu excessif.

14. S'agissant des campagnes publicitaires annoncées, l'Autorité relève, parmi les projets de communications commerciales présentés par la société FP OPERATEUR dans sa nouvelle stratégie promotionnelle pour 2024, des visuels comportant la mention suivante : « Jusqu'à [...] € remboursés en freebet si ton 1<sup>er</sup> pari est perdant ». Or, ce terme de « freebet » qui traduit, signifie « *pari gratuit* », pourrait être regardé comme trompeur au sens des dispositions du 19° de l'article L. 121-4 du code de la consommation qui réputent trompeuses les pratiques commerciales ayant pour objet « *de décrire un produit ou un service comme étant " gratuit ", " à titre gracieux ", " sans frais " ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale*

*et au fait de prendre possession ou livraison de l'article* ». Il résulte de ces dernières dispositions, ainsi que l'a rappelé l'ANJ au point 14 de sa communication susvisée du 20 octobre 2022 portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière, que l'utilisation du terme « *gratuit* » doit être tenue pour interdite si la gratuité n'est pas parfaite. Or, en l'espèce, une dépense préalable serait requise pour bénéficier de l'offre qu'envisage de mettre en place la société FP OPERATEUR, le consommateur devant placer un premier pari afin d'obtenir, si celui-ci est perdant, un crédit de jeu d'un montant équivalent à la somme ainsi mise, dans la limite de [...] euros.

**15.** En conséquence, il y a lieu d'approuver la modification de la stratégie promotionnelle présentée par la société FP OPERATEUR pour l'exercice 2024, en réitérant les conditions prescrites par la décision n° 2023-24 du 21 décembre 2023 et en ajoutant la condition énoncée à l'article 2.

### **DÉCIDE :**

**Article 1<sup>er</sup> :** L'Autorité nationale des jeux approuve la modification de la stratégie promotionnelle de la société FP OPERATEUR pour l'année 2024, sous les conditions énoncées aux articles 2 à 3 de la décision n° 2023-224 du 21 décembre 2023 et à l'article 2 de la présente ;

**Article 2 :** Il revient à la société FP OPERATEUR de s'abstenir d'utiliser le terme « *freebet* » ou tout autre terme similaire dans ses communications commerciales pour désigner ses offres nécessitant une dépense préalable ;

**Article 3 :** Le directeur général de l'Autorité nationale des jeux est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée à la société FP OPERATEUR et publiée sur le site Internet de l'Autorité.

Fait à Issy-les-Moulineaux, le 19 septembre 2024.

**La Présidente de l'Autorité nationale des jeux**

**Isabelle FALQUE-PIERROTIN**

*Décision publiée sur le site de l'ANJ le 25 septembre 2024*