



Pour une régulation efficace des jeux d'argent

Note de positionnement de la Fédération Addiction

Consultation publique «Publicité et jeux d'argent» de l'Autorité
nationale des jeux · octobre 2021





Pour une régulation efficace des jeux d'argent

Note de positionnement

Le pouvoir attractif des jeux d'argent et de hasard (JAH) n'est en rien nouveau et les pratiques de jeux qui mêlent hasard et argent nous proviennent d'une histoire ancestrale. Pour autant, l'industrialisation du secteur des JAH a pris un nouvel essor depuis une dizaine d'années avec une augmentation très marquée de l'offre des JAH et de leur accessibilité. De nouveaux opérateurs de jeux développent une activité à fort potentiel économique dans un environnement hautement concurrentiel et en constante mutation, illustrée entre autres par l'essor des nouvelles technologies et du jeu en ligne, dont le potentiel addictif est encore plus rapide et puissant.

En effet, la progression des jeux d'argent en ligne a été spectaculaire et tout particulièrement celle des paris sportifs depuis la coupe du monde de football 2018. Selon le rapport d'activité de l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL)¹, les Français ont misé 5,1 milliards d'euros en paris sportifs en 2019: un chiffre en

hausse de 30 % par rapport à 2018...qui avait pourtant déjà connu un pic d'inscription lors de la coupe du monde de football avec une augmentation de 56 % des mises et de 61 % des joueurs par rapport à 2017. Depuis, cette tendance s'est confirmée, portée notamment par la dernière édition de l'Euro de football durant l'été 2021. De même, le poker en ligne a explosé pendant le confinement: l'accessibilité continue des écrans et des smartphones et l'afflux des notifications sont autant d'éléments qui contribuent activement à cette augmentation massive.

En termes de santé publique et de prévention, cette rapide évolution des pratiques et des usages a de quoi questionner. Certes, le risque d'accrochage des JAH demeure relativement faible par rapport à celui occasionné par les produits psychoactifs et la grande majorité des joueurs n'ont pas d'usage problématique. Mais les données de prévalence sont néanmoins alarmantes et certains constats épidémiologiques appellent à réagir.

Les paris sportifs ont bondi de 56 % en 2018 et de 30% en 2019.

¹ ARJEL, *Rapport d'activité 2018-2019*



Quelques chiffres

Lors de l'ouverture à la concurrence des jeux en ligne en 2010, une étude de basage avait été réalisée par l'Observatoire français des drogues et toxicomanies (OFDT) auprès de 25034 joueurs pour fournir des données initiales et suivre leur évolution éventuelle à la suite de cette ouverture. Cette étude évaluait à 4,7 % la part des joueurs dépensiers (≥ 500 € par an) et 1,3 % celle des joueurs problématiques (dont 0,9 % de joueurs à risque modéré et 0,4 % de joueurs excessifs). Dès cette époque, il est apparu que les jeux d'argent en ligne avaient un potentiel addictif supérieur avec une forte surreprésentation des usages problématiques (22,7 %) dont 8,3 % d'usage excessif.

Une seconde enquête menée en 2017 par l'Observatoire des jeux a confirmé ce risque accru. Les joueurs en ligne ont tendance

à plus dépenser que les joueurs traditionnels et les dépenses sur Internet représentaient 10 % de l'ensemble des dépenses de jeux d'argent des Français, avec une tendance continue à la hausse observée ces dernières années. Il en ressort que les pratiques sur Internet sont globalement «plus intensives» et «plus problématiques» que celles sur les supports traditionnels, les joueurs en ligne pratiquant plus souvent et avec des niveaux de dépenses plus importants que les autres joueurs. Cette enquête a mis en évidence que 20 % des joueurs en ligne sont engagés dans des pratiques leur causant des problèmes plus ou moins graves. Parmi eux, l'Observatoire des jeux estime que 9,4 % sont des joueurs à risque modéré (soit 10 fois plus que les joueurs traditionnels) et 13 % sont à un stade de jeu excessif (soit 30 fois plus que les joueurs traditionnels).

Jeux d'argent et de hasard et addictions

L'addiction aux JAH est désormais reconnue comme addiction comportementale. Le cinquième *Manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux, et des troubles psychiatriques* (DSM-5) reconnaît le trouble addictif lié aux jeux d'argent et de hasard (*gambling disorder*) comme une addiction sans substance, tandis que dans sa dernière classification internationale (CIM-11), l'Organisation mondiale de la santé définit ce comportement addictif autour de trois grandes dimensions: la perte de contrôle de la pratique du jeu, la priorité donnée au jeu sur les autres

aspects de la vie et la poursuite du comportement de jeu malgré des conséquences négatives pour l'individu.

Répondant en ce sens aux mêmes caractéristiques que d'autres addictions, les joueurs pathologiques représentent un réel enjeu de santé publique, leur trouble addictif ayant des conséquences délétères aussi bien pour la santé mentale des individus que sur leurs environnements sociaux et familiaux, d'autant plus sévères qu'ils peuvent être associés à d'autres addictions.

Tous égaux face aux risques?

En 2019, dans son étude *Les Français et les jeux d'argent et de hasard*², l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT) dresse le constat que «*les pratiques (de jeu) à risques modérés ou excessifs se rencontrent chez des hommes plus jeunes, issus de milieux sociaux modestes, ayant un niveau d'éducation et des revenus inférieurs à ceux des autres joueurs*». Et les chiffres en attestent. D'après le baromètre 2019 de Santé publique France, 40 % des revenus des opérateurs de jeux d'argent proviendraient de personnes souffrant d'addictions 75 % des parieurs sportifs auraient moins de 34 ans³.

Les jeunes sont un public particulièrement vulnérable au risque de perte de contrôle et de transition vers l'usage excessif ou le jeu pathologique. Plus un jeune découvre tôt un produit ou un comportement addictif, plus il est à risque d'en devenir dépendant (mais aussi d'être une source importante et durable de revenus pour les opérateurs). Le sport

est une thématique jeune avec la recherche d'affiliation à un groupe (équipe, quartier, communauté...) mais le support numérique lui-même avec les réseaux sociaux est particulièrement adapté à cette population adepte de smartphones. Les réseaux sociaux et les compagnies de jeux vidéo en ligne ont d'ailleurs contribué à développer les outils propices au JAH en ligne (écrans tactiles, colorimétrie, sons...) et ont commencé à s'intéresser aux JAH. La convergence numérique entre *gaming* et *gambling* est bien identifiée. Au-delà des paris sportifs, la question des casinos en ligne et du poker en ligne est d'ailleurs une source de préoccupation croissante chez les jeunes. De même, les communautés et les réseaux de pairs joueurs en ligne sont particulièrement périlleux pour des jeunes quand la pression de groupe est essentielle. Enfin, les personnes en situation de précarité sont également vulnérables: rêves de reconnaissance, d'argent, de revanche, d'altruisme...

² OFDT, «*Les Français et les jeux d'argent et de hasard. Résultats du Baromètre de Santé publique France 2019*», *Tendances* n°138, juin 2020.

³ Santé publique France, *Jeux d'argent et de hasard dans le baromètre de Santé publique France 2019: description des joueurs, des pratiques et des problèmes en population adulte*, juin 2020.



Jeux d'argent et de hasard et addictions: quels facteurs de risque?

Lors de l'ouverture du secteur en 2010, l'ARJEL (aujourd'hui Autorité nationale des jeux - ANJ), s'est vue confier la mission de «*protéger les populations vulnérables, lutter contre l'addiction et en s'assurant de la sécurité et de la sincérité des opérations de jeux*». Alors que le secteur ne cesse de croître à une vitesse impressionnante et que la prévalence des joueurs pathologiques augmente, particulièrement au sein des populations vulnérables, la libéralisation des JAH en ligne pose donc un problème croissant de santé publique et cette aggravation de la situation semble liée à trois facteurs principaux.

Une accessibilité illimitée

Premièrement, **l'accessibilité aux JAH est aujourd'hui permanente et instantanée** grâce aux écrans: facilité d'accès (domicile, bureau, smartphones), permanence de

l'offre (24/7), discrétion, diversité de l'offre (poker, paris sportifs, paris hippiques, jeux de hasard), rapidité, notifications, etc.

Des pratiques à risque banalisées

Les opérateurs fournissent des efforts afin de **normaliser et banaliser les JAH** via le sport, ce qui qui constitue une bonne porte d'entrée pour les jeunes. On assiste en effet à la multiplication des liens d'identification entre le joueur-parieur et le supporter, entre l'industriel du JAH et le club de foot, entre le jeu-pari et le jeu sportif. Tout ceci vise à promouvoir une assimilation entre fidélité du supporter à son club et fidélité du parieur à l'opérateur. Le but est d'attribuer aux JAH une image positive, excitante et amusante en l'associant à celle du sport.

Il y a par ailleurs une mise en avant des possibilités de gains rapides et conséquents sans

communiquer sur les effets potentiellement négatifs des paris sportifs.

En observant cette tendance croissante à systématiquement associer sport et JAH, certains auteurs ont pu parler de «*sportification of gambling and gamblification of sport*», une dynamique encore amplifiée par le e-sport.

Basées sur la fidélité du fan et sur l'émotion et l'excitation du sport (et du jeu/pari), ces stratégies ont ainsi contribué à créer une «*relation symbiotique*» entre sport et JAH illustrée par exemple par le slogan «*No bet, no game*» de Betclik.

Des stratégies de marketing agressives

Troisième facteur, on observe en parallèle de l'accessibilité grandissante et de la normalisation des JAH **un renforcement de la demande du fait des actions de marketing et de publicité des opérateurs eux-mêmes, dans un contexte de dérégulation**. Cela s'illustre par des pratiques de marketing intensives, voire invasives, avec des contenus

modernes et attrayants relayés via différents supports publicitaires: affichage urbain, télévision, mais également via les réseaux sociaux. Betclik s'est ainsi offert les services de célèbres rappeurs pour promouvoir sa plateforme, tandis que Winamax évoque dans ses visuels un imaginaire urbain et des codes culturels ciblant principalement les jeunes

de banlieue. Cette tendance récente au développement de stratégies de marketing social n'est pas sans conséquence sur le risque d'addiction.

En 2014, le travail de revue de Binde⁴ concluait à un réel impact de la publicité sur les comportements de jeu de même que cela avait pu être établi auparavant à propos des usages de tabac et d'alcool. Beaucoup d'études soulignent que **les joueurs problématiques rapportent une plus grande exposition aux publicités pour le jeu et constituent une cible spécifique pour l'industrie du jeu**. Un peu comme avec l'alcool, les joueurs problématiques représentent en effet une part importante des mises. Un travail canadien⁵ a ainsi montré que si 17 % environ des joueurs en ligne seraient problématiques, ils dépenseraient à eux-seuls 41 % des sommes jouées en ligne et qu'ils constitueraient donc une cible de choix.

Non seulement les publicités incitent aux comportements à risque et augmente le risque d'addiction, mais leur contenu ciblé et les promesses d'enrichissement qu'elles véhiculent sont également largement discutables sur le plan éthique. Ces messages publicitaires — dont la meilleure illustration est sans doute le «*Tout pour la daronne*» de Winamax — valorisent le jeu en sous-entendant qu'il contribue à la réussite sociale. Les opérateurs affichent des jeunes urbains

qui sortiraient de situations de difficultés personnelles, sociales, familiales et financières grâce au jeu, ce qui est pourtant interdit par la loi qui encadre les jeux d'argent.

Par ailleurs, le pari sportif diffère des autres jeux de hasard comme le loto, car le joueur use de ses connaissances, en football notamment, pour miser. **Comme pour les paris hippiques ou le poker, il existe en ce sens une illusion de compétence qui complexifie l'acceptation et la prise de conscience, chez une personne en situation de jeu excessif ou pathologique, de la perte de contrôle de son comportement.**

Avec des publicités qui prônent la réussite sociale et l'enrichissement, les opérateurs misent (eux aussi) sur les distorsions cognitives inhérentes aux JAH. L'objectif est de faire croire aux joueurs qu'ils peuvent contrôler et maîtriser le hasard et ainsi promouvoir, via les paris sportifs, une échappatoire à la précarité, le message derrière ces publicités étant en substance «*si tu fais le bon pari, tu gagneras l'argent que tu mérites*». Faire miroiter de l'argent facile aux jeunes des quartiers populaires dans le plus grand mépris des enjeux de santé publique est au mieux inacceptable, au pire irresponsable. Rappelons que le jeu d'argent est l'une des addictions les plus suicidogènes : le nombre de tentatives de suicide est 15 fois supérieur à celui de la population générale.

⁴ Binde, «*Gambling Advertising: A Critical Research review*», *Responsible gambling Trust*, 2014.

⁵ Papineau, Leblond, «*Les enjeux de l'étatisation du jeu en ligne au Canada: une analyse de santé publique*», *Canadian Journal of Public Health*, 2011.

«Action-réaction»: la nécessaire régulation d'une industrie hors de contrôle

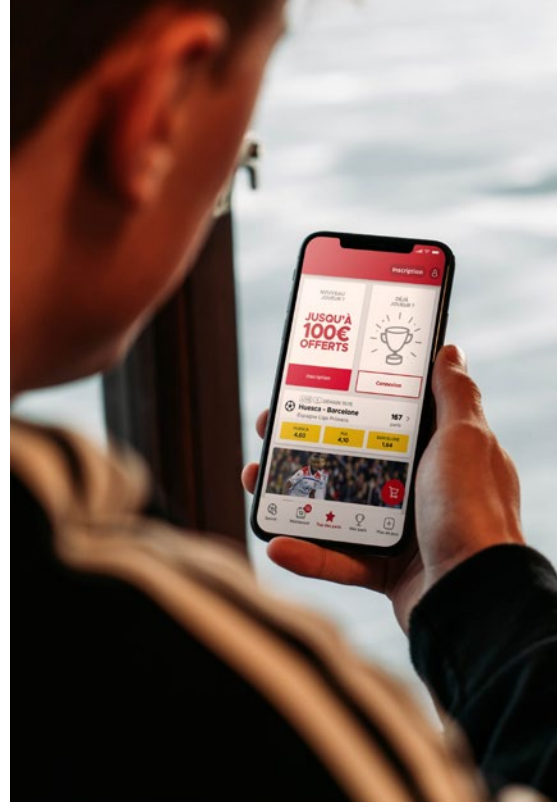
Une prévalence qui augmente, une réglementation insuffisamment respectée, des publicités omniprésentes portées par des stratégies de marketing social agressives, visant des cibles vulnérables tels que les jeunes de milieux urbains socialement défavorisés: on comprend aisément en quoi ce cocktail est explosif.

Face à cette situation, il de notre devoir à tous, autorité de régulation, pouvoirs publics, acteurs associatifs, et opérateurs, de trouver ensemble les solutions à mettre en œuvre pour garantir des conditions de jeu propices au jeu responsable et à la protection de la santé publique.

La Fédération Addiction, en représentation du secteur de l'addictologie, appelle donc à un renforcement de la réglementation pour réguler les pratiques des opérateurs de manière plus contraignante et restrictive afin de protéger l'intérêt général et la santé publique de la population générale. À cet égard, les règles d'encadrement actuelle de paris sportifs, à l'image des slogans minimalistes de prévention obligatoires, sont indéniablement insuffisantes.

En effet, les mesures de prévention actuelles, telles qu'établies depuis la loi de 2010, se limitent à l'utilisation de modérateurs (limites de mises, de dépôts et de temps) et à la possibilité de s'auto-exclure ou de se faire volontairement interdire de jeu⁶. La limite de cette approche réside dans le fait que le joueur est seul responsable de sa pratique, avec l'opposition implicite qu'un joueur excessif est coupable de son «irresponsabilité» de jeu car n'ayant pas pris les précautions nécessaires pour se protéger de cette dérive. Cette approche est inadaptée et contribue à stigmatiser et culpabiliser le joueur excessif tandis que les opérateurs de jeux sont dédouanés de toute responsabilité.

Des pays comme l'Espagne, la Belgique et l'Italie appliquent déjà des mesures dont le caractère protecteur notamment pour les populations les plus vulnérables semble indispensable.



⁶ Loi n°2020-476 du 12 mai 2020 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne - Article 26, 26. Sect. Chapitre VII: La lutte contre le jeu excessif ou pathologique.

Nos recommandations pour offrir aux joueurs un environnement propice au jeu responsable

Les mesures de régulation doivent être renforcées et les débordements sanctionnés, tout particulièrement en ce qui concerne le contrôle du marketing et de la publicité.

1. Propositions générales⁷

- 1A** Vérifier auprès de l'ARPP (ex-BVP, organisme de régulation visant à promouvoir une publicité saine, véridique et loyale ainsi qu'une communication responsable) si, de leur point de vue, des publicités vendant réussite financière rapide sans travail, renommée et bonheur de la famille en jouant aux JAH est une communication responsable, véridique et loyale.
- 1B** Augmenter la visibilité et la part obligatoire de la communication numérique sur l'interdiction aux mineurs et sur les risques d'addiction.
- 1C** Pour les joueurs multi-comptes, et conformément à nos échanges précédents avec l'ANJ, rendre les démarches d'auto-exclusion auprès d'un opérateur généralisables automatiquement à l'ensemble des opérateurs.
- 1D** Promouvoir l'utilisation des logiciels de repérage des pratiques à risques et des modérateurs de jeu et de perte.

2. Réglementer la publicité pour les paris sportifs

- 2A** Interdire aux sportifs d'utiliser leur image dans des supports publicitaires pour les paris sportifs.
- 2B** Idem pour les commentateurs sportifs (image et pubs cachées dans leurs commentaires : côtes par exemple. Un célèbre commentateur vient ainsi de déclarer qu'il gagnait plus en image pour un industriel JAH qu'avec son travail à la télévision).
- 2C** Interdire la publicité pour les JAH pendant les mi-temps dans les stades.
- 2D** Redéfinir les règles de sponsoring (revenir sur

⁷ Fédération Addiction, *Addictions sans substance, guide Repère(s)*, 2013.

l'autorisation de faire apparaître les côtes du match d'un opérateur sponsor sur les écrans d'affichage des stades, avant et à la mi-temps, discuter la question du sponsoring stade/maillot...).

3. Réglementer la publicité pour le poker et les casinos en ligne

- 3A** Contrôler les publicités cachées dans des contenus destinés aux jeunes (ex: TeufeurS sur Twitch, «*le streamer millionnaire*») qui annoncent des fortunes possibles et des revenus réguliers grâce aux casinos en ligne ou au poker.
- 3B** Mieux contrôler le «placement de produits» chez des influenceurs (MYM Me.You.More: «jusqu'à 150 000 €/mois», Snap, émissions TV...).

4. Protéger les jeunes

- 4A** «*Whistle to whistle ban*»: cette mesure d'interdiction des publicités pour les paris sportifs 5 minutes avant le match et jusqu'à 5 minutes après le coup de sifflet final a permis de réduire de 97 % le nombre de pubs TV vues par des mineurs de moins de 17 ans au Royaume-Uni.
- 4B** Interdire d'employer des acteurs de moins de 25 ans pour les supports visuels.
- 4C** Développer la diversité (ne pas limiter aux publics «urbain»: banlieue, minorités, rap, rue, graph, etc.)
- 4D** Contrôler effectivement l'interdiction d'accès des mineurs aux JAH y compris en ligne.
- 4E** Poursuivre et encourager le développement de programmes de prévention des addictions avec notamment une sensibilisation aux écrans et au JAH.

5. Soutenir les joueurs excessifs/ problématiques

- 5A** Généraliser l'auto-exclusion.
- 5B** Mettre en place des modérateurs de jeu.
- 5C** Interdire les bonus, les mises offertes, etc. lors des relances.

Conclusion

Bien que les récentes polémiques lors de l'Euro 2020 aient contribué à mettre en avant les dérives des opérateurs de paris sportifs en matière de publicité, les addictions aux jeux d'argent et de hasard reste un enjeu de santé publique minoré et insuffisamment porté par les pouvoirs publics. Malgré leur reconnaissance clinique incontestable, les addictions sans substance peinent à être considérées avec la même légitimité que les addictions à l'alcool, au tabac et aux substances illicites.

Ce manque de moyens et de prise en considération contraste avec un secteur qui rayonne depuis plusieurs années par son développement économique et sa croissance fulgurante. À cela s'ajoute une accessibilité grandissante et illimitée des pratiques de jeux d'argent et de hasard pour tous les publics via le développement des nouvelles technologies, ainsi que la banalisation des paris sportifs et l'augmentation de leur acceptabilité sociale.

Fidèle à sa conception générale de contrôle des addictions, la Fédération Addiction ne s'inscrit pas dans une perspective naïvement prohibitionniste mais bien dans des objectifs pragmatiques de réduction des risques et des dommages liés aux pratiques addictives et notamment aux jeux d'argent et de hasard. Il s'agit donc de construire avec toutes les parties prenantes **une régulation robuste permettant aux joueurs de continuer à se distraire tout en réduisant les risques de bascule vers la perte de contrôle** avec tous les dommages individuels, familiaux et sociaux qui l'accompagnent.

La réponse doit être multidimensionnelle et permettre un encadrement renforcé des publicités des jeux d'argent et de hasard, mais également le développement d'une approche complémentaire de prévention, de réduction des risques et d'accompagnement à destination des joueurs à risques ou en situation d'addiction dont le trouble doit être mieux reconnu et prise en charge.

À propos de la Fédération Addiction

La Fédération Addiction est le premier réseau d'addictologie de France. Elle regroupe 190 associations, 850 établissements et services de santé, de prévention, de soins et de réduction des risques et plus de 500 médecins et pharmaciens.