

DÉCISION N° 2024-172 DU 17 DÉCEMBRE 2024
RELATIVE À LA STRATÉGIE PROMOTIONNELLE DU GROUPEMENT
D'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE PARI MUTUEL URBAIN POUR SON ACTIVITÉ
SOUS DROITS EXCLUSIFS POUR L'ANNÉE 2025

Le collège de l'Autorité nationale des jeux ;

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

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment le Titre II de son Livre III ;

Vu le code de la consommation, notamment les articles L. 121-1 et suivants ;

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

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

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

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

Vu la décision n° 2024-102 du 9 avril 2024 relative au dispositif d'identification et d'accompagnement des joueurs excessifs ou pathologiques mis en place par le groupement d'intérêt économique PMU en réseau physique de distribution ;

Vu la décision n° 2024-140 du 25 juillet 2024 relative à un dispositif d'expérimentation en camping autour du compte PMU + ;

Vu la décision n° 2024-159 du 21 novembre 2024 portant approbation du plan d'actions en vue de prévenir le jeu excessif ou pathologique et le jeu des mineurs pour 2025 du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN ;

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

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

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

Vu la 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 du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN du 30 octobre 2024 tendant à l'approbation de la stratégie promotionnelle pour l'année 2025, demande complétée les 18 et 25 novembre puis le 5 décembre 2024 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après avoir entendu le commissaire du Gouvernement en ses observations, et en avoir délibéré le 17 décembre 2024,

Considérant ce qui suit :

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

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

activités illégales présentait une dimension considérable et si les mesures adoptées visaient à canaliser l'envie de jouer des consommateurs dans des circuits légaux.

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

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

5. C'est pourquoi, selon les dispositions du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée, les opérateurs titulaires de droits exclusifs et les opérateurs de jeux ou de paris en ligne soumettent, chaque année, à l'approbation de l'Autorité, dans des conditions fixées par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé, un document présentant leur stratégie promotionnelle sur tout support, lequel comprend les éléments mentionnés au premier alinéa de l'article 7 dudit décret, parmi lesquels, notamment, « *une évaluation de son impact au regard du premier objectif mentionné à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure* ». L'Autorité examine cette stratégie au regard des objectifs de la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent et de hasard mentionnés à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure. Au terme de son examen, l'Autorité définit, le cas échéant, les conditions sous réserve desquelles la stratégie promotionnelle est approuvée. Le non-respect de ces conditions peut conduire l'Autorité, le cas échéant, à saisir sa commission des sanctions sur le fondement de l'article 43 de la loi du 12 mai 2010 susvisée. La présente décision participe ainsi au contrôle étroit exercé par l'Etat mentionné au I de l'article 137 de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 susvisée, qui a justifié l'octroi de droits exclusifs à la société PARI MUTUEL URBAIN afin

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

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

7. A cet égard, la question de la prévention du jeu excessif ou pathologique se pose avec une acuité particulière pour le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN, dès lors que son activité génère un risque de jeu excessif important, avec un taux de prévalence du jeu problématique élevé. En effet, ce taux était d'environ 16 % en 2019 selon l'Observatoire des jeux, soit le taux le plus élevé du marché avec les paris sportifs. Par ailleurs, les résultats d'une étude d'envergure relative au risque de jeu excessif adossés à l'offre de jeu de l'opérateur [...], produite cette année par un organisme indépendant, révèle que l'offre de paris hippiques proposée en réseau physique de distribution présente un taux de prévalence du jeu problématique de [...] % et un taux de prévalence du jeu excessif de [...] %. Cette étude fait également apparaître une vulnérabilité particulière de la population des 18-34 ans pour laquelle le taux de prévalence du jeu problématique sur l'ensemble des réseaux de distribution (réseau physique, paris en ligne et hippodromes) atteint [...] %, dont [...] % de joueurs excessifs.

Sur l'ampleur et les vecteurs de la publicité du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN

8. Il ressort de l'instruction que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN entend mettre en œuvre en 2025 [...] une politique promotionnelle [...] en poursuivant les actions déjà lancées [...]. Pour ce faire, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN prévoit d'allouer à sa politique promotionnelle une enveloppe globale de [...] (en hausse de [...] % par rapport à 2024¹), comprenant un budget *marketing* (publicité et *sponsoring*) de [...] (en augmentation de [...] % par rapport à 2024) et un budget dédié à la distribution de gratifications financières de [...] (en hausse de [...] % par rapport à 2024).

9. Cette stratégie s'appuie notamment sur une politique dynamique d'animation commerciale des points de vente, qui se traduit notamment par l'organisation, afin de « *créer du trafic en point de vente* », d'opérations événementielles fréquentes, rythmées par des temps forts du calendrier hippique et mettant en avant certains produits [...]. L'opérateur annonce également l'organisation [...] d'une nouvelle animation [...] dans une sélection de points de vente [...].

10. Il ressort en outre de l'instruction que dans un objectif de « *mobiliser une cible plus large de joueurs de jeu d'argent* », le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN

¹ Les données afférentes à l'exercice 2024 se composent des trois premiers trimestres de dépenses réelles et d'un quatrième trimestre prévisionnel communiqué à l'Autorité par l'opérateur.

envisage, pour la première fois pour son activité sous droits exclusifs, de développer sa présence sur les réseaux sociaux [...]. Or, une telle présence sur ces réseaux sociaux, très prisés par les jeunes, suscite nécessairement des interrogations, dès lors qu'elle est de nature à atteindre une catégorie de la population qui présente un risque élevé de développer un jeu excessif ou pathologique. Cette focalisation s'avère d'autant plus préoccupante que les jeunes adultes partagent souvent les mêmes centres d'intérêts, références culturelles et espaces de communication que les adolescents, lesquels peuvent se voir ainsi directement touchés par la stratégie promotionnelle de l'opérateur et ce, alors que l'activité de ce dernier génère un risque de jeu excessif important, avec un taux de prévalence du jeu problématique élevé ainsi que cela a été relevé au point 7.

11. Cette incursion sur ces réseaux sociaux devra, par conséquent, être mise en place avec une grande vigilance par l'opérateur afin de limiter au maximum l'exposition des mineurs et des personnes les plus vulnérables (notamment les 18-25 ans et les joueurs problématiques). L'Autorité enjoint en conséquence le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN à veiller scrupuleusement à ce que ses communications diffusées sur ces réseaux sociaux soient conformes aux dispositions des articles D. 320-9 et D. 320-10 du code de la sécurité intérieure telles qu'interprétées par l'Autorité dans les lignes directrices susvisées du 17 février 2022. A ce sujet, l'Autorité prend acte des engagements renouvelés du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN de pleinement respecter les dispositions des articles susmentionnés et du maintien du dispositif d'évaluation *ex ante* de la conformité de ces communications avec ces dispositions, ainsi qu'une évaluation *ex post* intégrant une mesure de l'ICJE (Indice Canadien du Jeu Excessif). L'Autorité invite par ailleurs l'opérateur à se référer à ses recommandations susvisées du 17 février 2022 relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux agréés ou titulaires de droits exclusifs.

Sur la politique de distribution de gratifications financières et la stratégie de fidélisation de la clientèle

12. A titre liminaire, il importe de rappeler que, conformément à la jurisprudence de la CJUE rappelée au point 3, bien qu'il soit en principe permis à un opérateur en situation de monopole de « *fidéliser le marché existant* », les actions commerciales qu'il déploie à cette fin, *via* notamment la mise en place d'éventuels dispositifs de rétention de clientèle, ne sauraient avoir pour objet ni pour effet d'entretenir une participation active aux jeux d'argent et de hasard ni de stimuler celle-ci. De tels dispositifs peuvent en revanche être admis en ce qu'ils contribuent notamment à asseoir une meilleure protection du joueur; par exemple, s'ils se caractérisent par une distribution de gratifications financières modérée favorisant l'adhésion au dispositif d'identification du jeu excessif en points de vente.

13. En l'espèce, pour fidéliser sa clientèle et recruter de nouveaux joueurs, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN prévoit, ainsi qu'il a été dit au point 8, d'augmenter le budget dédié aux gratifications financières, lequel est essentiellement constitué par des offres de rétention (à hauteur de [...], soit [...] % du montant total des gratifications). L'Autorité prend note du fait que le renforcement de cette politique est principalement justifié par le déploiement du jeu sur compte « PMU+ », dans l'objectif d'assurer son attractivité et de « *convertir* » les joueurs anonymes en joueurs identifiés, ainsi que l'Autorité l'a demandé dans sa décision n° 2024-102 du 9 avril 2024 susvisée.

14. L'Autorité relève que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN souhaite apporter des évolutions aux mécaniques de gratifications pour les comptes « PMU+ » avec la mise en place [...]. Par ailleurs, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN indique qu'il souhaite renforcer son programme de fidélité [...] réservé aux clients sur compte les plus fidèles, en ajoutant [...]. L'ensemble de ces évolutions devra être mis en

œuvre avec une grande vigilance par l'opérateur afin de s'assurer qu'elles ne puissent conduire à une stimulation active des joueurs susceptibles de développer un jeu problématique. L'Autorité relève à cet égard que l'opérateur s'engage notamment à mettre en place une « *protection renforcée des joueurs à risque* » en lien avec les évolutions du dispositif d'identification et d'accompagnement « *Betsafe* » pour le jeu identifié en points de vente qui lui ont été prescrites dans la décision n° 2024-102 du 9 avril 2024 susvisée, qui se traduit en particulier par l'arrêt de la distribution des gratifications financières pour les joueurs relevant de la catégorie « *rouge* » et la diminution significative de celles-ci pour ceux relevant de la catégorie « *orange* ». En outre, l'Autorité note positivement l'intention de l'opérateur de réduire les budgets alloués aux gratifications financières destinées aux [...].

15. L'Autorité relève par ailleurs que le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN utilise à plusieurs reprises, dans sa stratégie promotionnelle pour 2025, le terme « *freebet* » (qui, traduit, signifie « *pari gratuit* ») dans des hypothèses où il pourrait être regardé, s'il était employé à l'adresse des consommateurs, 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* ». Ainsi que l'a rappelé l'Autorité au point 14 de sa communication susvisée du 20 octobre 2022 portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales comportant une gratification financière, il résulte de ces dernières dispositions que l'utilisation du terme « *gratuit* » doit être tenue pour interdite si la gratuité n'est pas parfaite. En conséquence, l'Autorité enjoint au groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN de cesser l'utilisation, à l'adresse des consommateurs, de ce terme « *freebet* » ou de tout autre terme similaire pour désigner ses offres nécessitant une dépense préalable.

Sur le projet de « *points de diffusion* »

16. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN envisage la mise en place, en 2025, d'un dispositif « *test and learn* » autour du compte « *PMU+* », dans un objectif de valoriser les courses hippiques [...]. Ce projet consisterait à ouvrir, au sein de divers lieux ou commerces, des espaces (dénommés « *points de diffusion* » par l'opérateur) dédiés à la promotion de l'application « *PMU+* » et dans lesquels seraient diffusées, sur un écran, des courses hippiques, avec ponctuellement l'organisation d'animations et la mise en place de « *PLV* » (publicité sur les lieux de vente). L'opérateur précise toutefois expressément qu'« *aucune communication commerciale sur l'offre de paris hippiques ne sera faite en dehors de l'application « *PMU+* », et que « dans le cadre de la formation des partenaires à *PMU+*, le volet *Jeu Responsable* sera bien présent* ». Ce projet aurait vocation à commencer [...], dans des lieux [...], à savoir des stations-services, des commerces de proximité du groupe [...], ainsi que des grandes et moyennes surfaces, puis [...] dans des hôtels indépendants et des boulangeries (avec espace de restauration), l'objectif étant d'atteindre [...] points de diffusion d'ici la fin de l'année 2025. S'agissant du mode de rémunération des exploitants des lieux dans lesquels seraient implantés ces « *points de diffusion* », le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN indique qu'il envisage selon le type d'enseignes [...] options non cumulables, à savoir [...].

17. Il résulte de ce qui a été dit aux points 2 à 4 et dans la décision n° 2024-140 du 25 juillet 2024 susvisée que la mise en œuvre de « *points de diffusion* » par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN doit d'une part, apporter de strictes garanties en matière de respect des objectifs de la politique de l'Etat (protection des mineurs, prévention du

jeu excessif ou pathologique, absence de banalisation du jeu d'argent) et, d'autre part, demeurer mesurée afin de ne pas excéder ce qui est nécessaire pour diriger le public vers les circuits autorisés par l'État.

18. Plus spécifiquement, ce dispositif de « *points de diffusion* » doit demeurer mesuré tant du point de vue de leur nombre que de leur périmètre et ne peut en aucun cas, du fait des emplacements choisis, être de nature à faire accroire que les jeux d'argent et de hasard constituent un service ordinaire faisant partie de la vie quotidienne des adultes et *a fortiori* des mineurs. A cet égard, il importe de rappeler qu'une étude nationale sur les jeux d'argent et de hasard des mineurs en 2021 (ENJEU-Mineurs) réalisée par la Société d'Entraide et d'Action Psychologique (SEDAP) et publiée en février 2022 a mis en évidence que plus d'un tiers des jeunes mineurs interrogés pratiquent les jeux d'argent et de hasard, notamment les paris hippiques (17 % des mineurs déclarent être joueurs), que leur initiation a souvent lieu avec leurs parents (autour de 13,3 ans en moyenne), avec lesquels ils jouent par la suite (70,9 % des jeunes déclarant pratiquer cette activité avec un de ses parents). En outre, l'expérimentation envisagée ne saurait avoir pour effet de stimuler la participation au jeu en créant des quasi-points de vente dont l'ouverture échapperait au respect de la procédure prévue à l'article R. 322-22-5 du code de la sécurité intérieure, l'utilisation de l'application « PMU + » pouvant être associée à une prise de pari par SMS. Une telle stimulation ne saurait par ailleurs être aggravée du fait du mode de rémunération des exploitants en fonction du nombre de comptes ouverts, ces exploitants ne devant pas être incités à persuader leurs clients d'ouvrir et d'alimenter un compte.

19. En l'espèce, si l'ouverture de [...] points de diffusion d'ici fin 2025 peut être considérée comme mesurée, certains des lieux proposés par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN doivent être exclus, telles les grandes et moyennes surfaces, ainsi que les boulangeries, ces deux catégories d'enseigne étant, par nature, des lieux de vente de biens de grande consommation fréquentés régulièrement voire quotidiennement, tant par les adultes que par les mineurs. La circonstance que des personnes privées aient été autorisées à exploiter des postes d'enregistrement de paris hippiques dans des lieux similaires après l'avis conforme du ministre de l'Intérieur est sans incidence sur la compétence que l'Autorité nationale des jeux tire des dispositions citées au point 5 de limiter la stratégie promotionnelle de l'opérateur dans de telles enceintes. S'agissant des autres lieux envisagés pour 2025, des « *points de diffusion* » ne pourront y être installés que dans un emplacement précisément circonscrit et seulement si cette installation est accompagnée de mesures prévenant le jeu des mineurs et la banalisation du jeu.

20. Il résulte de ce qui précède et eu égard notamment aux taux de prévalence préoccupants relevés au point 7 que l'ouverture de [...] « *points de diffusion* » est autorisée par l'Autorité à titre expérimental pour une période de 12 mois à compter du 1^{er} janvier 2025 et exclusivement dans les stations-services, commerces de proximité du groupe [...] et hôtels indépendants. Cette expérimentation sera assortie d'un bilan exhaustif de son déploiement, afin de pouvoir apprécier, au terme d'une évaluation précise et objective les garanties qu'elle présente en matière de respect des objectifs énoncés à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure.

21. Il suit de là qu'il y a lieu d'approuver la stratégie promotionnelle présentée par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN pour l'exercice 2025 sous réserve des conditions prescrites aux articles 2 à 5 de la présente décision.

DÉCIDE :

Article 1^{er} : L'Autorité nationale des jeux approuve la stratégie promotionnelle du groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN pour l'année 2025, sous les conditions énoncées aux articles 2 à 5.

Article 2 :

2.1. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN s'assure que le contenu de ses communications commerciales respecte les dispositions des articles D. 320-9 et D. 320-10 du code de la sécurité intérieure, telles qu'interprétées par l'Autorité dans les lignes directrices susvisées du 17 février 2022.

2.2. En s'appuyant sur les orientations proposées par le cadre de référence susvisé du 9 avril 2021, le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN évaluera avant la diffusion de toute campagne publicitaire d'envergure les risques qu'elle présente et prendra, le cas échéant, toutes les mesures permettant de neutraliser ou réduire les risques ainsi identifiés. Cette analyse devra être effectuée au regard de critères objectifs et pertinents et sera complétée par une évaluation postérieure à la diffusion de la communication aux fins de mesurer son influence effective sur le public et en particulier sur les mineurs. L'opérateur devra transmettre à l'Autorité cette analyse et cette évaluation au plus tard au moment du dépôt de sa stratégie promotionnelle pour 2026.

Article 3 :

3.1. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN doit s'abstenir d'adresser ses communications commerciales, notamment celles consistant en des offres commerciales comportant une gratification financière, aux personnes bénéficiant d'une mesure d'auto-exclusion, à celles faisant l'objet d'une mesure d'interdiction volontaire de jeu, ainsi qu'aux personnes qu'il identifie comme présentant un comportement de jeu excessif ou pathologique. Il doit faire également preuve d'une modération et vigilance particulières s'agissant des communications commerciales et offres ciblées adressées aux joueurs présentant un risque de développer un comportement de jeu excessif ou pathologique.

3.2. Il revient au groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN de veiller à ce que les offres commerciales comportant une gratification financière qu'il propose pour recruter ou fidéliser les joueurs demeurent transparentes et compréhensibles par le public. Il doit notamment 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 4 :

4.1. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN est autorisé à procéder, à titre expérimental et pour une durée de 12 mois à compter du 1^{er} janvier 2025, à l'ouverture de 100 « *points de diffusion* » sous réserve des conditions prescrites aux articles 4.2 et 4.3.

4.2. Les « *points de diffusion* » tels que décrits par le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN dans son dossier de demande d'approbation de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2025 ne pourront être implantés que dans des stations-services, commerces de proximité du groupe [...] et hôtels indépendants, à l'exclusion des grandes et moyennes surfaces et des boulangeries. Cette implantation ne peut en outre avoir lieu qu'à la condition que le « *point de diffusion* » soit situé dans un emplacement précisément circonscrit et que les mesures nécessaires soient prises afin de prévenir le jeu des mineurs et la banalisation du jeu.

4.3. Le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN fournit à l'Autorité, à l'occasion du dépôt de sa stratégie promotionnelle pour l'année 2026, un bilan d'exploitation permettant d'évaluer l'impact du dispositif sur l'ensemble des objectifs de la politique de l'Etat en matière de jeux d'argent, et plus particulièrement en termes de jeu excessif ou pathologique et de jeu des mineurs. Ce bilan devra notamment détailler la période d'activité de chaque « *point de diffusion* » par type d'environnement ainsi que les données suivantes : le nombre de comptes ouverts, le nombre de comptes ayant une gratification financière créditée, le nombre de compte actifs ayant reçu une action de jeu (mise et/ou dépôt) ainsi que le détail des joueurs par statut de « *cashback* » (programme relationnel « PMU+ ») et score « *Betsafe* » (bronze, argent, or, etc.) associé aux joueurs ayant ouverts un compte « PMU+ » dans un point de diffusion, les enjeux moyen des joueurs actifs par niveau de risque « *Betsafe* ». Ce bilan devra également préciser la liste exhaustive des « *points de diffusion* » déployés en 2025, leur schéma d'implantation, le mode de rémunération choisi et les commissions versées pour chacun de ces « *points de diffusion* ».

Article 5 : Dans le cas où le groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN souhaiterait modifier ou compléter sa stratégie promotionnelle en cours d'année, il en informera l'Autorité selon les mêmes modalités que celles prévues par le décret n° 2020-1349 du 4 novembre 2020 susvisé et au plus tard deux mois avant la mise en œuvre des actions ou mesures correspondant à cette modification ou ce complément. L'Autorité se prononcera sur la modification projetée ou le complément envisagé dans les deux mois suivant la réception de cette information.

Article 6 : Le directeur général de l'Autorité nationale des jeux est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée au groupement d'intérêt économique PARI MUTUEL URBAIN et publiée sur le site Internet de l'Autorité.

Fait à Issy-les-Moulineaux, le 17 décembre 2024.

La Présidente de l'Autorité nationale des jeux

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Décision publiée sur le site de l'ANJ le 20 décembre 2024