

GLOSSAIRE DE LA SUPERVISION

Corpus de définitions relatives à la supervision économique et financière à destination des opérateurs agréés et sous droits exclusifs

Un régulateur au service d'un jeu sûr, intègre et maîtrisé



Sommaire

I.	Respect de la gestion des dossiers avec une arborescence cohérente :	2
II.	Glossaire Supervision Comptes joueurs :	3
a)	Définition préalable :	3
b)	Données relatives aux comptes joueurs :	3
c)	Remarques préalables :	3
d)	Données relatives à la fréquentation du site :	4
e)	Répartition des joueurs par terminal de connexion :	4
f)	Répartition des mises engagées par terminal de connexion :	4
III.	Glossaire Supervision Paris sportifs :	5
a)	Définitions préalables :	5
b)	Définitions relatives aux indicateurs demandés en supervision :	5
IV.	Glossaire Supervision Paris hippiques :	8
a)	Définitions préalables :	8
b)	Définitions relatives aux indicateurs demandés en supervision :	8
V.	Glossaire Supervision Poker en ligne :	12
a)	Définitions préalables :	12
b)	Données communes aux variantes de poker :	12
c)	Données relatives au Cash-Game :	14
d)	Données relatives aux tournois multitables :	14
e)	Données relatives aux tournois Sit&Go :	15
VI.	Glossaire supervision Marketing :	16
a)	Médias traditionnels :	16
b)	Médias Numériques :	16
c)	Hors médias :	18
d)	Sponsoring :	19

Rappel :

- PERIODICITE
 - Supervision du marché en ligne sous concurrence :
Les données contenues dans les onglets « Comptes joueurs », « Paris sportifs », « Paris hippiques » et « Poker » devront nous être communiquées mensuellement, au plus tard 10 jours ouvrés suivant la fin du mois.
Les données contenues dans l'onglet « Marketing » devront nous être communiquées trimestriellement dans les tableaux envoyés mensuellement afin de ne pas multiplier les envois. L'onglet « Marketing » devra être rempli lors des mois suivants ceux clôturant chaque trimestre. Les dépenses marketing du T1 devront donc figurer dans le reporting mensuel du mois d'avril (rendu au plus tard 10 jours ouvrés après la clôture du mois d'avril), celui du T2 dans celui du mois de juillet (rendu au plus tard 10 jours ouvrés après la clôture du mois de juillet) et ainsi de suite.
 - Supervision du marché sous droits exclusifs
Les données contenues dans les fichiers de supervision du marché sous droits exclusifs devront nous être communiquées trimestriellement, au plus tard 1 mois et 15 jours non-ouvrés suivant la fin du trimestre. Ainsi, le fichier du troisième trimestre, portant sur les mois de juillet, août et septembre, devra nous parvenir, au plus tard, le 15^e jour non-ouvré du mois de novembre.
- FORMAT
Les données à renseigner sont en valeurs réelles. Afin d'éviter les erreurs de saisie il est demandé de ne pas modifier le format.

I. Format de nommage des fichiers

Format de nommage des fichiers à respecter :

- NOMOPERATEUR_INFOFICHIER_MM_YYYY
- PMU_SUPERVISION_01_2025 / WINAMAX_SUPERVISION_01_2025 (versions mensuelles janvier 2025)

Exemple pour les opérateurs sous droits exclusifs (DE) :

- NOMOPERATEUR_DE_INFOFICHIER_MM_YYYY
- PMU_DE_SUPERVISION_T1_2025 / FDJ_DE_SUPERVISION_T1_2025 (versions 1^{er} trimestre 2025)

II. Glossaire Supervision Comptes joueurs :

a) Définition préalable :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de comptes joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite en pari ou en ticket gratuit) toutes activités confondues sur la période considérée et en cumulé depuis le début de l'exercice.

b) Données relatives aux comptes joueurs :

Nombre total de comptes joueurs ouverts sur le site en ".fr" en fin de période : Nombre total de comptes enregistrés dans le frontal (ayant suivi le parcours compte joueur défini par le décret n°2010-518) actuellement ouverts sur le site « .fr ». Seuls les comptes clôturés sont à exclure de ce nombre.

Nombre de comptes joueurs mineurs repérés par l'opérateur sur les comptes joueurs provisoires : Nombre de comptes joueurs mineurs créés et toujours en statut provisoire, y compris les comptes désactivés non clôturés (joueurs n'ayant pas envoyé leurs pièces dans un délai d'un mois mais dont le compte peut encore être activé), à la date du dernier jour du mois considéré (« photo » à date).

Nombre de comptes joueurs mineurs repérés par l'opérateur sur les comptes joueurs validés : Nombre de comptes joueurs mineurs identifiés par l'opérateur en statut validé (après vérification des pièces justificatives).

Nombre de comptes joueurs excessifs et à risque modéré identifiés par l'opérateur : L'outil privilégié par le régulateur pour mesurer l'addiction aux JAH est l'Indice canadien du jeu excessif (ICJE). Il est validé par la recherche scientifique internationale, mobilisé pour les enquêtes de prévalence françaises et utilisé par une majorité de régulateurs européens. Focalisé sur les conséquences négatives associées à chaque niveau de pratique de jeu, il évalue le niveau de risque de la pratique des joueurs et catégorise ces derniers en 4 groupes : les joueurs sans risque, les joueurs à risque faible, les joueurs à risque modéré et les joueurs excessifs. Le nombre de joueurs excessifs (profil de joueurs ICJE 8+) peut correspondre au niveau de risque le plus élevé constitutif du dispositif d'identification déployé par les opérateurs. Le nombre de joueurs à risque modéré (profil de joueurs ICJE 3-7) peut correspondre au niveau de risque moyen constitutif du dispositif d'identification déployé par les opérateurs.

c) Remarques préalables :

En cas de changement d'âge du joueur au cours du mois, l'âge retenu est l'âge du joueur au dernier jour de la période.

[X à X] : Concerne les tranches d'âge de la supervision (18-24 ; 25-34 ; 35-44 ; 45-54 ; 55-64 ; 65 ans et +).

d) Données relatives à la fréquentation du site :

Répartition des joueurs par sexe et par âge (en nombre de joueurs) :

- **Multi-activités** : Nombre d'hommes/de femmes âgés de X à X ans ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en paris gratuits/en ticket gratuit) dans l'une des activités en ligne au cours du mois considéré.
- **Paris sportifs** : Nombre d'hommes/de femmes âgés de X à X ans ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en paris gratuits) en paris sportifs au cours du mois considéré.
- **Paris hippiques** : Nombre d'hommes/de femmes âgés de X à X ans ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en paris gratuits) en paris hippiques au cours du mois considéré.
- **Poker** : Nombre d'hommes/de femmes âgés de X à X ans ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en ticket gratuit) en poker au cours du mois considéré.

e) Répartition des joueurs par terminal de connexion :

Nombre de comptes joueurs actifs en fonction du type de terminal utilisé lors de la connexion au site internet.

f) Répartition des mises engagées par terminal de connexion :

Montant des mises engagées (en €) en fonction du type de terminal utilisé lors de la connexion au site internet : les mises engagées sur les paris débouclés.

III. Glossaire Supervision Paris sportifs :

a) Définitions préalables :

Pari débouclé : Un pari dont le résultat a été proclamé.

Pari combiné : Un pari combiné est composé de plusieurs pronostics. La règle de comptabilisation d'un pari combiné mixte pour les indicateurs demandés suivants : « mises engagées sur », « gains issus de », « nombre de paris dont » et le détail par sport est basée sur la répartition du nombre de jambes de celui-ci. A titre d'exemple le nombre de pari d'un pari combiné composé d'un pari en direct (tennis) et de 2 en pré-match (football) sera réparti de la manière suivante : 0,33 en nombre de pari en direct (et 0,33 pari en tennis) et 0,66 en nombre de pari pré-match (et 0,66 pari en football).

Pari en direct : Pari enregistré par un joueur après le début de l'évènement objet de la prise de pari.

Pari personnalisable : Pari enregistré par un joueur via un système lui permettant de choisir une combinaison d'évènements d'un même match afin de lui fournir une cote personnalisée.

Nombre de paris / Nombre de paris gagnants : Une action de jeu effectuée sur un pari (payante en argent réel ou gratuite/en pari gratuit)

Bonus d'acquisition : Bonus versés par l'opérateur dans le cadre d'une inscription (Bonus de bienvenue).

Bonus de rétention : Bonus versés par l'opérateur à des fins de fidélisation.

b) Définitions relatives aux indicateurs demandés en supervision :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de comptes joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) en paris sportifs sur la période considérée et depuis le début de l'exercice.

- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les paris en direct :** Nombre de comptes joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur des paris en direct.
- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les paris personnalisables :** Nombre de comptes joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur des paris personnalisables.

Nombre total de paris : Somme du nombre de paris enregistrés et débouclés sur les paris sportifs. A noter qu'une mise équivaut à un pari. Dans le cadre d'un pari combiné mixte, se référer à la définition préalable a) pour la comptabilisation.

- **Dont paris en direct :** Nombre total de paris placés sur des paris en direct.
- **Dont paris personnalisables :** Nombre de paris placés sur des paris personnalisables.

Nombre de paris gagnants : Somme du nombre de paris enregistrés et débouclés ayant débouché sur un gain en faveur des comptes joueurs concernés. Un pari dont le gain est inférieur à la mise est considéré comme gagnant. Dans le cadre d'un pari combiné mixte, se référer à la définition préalable a) pour la comptabilisation.

- **Dont paris gagnants en direct :** Nombre de paris en direct gagnants.
- **Dont paris gagnants personnalisables :** Nombre de paris personnalisables gagnants.

Montant total des mises participantes à des événements de la période (hors bonus non-retirables) : Les mises se définissent comme les sommes payées par les joueurs avec leurs fonds propres¹ (issues du compartiment solde des joueurs) pour participer aux paris proposés par l'opérateur. Il est ici essentiel de considérer uniquement les mises correspondant à des paris débouclés (c'est-à-dire dont le résultat a été proclamé) sur la période et non pas les paris enregistrés, afin de faire correspondre les mises et les gains. Dans le cadre d'un pari combiné mixte, se référer à la définition préalable a) pour la comptabilisation.

- **Dont mises engagées sur les paris en direct :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des paris en direct.
- **Dont mises engagées sur les paris personnalisables :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des paris personnalisables.

Montant total des gains (hors bonus non-retirables) des joueurs : Montant total des sommes reversées par l'opérateur sur les comptes joueurs directement liées au gain d'un ou plusieurs pari(s), issues des mises citées ci-dessus (engagées sur les fonds propres des joueurs, sans offre promotionnelle¹). Dans le cadre d'un pari combiné, se référer à la définition préalable a) pour la comptabilisation.

- **Dont gains issus de paris en direct :** Montant total des gains des joueurs provenant de paris en direct.
- **Dont gains issus de paris personnalisables :** Montant total des gains des joueurs provenant de paris personnalisables.

Montant total du Produit Brut des Jeux (hors bonus non-retirables) : Le Produit Brut des Jeux (PBJ) correspond à la différence entre le montant total des mises participantes à des événements sportifs (hors bonus non-retirables¹) et le montant total des gains correspondants (hors bonus non-retirables¹) des joueurs.

Bonus retirables versés par l'opérateur sur les comptes joueurs durant la période : Les bonus considérés ici correspondent à la définition énoncée dans le calcul du TRJ (délibération du 1^{er} avril 2021 :

https://ressources.anj.fr/regulation/trj/regle_determination_trj.pdf? =2021-001)

- **Abondements paris payants :** qui s'entendent des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, versées ou à reverser en supplément ou en complément d'opérations de jeux d'argent.

¹ A l'exception des mises-bonus, soient des bonus servant au joueur à miser qui assurent au joueur gagnant un gain incluant la mise de départ (par opposition, par exemple, au pari gratuit où la mise est retirée des gains).

- **Abondements paris gratuits** : qui s'entendent des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, issues de paris dont l'enregistrement n'a pas requis de sacrifice financier des joueurs.
- **Abondements hors paris** : qui comprennent l'intégralité des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, qui ne sont pas rattachées à une activité de jeux mais exclusivement réservées aux joueurs de l'activité qui fait l'objet du suivi du TRJ. Elles incluent également les abondements qui ne sont pas rattachés à une activité de jeux, et dont l'obtention n'est pas réservée aux joueurs d'une des activités en ligne. Elles doivent être évaluées au prorata du poids de l'activité qui est soumise au plafond du TRJ dans le PBJ total de l'opérateur, hors abondements.

Nombre de bonus retirables octroyés (volumétrie) : Nombre de bonus ou de gratification financière versé sur les comptes des joueurs. La règle de comptabilisation est la suivante pour une promotion avec 50€ de crédit de jeu, le nombre de bonus octroyé est de 1 (même si ce bonus est par la suite scindé en plusieurs fois comme par exemple en 5 fois 10€).

- **Dont bonus d'acquisition (nombre de bonus octroyés)** : Nombre de bonus ou de gratification financière d'acquisition versé sur les comptes des joueurs dans le cadre d'une inscription.
- **Dont bonus de rétention (nombre de bonus octroyés)** : Nombre de bonus ou de gratification financière versé sur les comptes des joueurs à des fins de fidélisation.

Bonus non-retirables versés par l'opérateur sur les comptes bonus des joueurs durant la période : Les bonus non retirables constituent des « offres promotionnelles », c'est-à-dire un mécanisme qui permet d'augmenter le gain du joueur (par rapport au gain réalisé lors de paris réguliers). Ces bonus non-retirables peuvent permettre au joueur gagnant *d'in fine* générer des gains, qui seront dès lors devenus des bonus retirables.

- **Dont bonus d'acquisition (montant de bonus non-retirables octroyés)** : Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs dans le cadre d'une inscription.
- **Dont bonus de rétention (montant de bonus non-retirables octroyés)** : Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs à des fins de fidélisation.

Prélèvements obligatoires (hors TVA) : Le montant des prélèvements obligatoires devra être calculé conformément aux dispositions des articles 47, 48 et 51 de la loi du 12 mai 2010.

TVA (si applicable) : La TVA doit être calculée conformément aux dispositions du Code Général des Impôts.

IV. Glossaire Supervision Paris hippiques :

a) Définitions préalables :

Courses hippiques : Courses de chevaux ou courses hippiques désignent l'ensemble des courses de galop (courses de plat et d'obstacles) et de trot.

Course en liste blanche : Course hippique support de pari ne figurant pas dans le calendrier général annuel des courses hippiques (dit annexe 1 de l'arrêté) transmis par le ministère de l'Agriculture.

Course sur internet (CSI) : Course hippique support de pari figurant dans le calendrier général annuel des courses et réunions de courses (annexe 1) mais n'étant pas ouverte aux paris en points de vente (offre non-premium).

Nombre d'évènements supports de paris hippiques / évènements : Désigne les courses hippiques ouvertes aux paris.

Pari débouclé : Un pari dont le résultat a été proclamé.

Nombre de paris / Nombre de paris gagnants : Une action de jeu effectuée sur un pari (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit)

Bonus d'acquisition : Bonus versés par l'opérateur dans le cadre d'une inscription (Bonus de bienvenue).

Bonus de rétention : Bonus versés par l'opérateur à des fins de fidélisation.

b) Définitions relatives aux indicateurs demandés en supervision :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de comptes joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) en paris hippiques sur la période considérée et depuis le début de l'exercice.

- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les courses de trot :** Nombre de joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur une course de trot.
- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les courses de galop :** Nombre de joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur une course de galop.
- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les courses en liste blanche :** Nombre de joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur une course en liste blanche.
- **Dont nombre de comptes joueurs actifs sur les courses sur internet (CSI) :** Nombre de joueurs ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en Pari gratuit) sur une course caractérisée CSI.

Nombre total de paris : Somme du nombre de paris enregistrés et débouclés sur les paris hippiques. A noter qu'une mise équivaut à un pari.

- **Dont nombre de paris sur les courses de trot :** Nombre total de paris placés sur les courses de trot.
- **Dont nombre de paris sur les courses de galop :** Nombre total de paris placés sur les courses de galop.
- **Dont nombre de paris sur les courses en liste blanche :** Nombre total de paris placés sur les courses en liste blanche.
- **Dont nombre de paris sur les courses sur internet (CSI) :** Nombre total de paris placés sur les courses sur internet (CSI).

Nombre total de courses ouvertes aux paris : Nombre d'évènements supports de paris hippiques.

- **Dont nombre de courses de trot ouvertes aux paris :** Nombre d'évènements supports de paris hippiques sur des courses de trot.
- **Dont nombre de courses de galop ouvertes aux paris :** Nombre d'évènements supports de paris hippiques sur des courses de galop.
- **Dont nombre de courses en liste blanche ouvertes aux paris :** Nombre d'évènements supports de paris hippiques sur des courses sur liste blanche.
- **Dont nombre de courses sur internet (CSI) ouvertes aux paris :** Nombre d'évènements supports de paris hippiques sur des courses sur internet (CSI).

Montant total des mises participantes à des évènements de la période (hors bonus non-retirables²) : Les mises se définissent comme les sommes payées par les joueurs avec leurs fonds propres (issues du compartiment solde des joueurs) pour participer aux paris proposés par l'opérateur. Il est ici essentiel de considérer uniquement les mises correspondant à des paris débouclés (c'est-à-dire dont le résultat a été proclamé) sur la période et non pas les paris enregistrés, afin de faire correspondre les mises et les gains.

- **Dont mises participantes à des évènements de trot :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des courses de trot.
- **Dont mises participantes à des évènements de galop :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des courses de galop.
- **Dont mises participantes à des évènements sur liste blanche :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des courses en liste blanche.
- **Dont mises participantes à des évènements sur des courses sur internet (CSI) :** Montant total des mises engagées par les joueurs sur des courses sur internet (CSI).

Montant total des gains (hors bonus non-retirables²) des joueurs : Montant total des sommes reversées par l'opérateur sur les comptes joueurs directement liées au gain d'un ou plusieurs pari(s).

- **Dont gains issus des courses de trot :** Montant total des gains des joueurs provenant de paris sur des courses de trot.

² A l'exception des mises-bonus, soient des bonus servant au joueur à miser qui assurent au joueur gagnant un gain incluant la mise de départ (par opposition, par exemple, au pari gratuit où la mise est retirée des gains).

- **Dont gains issus des courses de galop** : Montant total des gains des joueurs provenant de paris sur des courses de galop.
- **Dont gains issus des courses en liste blanche** : Montant total des gains des joueurs provenant de paris sur des courses en liste blanche.
- **Dont gains issus des courses sur internet** : Montant total des gains des joueurs provenant de paris sur des courses sur internet (CSI).

Montant total du Produit Brut des Jeux (hors bonus non-retirables³) : Le Produit Brut des Jeux (PBJ) correspond à la différence entre le montant total des mises participantes à des événements hippiques (hors bonus non-retirables³) et le montant total des gains correspondants (hors bonus non-retirables³) des joueurs.

Bonus retirables versés par l'opérateur sur les comptes joueurs durant la période : Les bonus considérés ici correspondent à la définition énoncée dans le calcul TRJ (délibération du 1er avril 2021 :

[https://ressources.anj.fr/regulation/trj/regle_determination_trj.pdf?_ =2021-001](https://ressources.anj.fr/regulation/trj/regle_determination_trj.pdf?_=2021-001)).

- **Abondements paris payants** : qui s'entendent des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, versées ou à reverser en supplément ou en complément d'opérations de jeux d'argent.
- **Abondements paris gratuits** : qui s'entendent des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, issues de paris dont l'enregistrement n'a pas requis de sacrifice financier des joueurs.
- **Abondements hors paris** : qui comprennent l'intégralité des sommes en numéraire, et contre-valeurs monétaires des abondements en nature, qui ne sont pas rattachées à une activité de jeux mais exclusivement réservées aux joueurs de l'activité qui fait l'objet du suivi du TRJ. Elles incluent également les abondements qui ne sont pas rattachés à une activité de jeux, et dont l'obtention n'est pas réservée aux joueurs d'une des activités en ligne. Elles doivent être évaluées au prorata du poids de l'activité qui est soumise au plafond du TRJ dans le PBJ total de l'opérateur, hors abondements.

Nombre de bonus retirables octroyés (volumétrie) : Nombre de bonus ou de gratification financière versé sur les comptes des joueurs.

- **Dont bonus d'acquisition (nombre de bonus octroyés)** : Nombre de bonus ou de gratification financière d'acquisition versé sur les comptes des joueurs dans le cadre d'une inscription.
- **Dont bonus de rétention (nombre de bonus octroyés)** : Nombre de bonus ou de gratification financière de rétention versé sur les comptes des joueurs à des fins de fidélisation.

Bonus non-retirables versés par l'opérateur sur les comptes bonus des joueurs durant la période : Les bonus non-retirables constituent des « offres promotionnelles », c'est-à-dire un mécanisme qui permet d'augmenter le gain du joueur (par rapport au gain réalisé lors

³ A l'exception des mises-bonus, soient des bonus servant au joueur à miser qui assurent au joueur gagnant un gain incluant la mise de départ (par opposition, par exemple, au pari gratuit où la mise est retirée des gains).

de paris réguliers). Ces bonus non-retirables peuvent permettre au joueur gagnant *d'in fine* générer des gains, qui seront dès lors devenus des bonus retirables.

- **Dont bonus d'acquisition (montant de bonus non-retirables octroyés)** : Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs dans le cadre d'une inscription.
- **Dont bonus de rétention (montant de bonus non-retirables octroyés)** : Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs à des fins de fidélisation.

Montant total des prélèvements obligatoires sur la période (HORS TVA) : Le montant des prélèvements obligatoires devra être calculé conformément aux dispositions des articles 47, 48 et 52 de la loi du 12 mai 2010.

TVA (si applicable) : La TVA doit être calculée conformément aux dispositions du Code Général des Impôts.

V. Glossaire Supervision Poker en ligne :

a) Définitions préalables :

Cash Game : Les joueurs peuvent, à volonté, entrer et sortir de la partie tout en conservant leurs gains éventuels (définition fixée par le décret n° 2016-1326 du 6 octobre 2016).

Tournoi : 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).

Tournoi Multitables : Tournoi de poker débutant à des heures/jours précis bien définis.

Tournoi Sit&Go : Tournoi de poker débutant lorsque le nombre de joueurs requis pour début la partie est atteint.

Variante Omaha : Type de « Poker » dans lequel les joueurs disposent librement de cartes privatives fermées et de cinq cartes communes ouvertes. Ils forment leur main avec deux cartes privatives et trois cartes communes exactement (définition fixée par le décret n° 2016-1326 du 6 octobre 2016).

Format Fast/Zoom ou équivalent : Il s'agit d'un format de *cash game* et de tournoi « ultra-rapide » ; transportant les joueurs à une nouvelle table dès qu'ils passent leur main.

Format turbo : Dans un tournoi turbo, la durée de chaque niveau (avant l'augmentation des *blinds/antes*) est généralement de 5 minutes contre 10 / 15 min en tournoi standard.

Format knock-out : Tournoi au cours duquel le joueur touche une prime lorsqu'il élimine un autre joueur. Les tournois Knockout sont des tournois MTT et *Sit&Go* dont le *prize pool* est divisé. Une part est ainsi assignée au *prize pool* global et l'autre part est répartie entre les joueurs pour chaque adversaire qu'ils éliminent.

Format à dotation variable : Lors d'un tournoi de poker, la dotation désigne la somme d'argent qui sera partagée entre les gagnants des places payées (*prizepool*). La dotation d'un tournoi de poker est le plus souvent constituée d'un montant fixe ou garanti auquel viennent s'ajouter les participations des joueurs qui payent un droit d'entrée pour s'inscrire. La dotation variable désigne les gains potentiels d'un joueur qui ne sont pas uniquement liés à son classement notamment dans le cas d'un tirage aléatoire déterminant le montant de cette dotation.

b) Données communes aux variantes de poker :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de joueurs uniques ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en ticket gratuit) en *cash game* et/ou en tournois sur la période considérée et depuis le début de l'exercice.

Nombre de comptes joueurs français actifs sur les tables internationales : Nombre de joueurs uniques ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en ticket gratuit) en *cash game* et/ou en tournois sur des tables internationales.

Montant total du Produit Brut des Jeux (Hors Bonus) : Le PBJ global correspond à la somme du PBJ de *cash game* et du PBJ de tournois générés sur les tables de poker (nationales et internationales).

Montant total des prélèvements obligatoires sur la période, Hors TVA : Le montant des prélèvements obligatoires global doit être égal à la somme des prélèvements obligatoires du *cash game* et des tournois versés.

Bonus versés par l'opérateur sur les comptes joueurs durant la période : Les bonus considérés ici correspondent :

- **En tickets gratuits :** Montant des bonus distribués par l'opérateur aux clients dans le cadre d'une inscription ou à des fins de fidélisation sous la forme de tickets gratuits. Les montants alloués à cet effet ne peuvent servir qu'à participer à des Cash Games ou des Tournois, et ne peuvent donc faire l'objet d'aucun retrait.
- **En cash :** Montant des bonus distribués par l'opérateur en cash aux clients dans le cadre d'une inscription ou à des fins de fidélisation.
- **Dont overlay :** Sommes complémentaires apportées par l'opérateur afin d'atteindre le *prize pool* minimal dans le cadre de tournois à *prize pool* garantis. Les bonus overlays doivent être inclus dans le total bonus consolidé (dénommés ci-dessus « **Bonus versés par l'opérateur sur les comptes joueurs durant la période** »), au même titre que les tickets gratuits et les bonus en cash.

Bonus octroyés par l'opérateur sur les comptes bonus des joueurs durant la période et non-misés par les joueurs : Bonus non-retirables versés par les opérateurs mais qui n'ont pas été misés par les joueurs et restant dans leur comptes bonus.

- **Dont bonus d'acquisition (montant de bonus non-retirables octroyés non-misés) :** Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs dans le cadre d'une inscription et non-misés par les joueurs.
- **Dont bonus de rétention (montant de bonus non-retirables octroyés non-misés) :** Montant des bonus non-retirables versés sur les comptes bonus des joueurs à des fins de fidélisation et non-misés par les joueurs.

Nombre de bonus octroyés (volumétrie) : Nombre de bonus ou de gratification financière versé sur les comptes des joueurs.

- **Dont bonus d'acquisition (nombre de bonus octroyés) :** Nombre de bonus, de tickets gratuits ou de gratification financière d'acquisition versé sur les comptes des joueurs dans le cadre d'une inscription.
- **Dont bonus de rétention (nombre de bonus octroyés) :** Nombre de bonus, de tickets gratuits ou de gratification financière de rétention versé sur les comptes des joueurs à des fins de fidélisation.

TVA (si applicable) : La TVA doit être calculée conformément aux dispositions du Code Général des Impôts.

c) Données relatives au Cash-Game :

Montant total des mises jouées à chaque donne aux tables de cash game : Montant total des sommes jouées par l'ensemble des joueurs à chaque donne aux tables de *cash game* incluant les bonus misés. Ne doivent être incluses que les mises suivies. Les mises non suivies du dernier joueur, placées au-delà du montant de la dernière enchère, ne constituent pas une somme engagée par le joueur au sens des articles 47 et 48 de la loi du 12 mai 2010.

- **Dont mises jouées par les joueurs français sur les tables internationales :** Montant total des sommes jouées par les joueurs français sur les tables internationales.

Montant des mises remportées par les joueurs aux tables de cash game (une fois le rake prélevé) : Montant total des sommes gagnées par le joueur, le *rake* prélevé correspondant aux prélèvements effectués par l'opérateur sur le montant total des mises jouées à chaque donne).

Montant total du Produit Brut des Jeux TTC (Hors bonus) : Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le Produit Brut des Jeux (PBJ) correspond à la différence entre le montant total des mises et le montant total des gains (hors bonus) des joueurs.

- **Dont PBJ généré sur les tables internationales :** Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le Produit Brut des Jeux (PBJ) généré sur les tables internationales correspond à la différence entre le montant total des mises et le montant total des gains (hors bonus) des joueurs sur les tables internationales.

d) Données relatives aux tournois multitable :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de joueurs uniques ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel, gratuite ou en ticket gratuit) en tournoi sur la période considérée et depuis le début de l'exercice, incluant les joueurs de *freerolls*.

Total des droits d'entrée (total des sommes versées par les joueurs pour pouvoir participer aux tournois) : Montant total versé par les joueurs pour participer aux différents tournois de poker de type multitable organisés par l'opérateur sur la période (correspondant donc à la somme « *Buy-in + Entry Fee* »).

Total des droits d'entrée versés par les joueurs français pour accéder aux tables internationales : Montant total versé par les joueurs pour participer aux différents tournois de poker de type multitable organisés par l'opérateur sur la période (correspondant donc à la somme « *Buy-in + Entry Fee* ») sur des tables internationales.

Total des gains joueurs (hors shortfalls) : Montant total des sommes gagnées par les joueurs au cours des tournois multitable. « Hors *shortfalls* » : Ce point indique que les abondements de l'opérateur garantissant le « *prize pool* » du tournoi ne sont pas à inclure dans les gains. Ces abondements sont à inclure dans les bonus.

Montant total du Produit Brut des Jeux (Hors bonus) : Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le PBJ doit être égal à la différence entre le total des droits

d'entrée et le total des gains joueurs. Dans le cas des réseaux, cette formule est valable globalement, tous opérateurs confondus.

- **Dont PBJ généré sur les tables internationales** : Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le PBJ généré sur les tables internationales doit être égal à la différence entre le total des droits d'entrée et le total des gains joueurs sur les tables internationales. Dans le cas des réseaux, cette formule est valable globalement, tous opérateurs confondus.

e) Données relatives aux tournois Sit&Go :

Nombre de comptes joueurs actifs : Nombre de joueurs uniques ayant réalisé au moins une action de jeu (payante en argent réel ou gratuite/en ticket gratuit) sur les tournois *Sit&Go* sur la période considérée et depuis le début de l'exercice.

Total des droits d'entrée (total des sommes versées par les joueurs pour pouvoir participer aux tables de Sit&Go) : Montant total versé par les joueurs pour participer aux différents tournois de poker de type *Sit&Go* organisés par l'opérateur sur la période (correspondant donc à la somme « *Buy-in + Entry Fee* »).

Total des droits d'entrée versés par les joueurs français pour accéder aux tables internationales de Sit&Go : Montant total versé par les joueurs pour participer aux différents tournois de poker de type *Sit&Go* organisés par l'opérateur sur la période (correspondant donc à la somme « *Buy-in + Entry Fee* ») sur des tables internationales.

Total des gains joueurs (hors shortfalls) : Montant total des sommes gagnées par les joueurs au cours des tournois de type *Sit&Go*. « Hors *shortfalls* » : ce point indique que les abondements de l'opérateur garantissant le « *prize pool* » du tournoi ne sont pas à inclure dans les gains. Ces abondements sont à inclure dans les bonus.

Montant total du Produit Brut des Jeux (Hors bonus) : Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le PBJ doit être égal à la différence entre le total des droits d'entrée et le total des gains joueurs. Dans le cas des réseaux, cette formule est valable globalement, tous opérateurs confondus.

- **Dont PBJ généré sur les tables internationales** : Hors cas particulier des opérateurs appartenant à un réseau, le PBJ généré sur les tables internationales doit être égal à la différence entre le total des droits d'entrée et le total des gains joueurs sur les tables internationales. Dans le cas des réseaux, cette formule est valable globalement, tous opérateurs confondus.

VI. Glossaire supervision Marketing :

a) Médias traditionnels :

Télévision - Cinéma : Diffusion de communications commerciales au format vidéo via les régies médias de chaînes de télévision diffusées par voie numérique ou hertzien ou dans les salles de cinéma ou dans les complexes cinématographiques.

Radio : Diffusion de communications commerciales au format audio ou spots publicitaires audios via la diffusion radiophoniques ou numériques d'une station de radio. La durée d'un spot radio va généralement de 20 à 40 secondes, mais il existe également des messages de rappel de moins de 10 secondes. Ce canal englobe les stations radios numériques.

Presse : Diffusion de communications commerciales via la presse écrite imprimée ou numérisée. La publicité en presse écrite peut prendre plusieurs formes : rédactionnelle, visuelle, publiportage et encart publicitaire.

- **Exemple :** Encart publicitaire dans sur la première de couverture d'un journal sportif quotidien.

Affichage / Publicité extérieure : Communications commerciales affichées dans un espace public extérieur ou en intérieur (par exemple le métropolitain parisien) hors du domicile du consommateur. Ces communications commerciales peuvent être imprimées ou numérisées. Les communications commerciales imprimées sont communément appelées « *out of home / OOH* ». Les communications commerciales numériques sont communément appelées « *digital out of home / DOOH* ».

- **Exemple :** publicité sur panneau 4:3, sur panneau d'abribus, publicité dans le métropolitain, affiches sur voitures ou bus, écran led, écran led métropolitain, écran lcd ou led...

b) Médias Numériques :

Réseau *display* : Communications commerciales diffusées sur des canaux numériques via le réseau *display* des régies numériques. Ce réseau *display* est composé de millions de sites web, d'applications, de vidéos et d'emplacements en ligne sur lesquels les communications commerciales sont diffusées. Les régies avec un réseau *display* proposent la configuration des audiences au travers d'une multitudes de critères. Une fois la campagne publicitaire configurée, les communications commerciales sont diffusées sur l'ensemble des sites internet, d'applications et des vidéos partenaires du réseau *display* de la régie. Les régies avec un réseau *display* les plus populaires sont : Google Ads, Meta Audience Network Ads, Taboola, Critéo, Tradedoubler, Pubdirecte, Adobe DSP, Amazon Ads, Adsterra, Leadbolt, Epom, Airnowmedia...

Social Media Ads – Publicité Réseaux Sociaux : Communications commerciales diffusées sur les réseaux sociaux via leurs plateformes de régies publicitaires (par exemple : Facebook ad manager). Les régies publicitaires des plateformes des réseaux sociaux permettent aux annonceurs de diffuser leurs communications commerciales sur les fils

d'actualités des internautes connectés à ces mêmes réseaux sociaux. L'annonceur peut configurer son audience au sein de la plateforme de la régie publicitaire. Les régies publicitaires les plus populaires sont : Facebook Ads (Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp's), Twitter Ads, LinkedIn Ads, Twitch Ads, Tiktok Ads, Google Ads (YouTube), Reddit Ads et Snapchat Ads.

Search - Search Engine Advertising SEA : Communications commerciales payantes diffusées sur les moteurs de recherches de sites web ou d'applications. Ces communications commerciales s'affichent lorsqu'un internaute effectue une recherche dans un moteur de recherche dédié. La communication commerciale s'affiche en 1^{ère} position face aux résultats non payant dit organiques.

- **Exemple :** Annonce dans Google, annonce dans l'App Store d'Apple, annonce dans le Play Store de Google pour Android ou annonce dans Bing.

Affiliation : Communications commerciales qui permettent de rémunérer l'affilié et l'affilieur. L'affiliation crée une relation commerciale entre l'affilié et l'affilieur. L'affilié est le site, le créateur de contenus, l'influenceur ou l'ambassadeur qui partage un code de promotion ou un lien URL de redirection pisté (*tracké*) d'un opérateur. L'affilieur est l'annonceur, autrement dit l'affilieur, est l'opérateur qui souhaite convertir un internaute en client. L'affilieur rétribue ensuite ses affiliés en fonction des ventes ou objectifs réalisés grâce à ses outils spécifiques, qui permettent de facilement identifier les affiliés. Les plateformes d'affiliations les plus populaires sont : Awin, Clickbank, ShareASale, Amazon, Rakuten, Effiliation, Affilae, DaisyCon, Tradedoubler...

AVOD / VOD / SVOD (Video On Demand) / Audio digital : Communications commerciales diffusées sur les plateformes de vidéo à la demande. Les communications commerciales sont au format vidéo, elles s'affichent au début ou pendant la lecture d'un contenu vidéo sélectionné par l'internaute, ces communications commerciales sont, pour la plupart, non sautables. Communication commerciales audios diffusées via les plateformes de diffusion musicale (*streaming musical*) comme Spotify, Soundcloud ou Deezer. Ces communications commerciales sont diffusées entre 2 morceaux de musiques ou au lancement d'un *podcast*.

- **Exemple :** Diffusion de communications commerciales sur M6 Replay, Netflix, Disney+, Molotov TV, France TV, TF1 Replay, Deezer, Spotify...

Marketing d'influence : Montant total des dépenses allouées aux activités de promotion d'une personne physique ou morale mobilisant sa notoriété auprès de son audience pour communiquer au public, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque.

- **Exemple :** L'opérateur a signé avec 3 créateurs de contenus (X, Y et Z) avec une valeur unitaire de 20 000 € par contrat. Le montant du poste de dépense Marketing d'influence est égal à 60 000 €.

Autres (SEO, presse numérique, publipédactionnel) : Dépenses liées à l'amélioration du référencement de la plateforme de l'opérateur (site web et application). La réalisation du SEO (*Search Engine Optimizer*) peut s'effectuer au travers d'une agence spécialisée, d'un autoentrepreneur (*free-lance*) ou en interne. L'amélioration du référencement d'un site web s'effectue par la rédaction de plusieurs articles et l'ajout de certains mots clefs ainsi que des redirections via des sites entrants ou sortants. Communications commerciales diffusées par le site web où elles sont visibles. La diffusion des communications commerciales s'effectue via la régie du site web où la communication commerciale sera diffusée. Ce format publicitaire est souvent diffusé sur des sites de presse numérique. Ce format de publicité se fond parfaitement au sein du contenu du site web où il est diffusé. Une mention explicite comme « Sponsorisé par... » permet à l'internaute de distinguer la communication commerciale du contenu. Les articles publipédactionnels ou *Native Ads* peuvent être sous les formats suivants : contenu éditorial, contenu publipédactionnel, article de presse payant, communication commerciale dissimulée dans contenu du site web ou communication commerciale en fond (background) du site web.

- **Exemple :** Article rédigé sur le site Pokermaster.fr mettant en avant l'offre de jeu de poker d'un opérateur B.
- *Insérer toutes les dépenses liées aux médias qui ne peuvent pas être allouées aux postes de dépenses ci-dessus.*

c) Hors médias :

Opérations hors ligne (offline) PLV – Publicité sur Lieux de Vente / Placement de produit / Placement de marque / Jeu concours / Goodies / Cadeaux / Événementiels : Communications commerciales diffusées sur les lieux de vente ou de consommation des services ou produits des opérateurs agréés par l'ANJ. Ce poste de dépense concerne les opérateurs en droits exclusifs ainsi que ceux en concurrence. Ces communications commerciales peuvent être diffusées dans le lieu de vente ou d'événement sous le format de kakemono, d'affiche, de prospectus, de tract (*flyer*), de présentoir, de totem, de stop trottoir, de drapeau, bornes interactives... Communications commerciales par la distribution de cadeaux gratuits sur les différentes plateformes des réseaux sociaux ou sur le lieu d'un événement. Animations commerciales via des tirages au sort gratuits pour remporter un gain numéraire ou un cadeau. Communications commerciales via des produits dérivés. Communication commerciales diffusées par l'organisation d'événements tel que des tournois de poker, des tournois eSports, des courses de voitures... Communications commerciales au sein d'une œuvre artistique tel qu'un film, une série, un clip, une sculpture, un événement ou une photo.

- **Exemple :** Distribution de prospectus autour et dans l'enceinte d'un stade où une rencontre sportive a lieu. Borne interactive pour enregistrer des paris hippiques au sein d'un détaillant de tabac. Jeu concours organisé par un opérateur pour remporter un maillot de football. Vêtement ou accessoire avec le slogan ou le logo d'un opérateur floqué dessus. Dans une série, un acteur joue sur une application d'un opérateur A sur son téléphone, le nom et le logo de l'opérateur sont largement visibles par le spectateur. Dans un film, un acteur énonce le nom d'un opérateur dans un dialogue. Ces placements de marque ou de produit sont rémunérés par l'opérateur.

Marketing direct : Diffusion de communications commerciales via les canaux détenus par l'opérateur, notamment via les informations de la base de données clients (CRM).

- **Exemple** : envoi de campagne *d'emailing*, campagne SMS, notification PUSH, publipostage.

d) Sponsoring :

Sponsoring non sportif : Toutes les dépenses liées au sponsoring non sportif, aucune retombée économique pour le secteur sportif.

- **Dont sponsoring TV (billboard)** : *sponsoring* d'émission au format *billboard*, publicité qui est diffusée après la fin du tunnel publicitaire. Le format du *sponsoring* tv ou *billboard* TV présente l'émission qui va suivre, il ne peut pas être promotionnel et ne doit pas inciter directement à l'achat du produit ou service. Ce format dure entre 6 et 12 secondes. Dans le domaine du parrainage ou *sponsoring* TV, un *billboard* est un spot court ou une animation graphique présentant le parrain ou sponsor d'une émission TV sponsorisée (jeux, émission, événement sportif, météo, ...). Selon les dispositions légales, l'animation ou *billboard* est d'une durée maximale de 8 secondes en télévision. Il existe dans la pratique deux formes de *billboards* TV :
 - Le 1er prend la forme du logo ou du nom du sponsor et apparaît quelques secondes en surimpression pendant la diffusion du programme parrainé.
 - Le 2ème prend la forme d'un petit spot qui est diffusé hors écran de publicité juste avant et après la diffusion du programme.
 - **Exemple** : Fin du tunnel publicitaire → Cette émission vous est présentée par « Société Monsieur Dupont ».
- **Dont sponsoring Radio (billboard)** : Sponsoring d'émission au format *billboard*, publicité qui est diffusée après la fin du tunnel publicitaire. Le format du *sponsoring* radio ou *billboard* radio présente l'émission qui va suivre, il ne peut pas être promotionnel et ne doit pas inciter directement à l'achat du produit ou service. Ce format dure entre 6 et 12 secondes. Dans le domaine du parrainage ou *sponsoring* radio, un *billboard* est un spot court ou une animation graphique présentant le parrain ou sponsor d'une émission radio sponsorisée (jeux, émission, événement sportif, météo, ...).
 - **Exemple** : Fin du tunnel publicitaire → Le bulletin météo Radio Paris vous est présenté par « Les charcutiers de Paris ».

Sponsoring sportif : Partenariats, parrainages - Retombée économique directe pour la filière sportive (Partenariat avec club de football ou autres clubs sportifs, partenariat lié au sport).