

L'ANJ prône une économie ludique punitive

« Isabelle FALQUE PIERROTIN - la Présidente de l'Autorité Nationale des jeux (ANJ) - prône une économie ludique punitive, restrictive, sanitaire & liberticide, sur les ondes de Radio France* :

la patronne de l'Autorité Nationale des jeux (ANJ) a expliqué de manière un peu ubuesque sur France Inter : aux opérateurs comment ils doivent métamorphoser leur modèle économique : « *plus de joueurs qui jouent moins* » ! ; aux joueurs pourquoi ils doivent jouer : uniquement « *pour le plaisir* » mais surtout pas pour gagner de l'argent, améliorer l'ordinaire, décrocher le gros lot, changer de vie !! Elle veut par ailleurs interdire, limiter, bannir, la publicité pour les jeux. Pour la responsable de l'ANJ, la Française des jeux est « un mastodonte ». Elle veut dégraisser le mammoth, pour pas que les autres opérateurs « *surstimulent le joueur* » Retour critique sur cette interview, inquiétante pour l'avenir de l'industrie des jeux en France (juillet 2024, 11 pages, 10 notes, 1 annexe) Face au sombre dessein du régulateur et de la doxa du jeu pathologie maladie, il est plus que jamais nécessaire que les opérateurs fassent entendre leur voix (*le syndicat Casinos de France vient de nommer un nouveau Président Grégory RABUEL (voir annexe 2)*), que les joueurs, unique financeurs de cette économie, participent enfin à la politique des jeux nationale, pour que celle-ci ne se fasse pas dans leur dos et sur leur dos.

*France inter 30 avril 2024, le journal 13/14)

**Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, Sociologue.
Centre Max Weber, ISH Lyon**

à paraître :

1 : Du jeu comme opium du peuple, au jeu comme opium tout court :
Quand la doxa du jeu pathologie maladie se déchaîne contre les casinos et les machines à sous sur internet pour influencer « les politiques » et

« l'opinion » . Retour critique sur la tribune, volontairement provocatrice,* publiée dans le Figaro par l'addictologue Jean-Michel COSTES, membre du collège de l'Autorité Nationale des jeux & premier signataire de cette tribune collective : « *Élargir les jeux d'argent en ligne, c'est encourager une drogue* » (Figaro/Vox tribune ; 21/9/2023) (*) Dans ce pamphlet, JM COSTES qualifie même les machines à sous de « crack-cocaïnes des jeux d'argent » !! Il faut dire que JM COSTES connaît bien les opiacés. En il a été viré de l'observatoire des drogues par le magistrat Etienne APAIRE (*Président de la MILDT (mission interministérielle de lutte contre la drogue et toxicomanie) de 2007 à 2012 et secrétaire général du CIPDR comité interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation) depuis aout 2023) car il écrivait des tribunes favorables aux salles de shoot*

2 : « Le dernier Rapport de la cour des comptes sur les jeux d'argent* » : précis, informé, didactique... mais les « sages de la rue Cambon » oublient les millions de joueurs, banquiers volontaires de cette économie, qui devraient être peu ou prou les décideurs de la Politique des Jeux de la France, qui ne saura éternellement se faire *dans le dos et sur leur dos*, sous la domination de la doxa de certains addictologues et de l'ANJ(*« ENTITÉS ET POLITIQUES PUBLIQUES : LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD : UN SECTEUR EN MUTATION, DES ENJEUX DE RÉGULATION » (cour des comptes, Rapport public thématique , Septembre 2023 , 115 pages)

=====

Résumé =

Il y a quelques semaines, la patronne de l'Autorité Nationale des jeux (ANJ) a expliqué sur France Inter(1), de manière ubuesque et simpliste : aux opérateurs de jeux d'argent comment ils doivent métamorphoser leur modèle économique : « *plus de joueurs qui jouent moins* » ! ; aux joueurs pourquoi ils doivent jouer : uniquement « *pour le plaisir* » mais surtout pas pour gagner de l'argent, améliorer l'ordinaire, décrocher le gros lot !!

Reprenant aveuglement des chiffres de 2019 de la *doxa* du jeu pathologie maladie - *statistiques contestées scientifiquement et épistémologiquement car basées sur la taxinomie et le questionnaire du DSM(2), manuel controversé de la psychiatrie américaine établi par l'APA(3)* - la Présidente de l'ANJ a ensuite affirmé, qu'il y avait « *400 000 joueurs excessifs qui relèvent de la pathologie, du suivi par une consultation d'addiction* » et même « *d'un traitement psychiatrique ou médicamenteux* » ! Les millions de français joueurs apprécieront. Dans une sorte de diktat, la gendarme du jeu donne trois ans aux opérateurs (casinos, FDJ, PMU, jeux en ligne, clubs de jeu) pour se débarrasser de ces *malades du jeu...* qui génèrent 21% du Produit Brut des Jeux (PBJ).

De manière tout aussi hasardeuse et alarmiste, Isabelle FALQUE PIERROTIN (IFP) a également indiqué (*sous la domination d'addictologues spécialisés dans les drogues, sureprésentés au Collège de l'ANJ, en conflits d'intérêts dans cette affaire car exploitant tous directement, indirectement le business du jeu compulsif*) qu'il y aurait « 1,4 million de joueurs problématiques » qui génèrent 38 % du PBJ. Nous avons depuis longtemps signalé - (MARTIGNONI-HUTIN (2011) : « *Le jeu excessif est-il vraiment pathologique ?* » (4) et encore récemment (MARTIGNONI-HUTIN (2022) « *Le jeu excessif est-il une addiction ?* ») (5) - le danger scientifique qu'il y avait, d'aborder les jeux d'argent à travers la problématique de l'addiction. Car une fois acceptés comme entité morbide individualisée, ces jeux sont analysés comme des formes plus ou moins aiguës de jeu pathologique. Pour tenter de justifier maladroitement ces chiffres propagandistes de millions de personnes *drogués du jeu*, Madame FALQUE PIERROTIN a précisé de manière abracadabrantesque sans convaincre : « nous avons des indicateurs indiquant que le pourcentage de joueurs excessifs augmente.... » Et la responsable de l'ANJ d'ajouter benoitement, sans se rendre compte de l'énormité du différentiel vis à vis des chiffres précédents qu'il y avait seulement « 70 000 interdits de jeu » C'est pourtant chez les interdits de jeu qu'on trouve en principe les joueurs problématiques, les joueurs excessifs.

Le site officiel data. Gouv comptabilisait lui 46 000 interdits en 2022. Mais même si l'on prend la fourchette haute d'Isabelle FALQUE PIERROTIN, que représente 70 000 interdits pour une population de plus de 30 millions de joueurs ? Un épiphénomène comparé aux chiffres propagandistes véhiculés depuis des années par la doxa du jeu pathologie maladie & certaines associations parisiennes, de « 400 000 joueurs excessifs et de « 1,4 million de joueurs problématiques » En outre, le fait que « la maladie du jeu » semble curieusement « avoir du mal à trouver ses malades.... » (*confer nos articles : MARTIGNONI (2019): « L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades » (6) - MARTIGNONI (2020): « Recherche joueurs addicts.... désespérément » (7)) - pourtant si nombreux d'après Isabelle FALQUE PIERROTIN et certains addictologues - corroborait le fait que ces chiffres farfelus cités par la patronne de l'ANJ sont approximatifs, mensongers, flous. Et comme chacun sait : quand c'est flou, il y a un loup. En réfléchissant à ce brouillard qui entoure le jeu addictif (*définition, nombre de joueurs concernés, maladie du jeu qui a du mal à trouver ses malades.* ..) et qui permet à la doxa toutes les manipulations, tous les chantages, nous nous sommes souvenus d'une phrase relevé dans un ouvrage scientifique critiquant le DSM. Elle disait ceci pour dénoncer la supercherie intelligente du DSM : « *avant de soigner les malades, il faut vendre la maladie* »*

Pour compléter sa politique des jeux sanitaire & liberticide, la responsable de l'ANJ l'ex collaboratrice de Jacques TOUBON quand il était ministre de la culture a ensuite souligné sur France Inter, qu'elle

voulait - (comme elle l'a déjà fait l'année dernière : confer MARTIGNONI-HUTIN (2023) : « Haro contre la publicité pour les jeux d'argent ») (6) - limiter, bannir, prohibé, censurer... la publicité pour les jeux. Triste ironie de l'histoire de ces grands serviteurs de l'État qui retournent (sont obligés de retourner ?) leur veste toujours du bon côté , pour l'ex responsable de la CNIL (commission nationale de l'informatique & des LIBERTES (7))un seul mot d'ordre : **INTERDIRE** : « La publicité est un levier d'action très intéressant pour nous, (...)des pays font des chose intéressantes, ils **interdisent** (sic !!) la pub, comme en Italie, d'autres pays **interdisent** la pub pour les paris sportifs avant match, **interdisent** la pub pendant le match, **interdisent** la pub après le match, d'autres **interdisent** la pub numérique » !

Par ailleurs pour la responsable de l'ANJ, la Française des jeux est « un mastodonte ». Le régulateur veut visiblement dégraisser le mammoth, pour pas que les autres opérateurs, « surstimulent le joueur »

Retour critique sur cette interview, - parisienne, surréaliste, hors sol - qui apparait inquiétante pour l'avenir de l'industrie des jeux nationale et la Politique des jeux de notre pays et qui en dit long en cette période électorale historique (cet article a été terminé le 3 juillet 2024 entre les deux tours des législatives)(8) sur la manière dont nos élites parisiennes - dans ce domaine comme dans d'autres - souhaitent continuer à diriger la politique des jeux (dans le dos des joueurs et sur leur dos) et plus fondamentalement à gouverner la France : dans le dos des français et sur leur dos, surtout sans jamais les consulter et en tentant d'annuler leur choix (manoeuvres politiciennes, propagandes alarmistes, diabolisations...) quand ils sont obligés de les consulter (élections) **Jeux politiques parfaitement résumés, dans éditorial lumineux de Jean Marc VITTORI dans les Échos qui fera date : « Chérie , j'ai oublié les électeurs »** . Extrait : « en se livrant à ces jeux politiques (...) les partis ont oublié la base de leur légitimité : le peuple . Aucun d'entre eux ne semblent par exemple s'interroger sérieusement, sur ce qui a poussé près de 11 millions d'électrices et d'électeurs, à voter Rassemblement National au premier tour »(9)

(*France inter 30 avril 2024, le journal 13/14)

=====

Notes :

1. France inter 30 avril 2024, le journal 13/14
2. diagnostic and statistical manual of mental disorders
3. american psychiatric association's
4. MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G ,« Jeu problématique, jeu responsable : le jeu excessif est-il vraiment pathologique ? » in « Jeux de hasard, jeux d'argent : comprendre, prévenir, soigner » (Paris, L'Harmattan, septembre, 2011, 47-73)

5. *MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G, « Le jeu excessif est-il une addiction ? (Sciences sociales et santé, 2022/2 (Vol. 40), p. 95-104. Juin 2022.)*
6. Jean-Pierre MARTIGNONI : « Recherche joueurs addicts... désespérément » (9 pages, 30 notes, mars 2020) (publié sur : lescasinos.org 22/3/2020 ; casino legal France 23/3/2020)
7. Jean-Pierre MARTIGNONI » L'addiction au jeu : une drôle de maladie qui a du mal à trouver ses malades « (mars 2019, 4 pages, 6 notes, 1 annexe) «(publié sur lescasinos.org 29 mars 2019, casino legal France 29/3/2019)article écrit en réaction à l'article paru dans lescasinos.org du 27 Mars 2019 (« l'addiction au jeu touche 1,2 millions de Français et seuls 2% se soignent) » (source : franceinter.fr avec Danielle MESSAGER))ou l'on apprend que L'hôpital Paul Brousse de Villejuif lance un surprenant « nouvel essai thérapeutique » ou le médecin (Amandine LUQUIENS) qui visiblement a du mal à trouver des malades , ira à la rencontre numérique du joueur « malade du jeu » qui devra envoyer préalablement un mail !!
8. *MARTIGNONI-HUTIN Jean-Pierre G. : HARO SUR LES JEUX DE HASARD & D'ARGENT (III) : Haro contre la publicité pour les jeux d'argent : Retour sur les mesures liberticides prises par l' Autorité Nationale des Jeux fin 2022 contre les publicités pour les jeux de hasard (mai 2023, 46 pages, 23 notes, 10 annexes, casino-legal-france.fr, 6 mai 2023)*
9. *Isabelle FALQUE PIERROTIN a été responsable de la CNIL (commission nationale informatique & libertés) de 2011 à 2019, elle est présidente d el'ANJ depuis le 16 juin 2020*
10. *Le Rassemblement National (RN) ex Front National (FN) a fortement progressé lors des élections européennes du 9 juin 2024 (31,37 %, 7 766 000 voix). Croissance confirmée et accentuée au 1° tour des législatives du 30 juin (33,9 %, 10,6 millions de voix : au total : 9,3 millions pour le RN ; 1,2 million pour ses alliés de LR emmenés par Eric Ciotti, 239 000 voix pour Reconquête le parti d'Eric Zemmour) suite à la décision du Président E. MACRON de dissoudre, à la surprise générale, l'Assemblée Nationale. Des élections législatives de 2022 à celles de 2024, le parti de Marine LEPEN est passé de 4,2 millions de voix à 9,3 millions. Au moment où nous terminons cette contribution : la France est dans l'expectative fiévreuse, des résultats du 2° tour des législatives, qui se dérouleront le 7 juillet 2024 ; les Français sont assommés par une propagande digne d'un régime totalitaire, contre le RN et, dans une moindre mesure, contre LFI et JL Mélenchon. Communication qui salit tous les médias, y compris le très sérieux quotidien Les Échos. Propagande et tentative de modelage de l'opinion qui vise à » mettre la poussière sous le tapis », à faire peur, à annuler les résultats des dernières élections démocratiques qui ont vu une progression historique du Rassemblement National. Des élections législatives de*

2022 à celles de 2024, le parti de Marine LEPEN est passé de 4,2 millions de voix à 9,3 millions.

11. Les echos , 3 juillet 2024, page 14

Introduction

Dans notre dernière contribution sur les jeux de hasard & d'argent (1), nous nous étions étonnés du curieux laconisme de la Présidente l'Autorité Nationale des jeux (ANJ) pour commenter le bilan 2023 des jeux d'argent, qui - en plus - instrumentalisant les résultats du *gambling* et du *e gambling*, s'auto persuadait que « cette bonne santé du marché » ludique observée l'année dernière, démontrait que la politique des jeux sanitaire menée par l'ANJ « n'était pas un frein au développement des jeux d'argent » Rien n'indique que cet improbable *cadature du cercle ludique** dessinée par Isabelle FALQUE PIERROTIN se confirme. Certains signaux négatifs observés en 2023, indiquant plutôt le contraire. A savoir que la politique liberticide menée par l'ANJ depuis des mois (qualifiée en langage techno prétentieux, « d'exigeante » par Madame PIERROTIN) entrainera logiquement des conséquences négatives sur l'économie des jeux . Dès à présent : baisse de 25% du Rapido ; moins de clients sur euro millions; décroissance du nombre de compte joueurs actifs (-3,9%) forte diminution du bassin de joueurs uniques en paris sportifs en ligne(-7,3%) ; très faible progression du PMU(+1%)....Nonobstant les 30% de casinos dans le rouge qui ne retrouvent pas leur niveau d'avant covid (30%) et la croissance du marché français des jeux (+3,5%) en deçà de celle du marché européen (+5,5%)

**Par définition un cercle c'est rond. Comment la patronne de l'ANJ peut-elle imaginer, que toutes les mesures décidées depuis plusieurs années désormais, contre les opérateurs, contre les joueurs, contre la publicité pour les jeux, contre les bonus offerts par les opérateurs pour attirer de nouveaux joueurs, contre la socialisation ludique primaire familiale.....que tout ce discours propagandiste sur l'addiction, le jeu des mineurs , les interdits de jeu ; cette volonté permanente de « désintensifier les pratiques ludiques », de surveiller les opérateurs, de limiter leur plan stratégique de développement, d'interdire, de censurer, de restreindre certains jeux de la FDJ, de faire disparaître les jeux d'argent de l'espace publique, d'imaginer l'identification des millions de joueurs de la FDJ et du PMU... (confer notre article : VOS PAPIERS !! : la bombe liberticide du gendarme des jeux (2)) bref, que toute cette politique moraliste sanitaire alarmiste anti jeu clairement néo prohibitionniste, puisse à terme ne pas avoir de conséquences négatives sur l'économie des jeux, qui certes est résiliente, mais jusqu'à quel point ? Tant que l'industrie des jeux est en croissance « tout va bien ». L'avenir dira ou se situe « le point de rupture »*

Mais quand Isabelle FALQUE PIERROTIN devient plus prolix, comme elle vient de le faire sur France Inter il y a quelques semaines, ce n'est pas pour soutenir l'économie ludique nationale, mais pour confirmer la vision pour le moins incertaine, qu'elle a de l'avenir des jeux en France. Perspective que nous qualifierons de *funnanbulique*, résumé dans la célèbre formule qui fait froid dans le dos : « *j'avance comme un funambule sur le destin qu'à dressé pour moi la Providence* » Perspective qu'on peut également associer « *au syndrome suicidaire de l'homme qui tombe* » et qui à chaque étage pour se rassurer déclame naïvement : « *jusque-là tout va bien* »

Florilèges des propos - ubuesques, surréalistes, simplistes parfois - tenus par la Présidente de l'ANJ sur les ondes de Radio France (confer annexe 1). Certes chacun jugera, mais quand on lit ce que pense Madame PIERROTIN des jeux de hasard, quand on prend connaissance des solutions qu'elle préconise pour « *désintensifier les pratiques ludiques de nos contemporains* », il y a de quoi s'inquiéter de la désinvolture avec laquelle *un grand serviteur de l'État*, parle d'une économie des jeux profitable, aux multiples retombées (financières, fiscales, commerciales, culturelles, sociologiques, symboliques, psychologiques....) avec *un ruissellement* important grâce aux milliers de gagnants, petits ou grands (confer notre article « *200 nouveaux millionnaires en 2023 grâce à la Française des jeux....* (3) et grâce à la fiscalité importante qu'il y a sur les jeux Ce précieux pactole ludique, récurrent, abondant (55 milliards de mises en 2023, pour un PBJ de 13,4 milliards) représente un formidable *impôt démocratique**, ou seuls les millions de joueurs contribuables volontaires cotisent pour l'intérêt général

****Extrait de notre article : « Les jeux d'argent : un impôt démocratique » publié dans le quotidien économique Les Échos, 30/12/2016)***

« Suggérons à la France d'organiser une méga loterie, comme le font les Américains avec le Power Ball et comme le perpétuent les Espagnols depuis 1812 avec la Loteria de Navidad. En relançant l'impôt ludique, l'État ne ferait que renouer avec l'histoire. Les loteries importées d'Italie par Casanova, ont fait rentrer de l'argent dans les caisses publiques, et les révolutionnaires de 1789 ont transformé la Loterie royale en Loterie nationale. La manne ludique a ensuite aidé les gueules cassées de la Grande Guerre et en 1933, les parlementaires ont réintroduit la Loterie, pour lutter contre les calamités agricoles. Dans toutes ces époques, le jeu n'était pas synonyme d'addiction mais de solidarité. Comme l'a précisé le professeur Pierre Tremblay (Université du Québec, Montréal), l'exploitation par les États des jeux de hasard est un phénomène universel, dont la finalité originelle est humanitaire et vise le développement du bien commun » (JP Martignoni-Hutin, « Les jeux d'argent : un impôt démocratique » Les Échos, idées-debats, 30/12/2016)

Abracadabra , la « magicienne » Isabelle FALQUE PIERROTIN veut métamorphoser le modèle économique des professionnels du jeu

Avec sa baguette magique, Isabelle FALQUE PIERROTIN explique tranquillement aux opérateurs sur Radio France, qu'ils doivent *métamorphoser leur modèle économique*. Les professionnels du jeu, forts souvent d'années d'expérience, qui connaissent *le métier*, savent que le secteur est concurrentiel, subit des aléas (*les jeux d'argent ne sont pas un produit essentiel ou de première nécessité*), travaillent 365 jours par an (*notamment les casinos ouverts tous les jours de l'année en diurne et en nocturne*) pour construire ce modèle, ont lourdement investi pour le financer, sortent à peine du covid...- s'étonneront sans doute d'apprendre de la bouche d'un haut fonctionnaire, *comment ils doivent gérer leur business !*

Face au journaliste opiniâtre, qui demande *ce que cela signifie*, la patronne de l'ANJ précise : « *plus de joueurs qui jouent moins* » ! Abracadabra (4) La « magicienne » Isabelle FALQUE PIERROTIN a trouvé la solution, toute bête, toute simplepour ne pas dire simpliste. Pour remplacer 20 à 30% de leur clientèle la plus fidèle, *qualifiée « d'excessive » par le régulateur* mais qui apporte une part essentielle du PBJ, les opérateurs doivent, *par l'opération du Saint Esprit*, trouver des millions de nouveaux joueurs qui - en plus - doivent jouer « petit jeu » uniquement « *pour le plaisir* ». Isabelle FALQUE PIERROTIN tombe dans le syndrome du *wishful thinking*, expression anglaise désignant *cette propension.... à prendre ses désirs pour la réalité* (5)

On ne voit pas comment, même en trois ans (IFP précise « *qu'il va falloir faire ça dans la durée, le plan stratégique s'étale sur 3 ans* ») les opérateurs pourraient remplacer cette population de joueurs récurrents par des millions d'autres. D'autant que l'ANJ fait tout depuis des mois, pour limiter, interdire, censurer, encadrer... la publicité pour les jeux. Peut-être qu'Isabelle FALQUE PIERROTIN - qui semble avoir plus de d'expérience que les opérateurs dans le *business du gambling et du e gambling* - dira prochainement aux professionnels, comment ils doivent faire, pour attirer « *plus de joueurs qui jouent moins* » Au final tout cela n'apparaît pas très sérieux en réalité, ne nous mentons pas. En difficulté face à la question de bon sens du journaliste, la présidente a sans doute répondu du tac au tac, soulignant l'inanité de sa réponse

Face au journaliste de France Inter qui insiste et lui demande l'intérêt des opérateurs à se débarrasser de 20 à 30 % de leur clientèle (et de beaucoup plus si l'on inclut les joueurs problématiques « *susceptibles de tomber dans l'addiction*») Isabelle FALQUE PIERROTIN invente ensuite un scénario, mélange tout comme ça l'arrange, instrumentalise « l'addiction aux écran » pour noyer le poisson. Elle enfonce le clou de

manière totalement subjective et fictionnel. Mais elle a du mal à convaincre quand elle affirme :

- Que c'est l'intérêt des opérateurs de faire « pivoter » leur modèle économique « (par l'opération du saint esprit ?) et que c'est même pour eux « un investissement » (de perdre 30 % de leur clientèle ?).Du hors sol parisien dans toute sa splendeur
- Qu'il y aurait « *une opinion publique mobilisée* », « *que l'opinion publique se mobilise* » contre les paris sportifs, contre les jeux d'argent en ligne, qu'il y aurait une demande croissante du public sur cette addiction » l'opinion publique se mobilise contre le jeu excessif

Question du journaliste de France Inter : « quel est l'intérêt des opérateurs à faire cela ?

Isabelle FALQUE PIERROTIN : « leur intérêt c'est le CA global à travers cette évolution du modèle économique ils gardent le même CA, ils y ont intérêt car en plus ils répondent à une demande croissante du public sur cette addiction, il y a de plus en plusl'opinion publique est de plus en plus mobilisée sur cette crainte autour de l'addiction autour de l'addiction aux écrans, au numérique et quelque part le pari sportif, le pari en ligne participe de cette crainte, (...) .c'est un effort qu'on demande aux opérateurs mais c'est aussi un investissement, il faut que vous fassiez pivoter votre modèle économique pour être moins dépendant des joueurs excessifs car les risques liés à ce modèle sont en train de monter, car l'opinion public se mobilise «

« Il serait intéressant que la patronne de l'ANJ nous montre ou elle a pu voir *une opinion publique se mobiliser* contre les paris sportifs ...à part à l'ANJ avec ses multiples campagnes, communiqués, sondages contre les paris sportifs, contre la publicité pour les paris sportifs etc....(confer notre article = **MARTIGNONI-HUTIN(2023) : HARO SUR LES JEUX DE HASARD & D'ARGENT (IV) = Quatrième et dernière partie de notre série = HARO SUR LES PARIS SPORTIFS : retour sur la campagne provocatrice de l'Autorité Nationale des jeux contre les paris sportifs : « t'as vu ?, t'as perdu ! »**) (juin 2023, 67 pages, 7 notes, 15 annexes casino-legal-france.fr : 12 juin 2023 ; les casinos.org : 12 juin 2023)

Résumé de l'article = En France en l'absence d'une Politique Des Jeux nationale cohérente, l'Autorité Nationale des jeux (ANJ) multiplie depuis plusieurs mois les mesures liberticides et les communications contre les jeux de hasard & d'argent, contre les opérateurs, contre les joueurs... en connivence et/ou sous la domination de la doxa du jeu pathologie maladie, présente au sein même de son Collège. En novembre 2022 avant le coupe

du monde de football, l'ANJ dirigée par Isabelle FALQUE PIERROTIN a lancé une curieuse campagne contre les paris sportifs, contre les joueurs intitulée : *t'as vu ? t'as perdu !* Ironie de l'histoire, quelques jours avant que le régulateur annonce aux parieurs sportifs français qu'ils étaient des losers, Jim Mc INGVALE un « jeune » joueur américain de 71 ans originaire du Texas, a réalisé le plus gros gain de l'histoire pour un pari sportif en soutenant « son » équipe de baseball Les Astros de Houston : 75 millions de \$. Dans le même temps, la plus grosse somme de l'histoire de la loterie américaine Power Ball, a été remportée en novembre 2022 : 2 milliards de \$. C'est le jackpot le plus important jamais enregistré dans le monde pour un seul gagnant. Retour sur cette curieuse et anachronique communication du régulateur français, comportant un clip rap et un vocable fortement connoté, qui provient de l'argot des dealers : « *byebye à la kichta* » (*byebye à l'argent*). Dans le même temps le département de Seine Saint Denis et Sante Publique France ont également chargé la barque contre les paris sur le foot, en lançant des communications. alarmistes à destination des jeunes, et notamment « *des jeunes de banlieue* ». Nous en dirons quelques mots = 1/ Quand l'information/prévention devient propagande : *Grosse mise, grosse perte, grosse galère*..... et grosse propagande contre les paris sportifs, réalisée par le département de Seine Saint Denis, en détournant une publicité de l'opérateur WINAMAX qui avait été - *c'est du jamais vu* - censurée et interdite par le gendarme des jeux ; 2/La campagne alarmiste de Sante Publique France contre les paris sportifs : « *PARIER C'EST PAS RIEN* »

Pour le plaisirde gagner de l'argent
Abracadabra saison 2 , la « magicienne » Isabelle FALQUE PIERROTIN veut changer les motivations des joueurs

Ensuite, de manière tout aussi surréaliste, la patronne de l'ANJ dit tranquillement aux millions de Français joueurs *pourquoi ils doivent jouer !* : Réponse d' Isabelle FALQUE PIERROTIN : uniquement *pour le plaisir*..... mais surtout pas pour gagner de l'argent, mettre du beurre dans les épinards, améliorer l'ordinaire, changer de vie et de condition sociale, devenir riche, décrocher le jackpot..... Cette injonction autoritaire ubuesque, en dit long en réalité sur notre époque ou, dans ce domaine comme dans d'autres, hommes politiques, hauts fonctionnaires de l'État - à Bercy , à l'ANJ ou dans d'autres ministères et AAI - candidats aux élections législatives... :

- savent *ce qui est bon pour le peuple*, mais surtout sans jamais le consulter sauf dans les nombreux sondages surdéterminés, payés et instrumentalisés par l'ANJ pour *faire l'opinion, modeler l'opinion*

- veulent entrer dans la tête des gens pour leur dire *ce qu'ils doivent faire et comment ils doivent le faire* ;
- veulent entrer dans la vie des français pour leur dire *comment ils doivent vivre, pourquoi et comment ils doivent jouer*

L'art d'enfoncer des portes ouvertes =

« il y a des gens qui gagnent mais statistiquement on perd, il faut bien s'en rendre compte !! » isabelle faulque pierrotin HEC, ENA promotion Denis Diderot (13 juin 2024 dans le Figaro)

Quelques jours après son interview à Radio France, Isabelle FALQUE PIERROTIN a enfoncé le clou dans le Figaro de manière tout aussi surréaliste, précisant à propos des paris sportifs : « *s'est installé l'idée qu'on pouvait gagner de l'argent grâce aux paris sportifs* » (...) *une idée fallacieuse, « il y a des gens qui gagnent mais statistiquement on perd, il faut bien s'en rendre compte » martelle isabelle faulque pierrotin* » (6)

Vous avez bien lu, Isabelle Falque Pierrotin, Présidente de l'ANJ, sur diplômée HEC, ENA promotion Denis Diderot, le 13 juin 2024 dans le Figaro déclare : « *il y a des gens qui gagnent mais statistiquement on perd, il faut bien s'en rendre compte* »!!!! C'est là qu'on se rend compte de l'excellence de nos grandes écoles ou sont formés hauts fonctionnaires et grands personnages de l'État.

Cette morale simpliste (*qui ressemble à un 11^o commandement biblique « tu ne joueras point » mâtinée à l'aune de la morale probabiliste du mathématicien qui affirme de la même manière sur des pages et des pages dans une curieuse masturbation intellectuelle(7), « tu ne joueras point aux jeux d'argent car tu as toutes les chances statistiques de perdre »*) a été analysée depuis longtemps dans nos travaux doctoraux, publiés dans un ouvrage (*Martignoni (1993). « Faites vos jeux : essai sociologique sur le joueur et l'attitude ludique (8)*) et dans de nombreux articles. En résumé - pour dire vite - l'espérance ludique du joueur (*ses calculs, ses intuitions pré perceptives, sa connaissance du jeu, sa connaissance de l'histoire du jeu, ses observations, ses analyses, son expérience, son sens pratique...*) rejoint peu ou prou l'espérance mathématique. Les calculs probabilistes du mathématicien invitent à ne pas jouer, morale mathématique dont le joueur n'a cure. L'espérance ludique autorise *le jouer*. En ce sens la patronne de l'ANJ, qui croit rappeler une évidence en enfonçant des portes ouvertes avec une certaine naïveté (« *il y a des gens qui gagnent mais statistiquement on perd*») prêche dans le désert.

Par ironie et pour montrer que la Présidente a raison de dire « *il y a des gens qui gagnent* », nous donnerons l'exemple des gains versés par WINAMAX en 2023. L'opérateur a lancé, en juin 2024, une campagne publicitaire nationale qui a fait mouche, avec le slogan - *à chaque région son gain* - rappelant qu'au total l'année dernière, les parieurs avaient gagné 4,6 milliards. Détaillant la distribution de ce pactole région par

région sur des panneaux publicitaires 4/4 : « *la marque a voulu dire aux français ou avaient été gagné ces milliards d'euros. Un moyen de cibler un public plus large et de gagner des parts de marché jusqu' dans les campagnes les plus reculées* » (9) Par exemple 599 027 803 € pour la région Rhône alpes , 1 148 955 657 € pour l'île de France....voir annexe 3 l'ensemble des gains versés aux joueurs (paris sportifs , poker) par WINAMAX dans les 13 régions françaises

Elle souriait d'aise

Petit retour sur la publicité Winamax, « *tout pour la daronne* », censurée par l'ANJ en 2022, dans une paranoïa liberticide autoritaire

Souhaitons que l'ANJ, dans une nouvelle une dérive liberticide, ne censure pas cette publicité Winamax, comme elle l'avait fait pour une autre réclame du célèbre opérateur de jeux en ligne : *tout pour la daronne*. Censure consternante du régulateur, que nous avions analysée à l'époque dans un article :

MARTIGNONI-HUTIN (2022)Censure de la publicité WINAMAX : une dérive liberticide de l'ANJ(les casinos.org, 26 mars 2022)

Dans cette pub, une maman des quartiers populaires - la daronne - mal habillée , mal coiffée, pauvre... prend un ascenseur. Après une montée vertigineuse dans l'ascenseur, elle se retrouve riche et heureuse dans un avion en class affaire (*champagne, petit four, hôtesse, coiffeur, maquillage, beaux vêtements, bijoux...*) vers une destination paradisiaque. Son fils lui a payé un beau voyage, avec l'argent gagné aux paris sportifs. Bien faite, drôle, dynamique, hollywoodienne, spectaculaire, survitaminée, cette publicité n'a rien de scandaleuse, d'immorale, de violente. Elle a néanmoins été censurée par l'ANJ.

Contre toute attente, dans sa paranoïa liberticide autoritaire, étonnante dans *un pays de libertés comme la France* ou les publicités censurées sont rarissimes, l'ANJ - qui en plus n'a pas d'humour - a vu les choses autrement et a censuré cette publicité. C'est très grave et très inquiétant. Le gendarme des jeux a assimilé ipso facto *l'ascenseur* de la fiction publicitaire Winamax à *un ascenseur social*. Ce symbolisme de l'ascenseur, c'était visiblement trop pour une autorité moralisatrice étatique, pour qui le peuple doit - dans le meilleure des cas - *prendre l'escalier pour monter dans la société.....* mais doit surtout rester à sa place et ne pas espérer gagner de l'argent, changer de vie, changer de condition sociale grâce aux jeux de hasard. Manquerait plus que les « pauvres » deviennent riches grâce aux jeux d'argent. Manquerait plus que les *gens de peu* imaginent qu'ils puissent devenir riche grâce aux jeux de hasard, ce nouvel opium du peuple. Manquerait plus que les gros

gagnants soulignent que les jeux d'argent ne sont pas forcément signe d'égoïsme, d'individualisme, de repli sur soi, mais peuvent contribuer à la solidarité, à l'entraide, notamment intra familiale. Manquerait plus que les pauvres, indiquent qu'ils aimeraient bien, eux aussi, de temps en temps, profiter comme les riches des bienfaits de la fortune

Dans la longue « décision » kafkaïenne du fonctionnaire chargé de rédiger la censure de la publicité Winamax, qui a forcément été longuement et minutieusement débriefé par un autre fonctionnaire de l'ANJ, on est en effet dans le château de Kafka. Ça fait peur. Le fonctionnaire, chargé d'instruire le procès de la publicité Winamax, avait visiblement « pour mission » (*vu son contenu surréaliste et systématique il est strictement impossible que la rédaction de cette censure soit spontanée*) de monter en épingle et de présenter de manière subjective, tendancieuse, tous les éléments qui figurent dans cette publicité pour justifier la censure. En ce sens, il n'est pas faux de traiter le texte de cette décision de « bureaucratique » « autoritaire », néo-stalinien, car elle reprend le *modus operandi* des procès du même nom. Rien n'est démontré, tout est subjectif, tous les éléments de la publicité sont systématiquement présentés de manière sombre, négative, tendancieuse. Meilleure preuve de cette condamnation *totale* pour justifier la censure, le constat final du fonctionnaire de l'ANJ. Il observe un détail qui semble à lui seul justifier la censure. Il note que la daronne « *souriait d'aise* » !!

Censurer, interdire, limiter les publicités pour les jeux d'argent : la dérive liberticide de l'ANJ se poursuit

Toujours dans cette interview sur France Inter, la patronne de l'ANJ indique dans une sorte de dérive liberticide, qu'elle veut interdire, limiter la publicité : « *des pays ont décidé de bannir la publicité pour les jeux (..) d'autres font des choses intéressantes, ils interdisent la pub avant match, ils interdisent la pub pendant le match, ils interdisent la pub après le match, ils interdisent la pub numérique(...)* Par ailleurs pour Isabelle FALQUE PIERROTIN, la Française des jeux est « *un mastodonte* » Elle veut dégraisser le mammoth pour pas que les autres opérateurs « *surstimulent le joueur* »

Au final, le gendarme des jeux prône une économie ludique punitive suicidaire, alors que notre pays ne capte qu'une faible part (12,3 milliards) du marché mondial des jeux, estimé à 517 milliards en 2023. Les principaux pays européens devancent la France (*Italie : 20,8 milliards, Royaume Uni : 16, Allemagne : 14,8.*) avec en tête les États unis (135 milliards d'euros) le Japon (35,3 milliards) la Chine (26,5 milliards). Cette interview de la Présidente de l'ANJ apparaît inquiétante pour l'avenir de l'industrie des jeux en France. Dès à présent nous avons observé, que les résultats 2023 de la FDJ ne sont pas si bons que ça

quand on regarde le détail. Et la PDG de la FDJ Stéphane PALLEZ, de pointer sur BFM *, la responsabilité de l'ANJ dans la forte baisse du Rapido l'année dernière : -25 %. (**La grande interview, Good Evening Business, Hedwige CHEVRILLON, BFM, 19/2/ 2024*)

L'espérance ludique n'est pas qu'une illusion,

Tout au long de son entretien sur France Inter, la Présidente de l'ANJ enfonce des portes ouvertes dans un discours moralisateur anti jeu, insérant une dichotomie binaire imaginaire, dans la sociologie des motivations ludiques. D'un côté les joueurs qui joueraient pour le plaisir, de l'autre ceux qui jouent pour gagner de l'argent : « *il s'est installé dans la tête des personnes, qu'on ne joue pas simplement pour son plaisir, pour son divertissement mais on joue aussi pour vraiment gagner de l'argent, ce qui évidemment est une illusion* »

« *Il s'est installé dans la tête des personnes* » Curieuse phrase, à connotation complotiste, accusatrice, totalisatrice, sidérante de naïveté simpliste et qui prend les millions de joueurs pour des imbéciles. De parfait idiots qui n'ont pas la faculté de choisir, qui jouent presque contre leur volonté et dont visiblement on manipule le cerveau. On aimerait bien que la présidente de l'ANJ nous dise, à partir de quand elle a observé le phénomène . Peut-être a-t-elle réalisé des enquêtes sociologiques.

En vérité toutes nos études (*et nous en avons fait de nombreuses en multipliant les précautions épistémologiques pour ne pas sur déterminer les réponses*) se rejoignent pour montrer que les motivations des joueurs sont multiples, plurielles, concomitantes. Ce n'est que pour la clarté qu'on les distingue dans les analyses quanti : 1° motivation, 2 motivation.... Mais d'évidence tous les joueurs jouent depuis des lustres aux jeux d'argent....logiquement pour gagner de l'argent (avec toutes les nuances que cela comporte), ce qui ne les empêchent pas dans la même temps, de jouer *pour le plaisir* et de multiples autres raisons

Ensuite la présidente de l'ANJ remet le principe même des jeux d'argent en question en enfonçant des portes ouvertes, en parlant *d'illusion* comme le ferait un mathématicien probabiliste. Tous les joueurs savent pertinemment que les probabilités de perdre sont très grandes, majoritaires, mais ils se trouvent que malgré ça ils jouent. Ils acceptent de prendre le risque. Et souvent, comme nous l'avons montré dans de nombreux articles et dans notre ouvrage sur les machines à sous et nos travaux sur les turfistes, *l'espérance ludique rejoint l'espérance mathématique.*

L'espérance ludique n'est donc pas qu'une simple illusion, sinon personne ne jouerait. Après être entré dans le jeu (*in Ludo*) les joueurs vont atteindre progressivement - ou pas - *l'illusio*. C'est une conversion. Devenir joueur, n'est pas donné à tout le monde. Il faut payer, dans tous les sens du terme (argent, payer de sa personne , donner de son temps...)

Cela demande de la persévérance, de la constance. Le joueur se pénètre de l'idée *que le jeu en vaut la chandelle*. Il devient joueur. Il rejoue. Il entre dans un univers ludique connu, en partie maîtrisé. S'ouvre à lui de nouvelles temporalités, dans un temps immuable mais toujours varié. Tous les coups peuvent être perdants mais chaque coup peut être le bon. Face à cette incertitude pleine d'espoir, le joueur ne sombre pas dans l'ennui. Il atteint une sorte d'immortalité existentielle grâce à l'espérance ludique

C'est la typologie binaire véhiculée par la présidente de l'ANJ (*joueur qui joue uniquement pour le plaisir d'un côté , joueur qui joue uniquement pour gagner de l'argent de l'autre*) qui constitue une illusion,

La présence quotidienne de milliers de gagnants et même parfois de très gros, qui décrochent le jackpot avec une toute petite mise, confortent les joueurs de la réalité de cette espérance. Gagner de l'argent au jeu, améliorer l'ordinaire , changer de vie avec un gros pactole, jouer pour faire fructifier son argent, tout cela n'est pas une simple duperie, mais constitue une réalité, comme l'attestent quotidiennement les gagnants. Si les jeux d'argent étaient une simple illusion, un mirage, une supercherie, il y a longtemps qu'ils auraient tous disparu

Confer nos articles :

- *MARTIGNONI-HUTIN (2024) : « 200 nouveaux millionnaires en 2023 grâce à la Française des jeux , une Politique Des Jeux ambitieuse pour la France en 2024 grâce au Parlement ! : L'État cherche de l'argent ...ça tombe bien les français aussi ! Bercy souhaite mettre de l'argent dans sa bouquette sans augmenter l'impôt et sans en créer de nouveaux ; le joueur accepte de payer l'impôt ludique de manière volontaire !! Alors qu'est-ce qu'on attend pour être heureux !!!? » (Février 2024, pages , 65 notes, 17 annexes, publié sur les casinos.org 4/2/2024 , casino-legal-france.fr : 5/2/2024)*
- *MARTIGNONI-HUTIN (2022) : « Il est ou le bonheur, il est où ? : argent, jeu... jeux d'argent, gros salaires, livret A, stock-options, transactions financières des dirigeants...Pourquoi le peuple joue ? » (avril 2022, 51 pages , 56 notes, 12 annexes)(publié dans CASINO LÉGAL FRANCE 21/4/publié dans lescasinos.org du 21/4/2022))*

En réalité c'est la description simpliste des motivations des joueurs , la typologie binaire véhiculée par la présidente de l'ANJ (*joueur qui joue uniquement pour le plaisir d'un côté , joueur qui joue uniquement pour gagner de l'argent de l'autre*) qui constitue une illusion, une construction

imaginaire de sens commun qui n'est pas synonyme de bon sens et qui ignore la complexité de l'espérance ludique, son importance dans la vie des gens et qui confond espérance mathématique et espérance ludique. La responsable de l'ANJ se sert de cette construction imaginaire pour montrer ce que *devrait être* les pratiques ludiques et comment *devraient jouer* nos concitoyens. Quelle prétention, quelle manque de respect pour la liberté de nos concitoyens de jouer ou de ne pas jouer.

La patronne de l'ANJ décrit avec des traits grossiers, une réalité ludique imaginaire qui n'existe que dans la tête du régulateur. Isabelle FALQUE PIERROTIN confond ses illusions, ses désirs, (et peut être aussi sa vision moraliste du jeu) avec la réalité. Quand on lit entre les lignes, quand on écoute attentivement la Présidente de l'ANJ, on sent bien que pour elle, tout ça est une folie. Elle est choqué par tout cet argent joué. Dès le début de l'entretien elle précise : « *13,4 milliards de PBJ c'est beaucoup d'argent et si on prend les mises, c'est 55 milliards cela veut dire que c'est un marché qui est très important* »

Pour Isabelle FALQUE PIERROTIN (IFP), il y a , il devrait y avoir, les « bons » joueurs d'un côté, qui jouent uniquement pour le plaisir et qui doivent jouer petit jeu ; de l'autre les « mauvais » joueurs , les joueurs excessifs. Vilains petits canards, qui jouent pour gagner de l'argent et qu'il faut exclure du jeu. Comme nous l'avons déjà dit, IFP tombe dans le syndrome du *wishful thinking*. Expression anglaise désignant cette propension à prendre ses désirs pour la réalité. Formule citée dans un autre contexte par la journaliste Sylvie BERMANN, mais dont le titre fait sens pour notre démonstration : « *En finir avec la pensée magique* » (Sylvie BERMANN Les échos , 29 mai 2024, page 10) Visiblement Isabelle FALQUE PIERROTIN n'en n'a pas fini avec cette pensée.

Conclusion

En France les jeux d'argent sont déjà ultra surveillés, notamment casinos & clubs de jeu parisiens. Les joueurs, depuis des années et des années, sont sur-informés sur les risques liés aux jeux d'argent dans le cadre de la politique de jeu responsable(affiches , flyers, fascicules distribués à gogo par tous les opérateurs dans les espaces de jeu, multiples communications et sondages de l'ARJEL et ensuite de l'ANJ, slogan sur tous les jeux et sur toutes les publicités pour le jeu « *les jeux d'argent peuvent être dangereux : perte d'argent, conflits familiaux, addiction...* ») comme le confirme la nouvelle campagne onéreuse de prévention de l'ANJ multimédias (a) sur les paris sportifs (b), accompagné d'un sondage (c) ensemble qui a couté un brin, payé par le contribuable ! :

a : Le plan média de cette campagne de prévention lancé par l'ANJ le 5 juin 2024 comprend : une campagne d'affichage digital offerte par JC Decaux et Métrobus ; d'une campagne de social ads sur Snapchat ; d'un spot radio en audio digital ;d'une parution événementielle dans SO FOOT ;de pastilles vidéo avec des témoignages de joueurs.

b : « Paris sportifs et risques d'addiction : l'Autorité nationale des jeux

lance une campagne de prévention avant l'Euro de football « (anj, 5/6/2024, 4 pages)

c : Les Français et les paris sportifs dans la perspective de l'Euro 2024 (mai 2024, 15 pages) sondage Harris interactive réalisé du 15 au 17 mai 2024, 1070 personnes interrogées de 18 ans et +

Les joueurs sont également surprotégés, par cette possibilité incroyable qu'ils ont - unique dans le domaine commerciale - de se faire gratuitement *interdire de jeu*, désormais de manière dématérialisée en passant directement par l'ANJ ce qui favorise la démarche. Interdiction que le joueur peut lever au bout de trois ans et donc se remettre à jouer s'il le souhaite. Bref une liberté totale pour le joueur, qui n'est pas radié à vie des espaces de jeu. Le législateur a même poussé *le vice de la protection* très loin. Si le joueur ne se manifeste pas au bout de trois ans, l'interdiction se prolonge par tacite reconduction. Les joueurs qui ont des problèmes de jeu - et on peut supposer qu'on les trouve chez les interdits de jeu - sont donc surprotégés et c'est très bien ainsi. Mais rappelons qu'ils n'étaient que 42 000 en 2022 (chiffre officiel data.gouv) pour une population de plus de 30 millions de joueurs

Également en France, nouvelle protection pour les joueurs, *on ne peut pas parier sur tout et 'n'importe quoi*. Contrairement à l'Angleterre où la *gambling commission* enquête actuellement sur un scandale lié à des paris sur les élections qui éclaboussent la classe politique anglaise : « *la gambling commission l'autorité britannique des jeux enquête sur des proches de M. SUNAK (1° ministre) dont deux candidats tory, le directeur de campagne du parti et son responsable des data, pour avoir parié sur la tenue d'élections parlementaires en juillet peu avant l'annonce surprise par M. SUNAK d'un scrutin anticipé* » « *Le gambling gate touche aussi le Labour Keir STARMER le chef du parti a suspendu l'un de ses candidats Kevin CRAIG pour avoir parié sur son échec face à son adversaire tory le 4 juillet* » (10)

Alors que la politique de jeu responsable est déjà engagée depuis des années et des années, pourquoi en permanence en rajouter, comme l' a fait la Présidente de l'ANJ dans son interview sur France Inter et dans d'autres médias. Dernièrement dans le Figaro (11) , Isabelle FALQUE PIERROTIN a continué à sombrer dans un « dogmatisme négatif » alarmiste, simpliste et en plus totalement contradictoire.

Madame la Présidente de l'ANJ, pour conclure je dirai avec Aragon : *allez , allez vous aurez beau faire on jouera toujours !* A suivre.

« d'abord reconsidérer les idées reçues, la première est que tout joueur est un ludopathe en puissance, le sociologue jean pierre g. MARTIGNONI-HUTIN jr. dans ce numéro de la revue POUVOIRS, souligne l'étroitesse du nombre de personnes concernées et interrogent les causes dans des termes qui méritent réflexion. (..)

autre idée reçue, celle que le joueur cherche d'abord à perdre, quoi que très répandue, on ne lui connaît pas d'autres sources qu'une psychanalyse à la hache !, qu'elle vienne de praticiens tout a fait étrangers au jeu et n'y comprenant rien ou qui, joueurs eux-mêmes, peinent à l'assumer, ou encore d'analystes qui n'ont été confrontés qu'à de vrais malades, elle est tout simplement absurde (...) Le joueur accepte de perdre, puisque cela fait partie du jeu, mais imaginez que cela puisse être sa quête, c'est n'avoir rien saisi du plaisir de jouer, du bonheur de gagner (..) le jeu dissous tout, comme les meilleures lectures, les musiques enivrantes, les balades réussies (..) plus de passé et plus d'avenir, car seul existe l'instant présent, et si le sort est favorable ce présent est celui d'une grâce. Existe-t-il tant d'activité qui puissent offrir (..) des satisfactions aussi vive (que les jeux d'argent) ? en outre ils ont ceci de singulier c'est un égoïsme socialisé (citation pages 21 , 22) *Guy CARCASSONNE *

**Guy CARCASSONNE : « De quelques mystères du jeu » (pages 15-23) in (Pouvoirs : revue française d'études constitutionnelles et politiques, n°139, Les jeux d'argent, novembre 2011, 164 pages, Éditions du Seuil) qui parle de notre article : Martignoni, J.-P. (2011)= « Une sociologie du gambling contemporain » » (pages 51-64) publié dans le même numéro de la revue « Pouvoirs : revue française d'études constitutionnelles et politiques, n°13) n°139, Les jeux d'argent, novembre 2011, 164 pages, Éditions du Seuil)*

© Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, Sociologue, Centre Max Weber (CMW), ISH Lyon 2 Université Lumière, Lyon II, Lyon, France, CEE juillet 2024 .

Notes :

1. « Jeux d'argent, bilan 2023 : jusque-là tout va bien ?...malgré l'ANJ : Bilan 2023 du marché des jeux de hasard & d'argent : une grande résilience de l'économie ludique nationale, malgré les multiples mesures liberticides et néo-prohibitionnistes prises par l'Autorité Nationale des jeux (ANJ). Néanmoins de nombreux signaux négatifs apparaissent » (juin 2024, 38 pages, 47 notes, 6 annexes)
2. Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN : VOS PAPIERS !! : la bombe liberticide du gendarme des jeux = Identification des millions de joueurs de la FDJ et des turfistes du PMU : une bombe liberticide du gendarme des jeux - l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) - dirigée par Isabelle FALQUE PIERROTIN. (avril 2024, 38 pages, 58 notes, 7 annexes, publié sur les casinos.org 18 avril 2024, casino-legal-france.fr : 25 avril 2024

3. *Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN* : « 200 nouveaux millionnaires en 2023 grâce à la Française des jeux , une Politique Des Jeux ambitieuse pour la France en 2024 grâce au Parlement ! : *L'État cherche de l'argent ...ça tombe bien les français aussi ! Bercy souhaite mettre de l'argent dans sa bougette sans augmenter l'impôt et sans en créer de nouveaux ; le joueur accepte de payer l'impôt ludique de manière volontaire !! Alors qu'est-ce qu'on attend pour être heureux !!!?* » (Février 2024, pages , 65 notes, 17 annexes, publié sur lescasinos.org 4/2/2024 , casino-legal-france.fr : 5/2/ 2024)
4. Abracadabra est, traditionnellement, la formule prononcée lorsque se produit quelque chose de magique. Rite performatif, incantation, cette expression est aussi utilisée par les magiciens lorsqu'ils prétendent invoquer des puissance pour contribuer à leurs illusions.
5. Expression citée dans l'article : « ...en finir avec la pensée magique » (Sylvie BERMANN, les échos , 29 mai 2024, page 10)
6. « Euro 2024 : un jackpot annoncé pour les opérateurs de paris sportifs : les opérateurs se frottent déjà les mains : l'euro de football qui débute pourrait permettre de dépasser le milliards d'euros, un record qui ravive la crainte du jeu excessif (Mathilde VISSEYRIAS le figaro. 13/6/2024)
7. Lors de notre recherche doctoral sur les jeux, nous avons travaillé sur le hasard , découvrant avec surprise que les mathématiciens probabilités noircissaient des centaines et des centaines de pages (dans des articles, des livres, de nombreux que sais-je ?, des revues de vulgarisation scientifique. Sciences et vie , science et avenir) sur les jeux d'argent, disant que ces jeux étaient stupides et les joueurs des idiots, que le hasard n'avait pas de loi , que le jeu n'avait pas de mémoire... Mais ce curieux onanisme intellectuel redondant contre les jeux de hasard soulignait certainement que ces êtres logiques et rationnels que sont les mathématiciens étaient fascinés par ces jeux
8. Martignoni, J.-P. (1993). « Faites vos jeux : essai sociologique sur le joueur et l'attitude ludique » (Paris, L'Harmattan, novembre 1993, collection Logiques Sociales, 283 p.)
9. *ibid*« Euro 2024 : un jackpot annoncé..... (Mathilde VISSEYRIAS le figaro. 13/6/2024)
10. « au royaume uni les tories au bord de la déroute » : Cécile ducourtieux, le monde 28 juin 2024 page 13
11. « Euro 2024 : un jackpot annoncé pour les opérateurs de paris sportifs : les opérateurs se frottent déjà les mains e: l'euro de football qui débute pourrait permettre de dépasser le milliards d'euros, un record qui ravive la crainte du jeu excessif (Mathilde VISSEYRIAS le figaro. 13/6/2024)

Annexe 1 = Interview d'Isabelle Falque-Pierrotin sur France inter 30 avril 2024,, Présidente de l'Autorité nationale des jeux depuis le 16 juin 2020 pour parler de l'appétence des Français pour les jeux d'argent et de hasard. (« Le pourcentage de joueurs excessifs augmente en France » ; France inter Radio France 30 avril 2024, journal 13/14

Q : Nous recevons aujourd'hui Isabelle Falque-Pierrotin, Présidente de l'Autorité nationale des jeux depuis le 16 juin 2020 pour parler de l'appétence des Français pour les jeux d'argent et de hasard. Isabelle Falque-Pierrotin, les français ont beaucoup joué en 2023 ?

Isabelle FALQUE PIERROTIN : une croissance de +3,5 % pour un PBJ de 13,4 milliards c'est beaucoup d'argent et si on prend les mises, c'est 55 milliards cela veut dire que c'est un marché qui est très important en croissance depuis plusieurs années et cette année il est en croissance pour la première fois sur tous les secteurs

Q :Les gens ont perdu 13 milliards mais ils jouent toujours comment l'expliquez vous

IFP : les gens achètent du divertissement , du rêve et pensent au gros lot, (..) 26 millions de français qui jouent, plus d'hommes que de femmes, le pari hippique est le plus féminin , le grattage aussi

Q : 2022/23 : forte inflation on aurait pu penser que les français avec moins d'argent joueraient moins ou au contraire j'ai moins d'argent pour vivre donc je vais jouer pour me refaire, quelle est la logique ?

IFP : la logique c'est (les gens pensent) que *le jeu va me permettre de regagner du pouvoir d'achat*, on a fait une étude , pour 1/3 des français c'est une manière de regagner du pouvoir d'achat devant les petits boulots, travailler plus

Q :A l'anj votre travail c'est de réguler, parlons des risques ça fait des dégâts le jeu au-delà des pertes d'argent ?

IFP : il y a des risques plurifactoriels quand on joue, même s'il y a des tas de gens qui jouent de manière récréative sans risque mais on considère que pour un joueur excessif, c'est à dire vraiment excessif, c'est à dire qui commence à développer un comportement pathologique, dans lequel il ne peut plus se passer de jouer, il ne pense qu'à jouer, il pense à se refaire quand il a des pertes, il a commencé à emprunter de l'argent auprès de sa famille pour continuer à jouer , ce sont des indicateurs de jeu excessif, quand il y a un joueur excessif..... 6 personnes sont impactés, troubles familiaux , troubles à l'école, surendettement possible, toute une série de risques quand on passe du jeu récréatif au jeu excessif

Q : vous savez estimer le nombre de joueurs excessifs

IFP : on a une étude qui date de 2019 il y a 1,4 million de joueurs problématique dont 400 000 joueurs excessifs

Q : différence entre les deux

IFP : excessif celui qui relève de la pathologie entre « », du suivi par une consultation d'addiction, qui a besoin d'être traité , le joueur problématique est en risque de déraiper, la question est de savoir si aujourd'hui on est encore à 1, 4 million de joueurs problématiques et 400 000 joueurs excessif , nous avons des indicateurs indiquant que le % de joueurs excessifs est en train d'augmenter, nous gérons le fichier des interdits de jeu (...) il a considérablement gonflé ces dernières années, 70 000 interdits de jeu et nous avons des demandes émanant de jeunes joueurs , il y a un certain nombre d'indices indiquant que le nombre de joueurs excessif augmente, on a demandé aux opérateurs de réduire la part de joueurs excessif dans leur modèle économique

Q : ils n'ont pas intérêt à le faire , la fdj veut plus de joueurs

IFP : oui ils veulent plus de joueurs mais pas nécessairement des excessifs nous essayons de faire baisser le % de joueurs excessif dans le pbj des opérateurs alimenté à 20 % par le jeu excessif

Q : vous écrivez que le jeu problématique génère 38% du CA et 21% pour les joueurs excessifs c'est considérable si on enlève ces joueurs les opérateurs continuent de gagner l'argent ?

IFP on a rien demandé sur les joueurs problématiques , on a demandé une baisse de joueurs excessifs qui relèvent d'un traitement psychiatrique, médicamenteux

Q : sans ces 21% est ce que ces opérateurs gagnent de l'argent ?

IFP : c'est probablement un changement de modèle économique qu'on demande aux opérateurs, donc c'est pour ça qu'il va falloir faire ça dans la durée, le plan stratégique s'étale sur 3 ans , concrètement il faut désintensifier la base clients, c'est à dire avoir un peu plus de joueurs mais moins excessifs

Q : quel est l'intérêt des opérateurs à faire cela

IFP : leur intérêt c'est le CA global à travers cette évolution du modèle économique ils gardent le même CA, ils y ont intérêt car en plus ils répondent à une demande croissante du public sur cette addiction, il y de plus en plusl'opinion publique est de plus en plus mobilisée sur cette crainte autour de l'addiction , autour de l'addiction aux écrans, au numérique et quelque part le pari sportif , le pari en ligne participe de cette crainte, si on les pousse à avoir un modèle économique (ME) équilibré c'est l'intérêt des opérateurs

Le cout pour la collectivité. :endettement problèmes scolaire qui payent c'est taxé ?

IFP = oui une taxation importante des jeux en France , les PP récupèrent 5, 5 milliards d'euros par an

Q : si je mise 10 euros sur un match de ligue I combien revient à l'état

IFP ;c'est un effort qu'on demande aux opérateurs mais c'est aussi un investissement, il faut que vous fassiez pivoter votre ME pour

être moins dépendant des joueurs excessifs car les risques liés à ce modèle sont en train de monter , car l'opinion public se mobilise , on commence à se préoccuper des conditions dans lesquels les jeunes jouent, on a de plus en plus de jeunes, on s'aperçoit qu'ils jouent alors qu'en réalité c'est interdit, cela fait un environnement qui n'est pas stable, donc c'est l'intérêt des opérateurs

Question auditeur : Bruno = le jeu est dans la nature humaine : pourquoi pas mais est ce qu'on pourrait pas déjà interdire la publicité qui profite à nos gloires nationale dans le sport, on a privatisé la FDJ, cela a bénéficié à certains hommes politiques selon un reportage de France 2 , ne pourrait-on pas revenir à un monopole d'État car on ne compte pas trop sur le privé pour s'auto réguler

Q : avec l'euro de foot on va avoir plein de publicités sur les paris

IFP : oui. La publicité est un levier d'action très intéressant pour nous, des pays ont décidé de bannir la publicité pour les jeux, l'Italie mais on s'aperçoit que l'interdiction totale de la pub est probablement pas si efficace, elle conduit surtout à développer l'offre illégale, l'offre légale ne pouvant plus assurer sa promotion, le bannissement total nous sommes un peu réservé , en revanche , il est clair que les investissement publicitaires ont continué d' augmenter ces dernières années. Mais à droit constant , sans rien changer du cadre juridique, on pourra pas faire plus que d'attirer la responsabilité des opérateurs sur la question de la pub, des pays font des chose intéressantes , ils interdisent la pub avant match, pendant, après, d'autres interdisent la pub numérique, on a des moyens si on le voulait de limiter la pub

Q : Le privé serait amené à moins réguler qu'un opérateur public

IFP : actuellement on a un monopole et un secteur en concurrence qui sont soumis à des règles , le problème de la FDJ c'est le mastodonte du secteur, plus de la moitié du CA, une position de monopole qui lui permet et une stratégie de croissance tout azimuth à travers des acquisitions récentes la crainte que nous avons c'est que la position de plus en plus forte de la FDJ suscite de la part des autres opérateurs des actions de défense qui consistent à surstimuler le joueur

Annexe 2 : Jeudi 4 juillet 2024 : Le dirigeant du groupe Barrière a été nommé président de «Casinos de France» (1🗨️)

Grégory Rabuel, directeur général du groupe Barrière, a été nommé président de «Casinos de France», a annoncé mercredi cette organisation patronale qui fédère le secteur, «à une période clé pour les casinos français qui font face à de nombreuses mutations». Il

remplace Olivier Raineau, patron du groupe Raineau, au terme d'un mandat de trois ans.

«Notre secteur devra se faire entendre davantage auprès des pouvoirs publics car c'est uniquement en conjuguant nos efforts et en collaborant étroitement avec l'État que nous pourrons avancer de manière pérenne», commente dans le communiqué le dirigeant du groupe Barrière, premier groupe de casinos en France avec 26 casinos, 1 club de jeux à Paris et 6 casinos à l'étranger.

«Partenaires essentiels»

Le nouveau président «entend accompagner l'action du syndicat pour durcir le combat contre la prolifération des casinos en ligne illégaux, réduire les inégalités entre les différentes filières de jeux d'argent et de hasard, spécifiquement en matière d'obligations réglementaires et de fiscalité».

«Dans une période de manque de moyens croissant des collectivités, notamment les plus rurales, les casinos apparaissent comme des partenaires essentiels», poursuit le communiqué, estimant que «c'est en continuant de travailler aux côtés des élus locaux que cette dynamique vertueuse pourra prospérer et perdurer».

Grégory Rabuel sera entouré de trois vice-présidents : Laurent Lassiaz, président du groupe JOA et également vice-président de l'European Casino Association, Fabrice Paire, président du directoire du groupe Partouche, et Romain Tranchant, président du groupe Tranchant. Le syndicat «Casinos de France», qui regroupe 147 casinos de toutes tailles et 5 clubs de jeux à Paris, représente en poids économique un peu plus de 87% du produit brut des jeux des établissements physiques proposant des jeux de casinos.

Annexe 3 : publicité WINAMAX : total des gains par région distribués par WINAMAX aux joueurs (paris sportifs , poker) en 2023

Région	Total des gains en 2023 (poker + paris sportifs)
Île-de-France	1 148 955 657 €
Auvergne-Rhône-Alpes	599 027 803 €
Provence-Alpes-Côte d'Azur	455 019 718 €
Occitanie	424 726 035 €
Hauts-de-France	399 478 914 €
Nouvelle-Aquitaine	376 289 175 €
Grand Est	360 685 374 €
Pays de la Loire	192 560 904 €
Normandie	185 996 194 €
Bretagne	174 960 405 €
Bourgogne-Franche-Comté	162 760 295 €
Centre-Val de Loire	134 746 564 €
Corse	39 416 688 €
TOTAL 2023	4 644 599 905 €

Annexe 4 : Article de JP MARTIGNONI-HUTIN

**Samedi 26 mars 2022 : Censure de la publicité
WINAMAX : une dérive liberticide de l'ANJ**

Censure de la publicité WINAMAX : une dérive liberticide de l'ANJ

Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, sociologue

Mars 2022

• jean-pierre.martignoni@univ-lyon2.fr

L'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) dirigée par Isabelle FAULQUE PIERROTIN a décidé d'interdire une publicité de WINAMAX, le célèbre opérateur de paris en ligne. Du jamais vu dans l'histoire de la publicité en France dans ce secteur. Bien que nous ayons déjà analysé dans différentes contributions – et notamment dans les deux dernières (1) - la politique néo-prohibitionniste engagée par l'ANJ sous la domination de la doxa du jeu pathologie, nous tenions à réagir par un court article à cette censure, qui apparaît comme une véritable dérive liberticide de l'autorité de la Rue Leblanc (*) siége de l'ANJ dans le XV^e à Paris

Le 17 mars 2022 l'ANJ a interdit une promotion commerciale - « Tout pour la Daronne : grosse cote, gros gain, gros respect" - réalisée par WINAMAX pour promouvoir ses paris sportifs, comme le font logiquement les 15 opérateurs de jeux en ligne autorisés depuis la loi du 12 mai 2010 (annexe 1). Même si l'autorité utilise un euphémisme diplomatique - elle prescrit à Winamax de retirer sa communication - c'est bien de la censure d'une publicité dont il s'agit. D'ailleurs curieusement comme si elle en avait conscience, l'ANJ précise benoîtement à la fin de son communiqué comme pour s'excuser : « c'est la première fois que l'ANJ exerce ce pouvoir de retrait d'une communication commerciale. »(2)

Les médias nationaux & régionaux - et même internationaux - ont été nombreux à réagir à cette mesure drastique. Si la plupart reprenne pro domo la dépêche AFP, certains soulignent par le choix des termes utilisés, le caractère autoritaire de la décision du gendarme des jeux. Le journal l'Equipe se distingue en consacrant un véritable article sur cet oukase* (terme qui nous ramène à l'actualité dramatique en Ukraine*) soulignant les contradictions de cette censure d'un autre âge (annexe1). Le quotidien de « l'actualité du sport en continue » - l'Equipe - parle de « revirement » de l'ANJ, de règles « encore plus strictes », encore plus « contraignantes »

(*) = terme juridique russe, proclamation du tsar qui a force de loi. Un exemple est l'oukase d'Ems (1876) interdisant l'usage de l'ukrainien dans l'empire russe.

- Le Parisien (17/3) = « Tout pour la daronne » : Winamax contraint de retirer sa publicité »
- jeanmarcmorandini.com sur Daily motion (17/3) = « L'Autorité nationale des jeux demande à l'opérateur de paris sportifs en ligne Winamax de retirer sa publicité "Tout pour la daronne" »
- Stratégies(le média des nouveaux modèles) 18/03 = Marie-Caroline Royet : « L'ANJ DEMANDE À WINAMAX LE RETRAIT DE SA PUBLICITÉ «TOUT POUR LA DARONNE» (LIRE AUSSI : « LA COM' DES PARIS SPORTIFS DANS LE VISEUR DES RÉGULATEURS » ; 10/03/2022 - Marie-Caroline ROYET et Ambrine ZIANI)
- CBnews 17/3, AMELLE NEBIA : «LA DARONNE DE WINAMAX A UN MOIS POUR SE RETIRER»

- [Le figaro économie](#) 17/3 = Paris sportifs : l'ANJ demande à Winamax de retirer une publicité « dans un délai d'un mois »
- [Notre temps](#) 17/3 = Paris sportifs: l'ANJ demande à Winamax de retirer une publicité "dans un délai d'un mois"
- [Le HuffPost](#) 17/3 : Paris sportifs: Winamax doit retirer sa pub "Tout pour la Daronne"
- [Sportbusiness.club](#) 17/3 = Winamax prier de retirer sa publicité
- [La république lorraine](#) 17/3 : Paris sportifs : Winamax sommé de retirer une publicité « dans un délai d'un mois »
- [Le progrès \(de Lyon\)](#) 17/3 = « Paris sportifs : Winamax sommé de retirer une publicité « dans un délai d'un mois »
- [Gaming intelligence](#), 18th March 2022 = « ANJ ORDERS WINAMAX TO PULL AD LINKING GAMBLING WITH SOCIAL ELEVATION » (ANJ ORDONNE À WINAMAX DE RETIRER L'ANNONCE LIANT LE JEU À L'ÉLEVATION SOCIALE)
- [Gioconewspoker.it](#) (gioMarzo 18, 2022) : « Winamax blastata dall anj per uno spot troppo agressive » (Winamax fustigé par l'anj pour une publicité trop agressive)
- [IGB igaming business.com](#) 18th March 2022 | By Robert Fletcher = "French regulator orders Winamax to withdraw advertising campaign : French gambling regulator l'Autorité Nationale des Jeux (ANJ) has ordered Winamax to withdraw one of its marketing campaigns after ruling it breached national advertising laws. ("Le régulateur français ordonne à Winamax de retirer sa campagne publicitaire : l'Autorité nationale des jeux (ANJ), l'Autorité nationale des jeux (ANJ), a ordonné à Winamax de retirer l'une de ses campagnes marketing après avoir jugé qu'elle avait enfreint les lois nationales sur la publicité.)
- [Gamblingnews.com](#) 18/3, Yasmin Moore = "The ANJ Forced Winamax to Take Down Ads that Breached Régulations" (L'ANJ a forcé Winamax à supprimer les publicités qui enfreignaient la réglementation)

L'équipe.fr : Alain Traquet , 18/3 : pourquoi winamax a été contraint de retirer sa publicité pour « la daronne » (annexe 1)

Il est très rare que le pays de la liberté - la France - censure messages ou films publicitaires, même quand ils apparaissent provocateurs. La campagne audacieuse pour ne pas dire aguicheuse de l'afficheur AVENIR (Les affiches Myriam, demain j'enlève le haut...) (3) - qui avait émoustillé et tenu en haleine de nombreux français et françaises pendant l'été 1981 - n'avait pas été interdite. Et il faut vraiment que les annonceurs poussent le bouchon très loin dans la provocation outrancière pour qu'ils subissent les foudres de la censure et soient obligés de retirer leurs publicités scandaleuses, par exemple dans le domaine de la mode et des parfums. Selon [lofficier.com](#) (site du magazine L'Officiel de la couture et de la mode de Paris fondé en 1921) la plupart des campagnes citées (confer ci-dessous) ont été « bannies et gravement critiquées, entraînant ainsi leur censure et leur retrait immédiat des panneaux publicitaires et pages de magazines à cause de leur contenu choquant et/ou de leurs images à caractère pornographique » (4).

- La campagne Sisley 2001 interdite dans plusieurs pays, où l'on voit le visage d'une mannequin très féminine, qui traie activement le pied d'une vache avec sa main et dirige le jet blanchâtre sur sa bouche qui dégouline
- La campagne Tom Ford Parfum pour homme en 2007 - interdite dans le monde entier - montrant un flacon de parfum posé entre les seins et ensuite masquant le sexe épilé d'un mannequin nue

- La campagne Sisley 2007 intitulée. Sisley fashion junkie, ou l'on voit deux mannequins aux yeux « stones » qui ont l'air de sniffer de la cocaïne. Interdite pour incitation à la consommation de drogue.
- La campagne Benetton 2015 ou un (faux) Pape et un (faux) Grand Mufti s'embrassent sur la bouche. Affiches retirées juste après leur mise en place.
- La campagne Miu Miu 2015 mettant en scène une jeune fille qui avait l'air très jeune, 12, 14 ans. Interdite pour incitation à la pornographie infantile, même si l'actrice Mia Goth avait 22 ans sur la photo.
- La campagne Dolce & Gabbana 2007 retirée pour incitation au viol en réunion.
- La campagne Saint Laurent par Hedi Slimane en 2015, retiré car mettant en scène une mannequin trop maigre. (5)

Mais avec la pub WINAMAX censurée par l'ANJ, nous sommes aux antipodes d'une campagne sulfureuse, instrumentalisant outrageusement le corps de la femme, provoquant l'interdit pénalement condamnable (pedo-criminalité, drogue..) ou insultant les religions. Voilà comment elle est résumée par l'Equipe : « Ce spot de deux minutes met en scène un jeune homme qui, après avoir gagné son pari, indique à sa mère le chemin d'un ascenseur, qui entame un trajet tonitruant de son immeuble vers un siège de classe affaires, dans un avion qui semble rejoindre une destination paradisiaque. Une référence claire à l'ascension sociale, grâce aux gains sans efforts issus des paris » (6).

Cette publicité n'a rien d'outrancière ou de provocante. Elle cherche (comme toutes les publicités !) à promouvoir de manière originale un service ou un produit, ici les paris sportifs de Winamax. Elle suggère dans une « fiction » survoltée pleine d'humour que si on gagne à un jeu d'argent on peut immédiatement aider sa famille, ses parents, améliorer sa situation financière et dans le meilleur des cas changer de vie.

La belle affaire ! L'ANJ enfonce des portes ouvertes et nous annonce qu'il pleut partout ou c'est mouillé et que c'est scandaleux. Si les gamblers jouent avec abnégation c'est en effet pour :

- mettre du beurre dans les épinards, améliorer leur situation financière
- s'offrir des plaisirs et des divertissements associés traditionnellement à la richesse (croisières, séjours de rêve dans des endroits paradisiaques, voyages en avion « en classe affaire, palaces, voitures, maisons, grands crus, restaurants etc...)
- changer de vie, modifier peu ou prou leur destin social en décrochant un gros jackpot
- aider ses proches, ses enfants en cas de gains, comme le fait le joueur dans la pub Winamax qui paye à sa maman un beau voyage

Même si les joueurs ne jouent pas que pour l'argent (les motivations sont multiples notamment dans le domaine des paris sportifs), ils jouent toujours pour l'argent dans l'espoir d'améliorer l'ordinaire, leur situation sociale, de faire plaisir aux gens qu'ils aiment. Mais le sublime habillage musical qui accompagne la maman qui monte au ciel dans la publicité Winamax indique bien que cette espérance est à relativiser. Il s'agit de la célèbre chanson d'Elvis PRESLEY "If I can dream" : si je peux rêver ? Visiblement non pour l'ANJ, qui considère qu'il est interdit de rêver à un

monde meilleur pour soi ou pour ses proches à travers des gains faits aux jeux.

Les raisons moralisatrices et/ou protectrices vis à vis des catégories sociales populaires mises en exergue par l'ANJ dans sa décision pour justifier cette censure, apparaissent donc surréalistes :

- « Les communications commerciales ne doivent pas associer la pratique du jeu d'argent et de hasard avec la possibilité de changer de statut social, de vivre des expériences hors du commun ou d'accéder à des services habituellement considérés comme réservés à des personnes très fortunées, par exemple un voyage en jet privé ou une croisière en yacht de luxe »
- « Il ressort (...) que le film de Winamax « Tout pour la Daronne » véhicule le message selon lequel les paris sportifs peuvent contribuer à la réussite sociale, entendue comme une ascension sociale ou un changement de statut social, en l'occurrence celle de la mère et de son fils grâce au gain qu'il a tiré d'un pari sportif victorieux. » (7)

Cette décision apparaît d'autant plus arbitraire et autoritaire que cette publicité avait été autorisée par l'ANJ et l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) en 2021 comme le rappelle le journal l'Équipe. « Nous l'avons visionné avant que Winamax le sorte et en dépit de toute l'astuce qui est la leur (la métaphore de l'ascenseur), cette pub n'est pas contraire à la législation, nous expliquait, en juin 2021, Isabelle Falque-Pierrotin, la présidente de l'ANJ. Ce spot a d'ailleurs été approuvé par l'ARPP et nous n'avions rien à y redire. » (8)

A la lecture du long « réquisitoire » mené par l'ANJ dans sa « sentence » (annexe 3) - pas moins de 5 pages - la justification de la censure devient ubuesque :

« Opérateur en ligne de paris sportifs et de poker, la société WINAMAX diffuse depuis 2021 auprès du public une communication commerciale intitulée « Tout pour la Daronne ». Plusieurs formats de cette vidéo ont été élaborés, dont la durée peut atteindre jusqu'à deux minutes. Celle de trente secondes, qui est aujourd'hui la plus utilisée par l'opérateur et est principalement diffusée à la télévision ainsi que sur les plateformes permettant leur visionnage, met en scène un jeune homme issu d'un milieu social modeste qui, après avoir remporté un pari sportif en ligne sur l'application mobile de l'opérateur WINAMAX, accompagne sa mère, elle aussi d'apparence modeste, jusqu'à un ascenseur. Celui-ci s'élève et passe par un étage où se trouve une femme dont la tenue vestimentaire et les manières sont généralement perçues comme celles d'une personne qui dispose d'un train de vie élevé. L'ascenseur poursuit sa montée et traverse rapidement un appartement luxueux avant de porter son occupante jusqu'au ciel dans un avion, où elle se trouve assise en classe dite Affaires » et où elle est saluée par un ambassadeur renommé de la société WINAMAX, M. Mohamed Henni* ». (9)

(*) Mohamed Henni, 32 ans est un vidéaste français connu pour ses vidéos de réaction à des matchs de foot, notamment ceux de l'OM. La page face book de cet influenceur compte plus de 196 000 abonnés

WINAMAC a naturellement contesté cette décision et le bien fondé de cette censure aberrante en précisant que leur publicité : « ne comporte

aucune incitation excessive au jeu , qu'elle « vise avant tout à générer une préférence de la part des parieurs face aux autres opérateurs » et ce « en véhiculant en priorité un style, des valeurs, un spectacle plutôt qu'en invitant directement à parier », ajoutant « qu' aucune somme n'est mise en scène » et qu'en définitive « C'est le fait de pouvoir faire plaisir qui est communiqué, plus que l'idée d'un gain excessif » (10)

Mais sans doute considéré comme coupable récidiviste (11) avant d'avoir été jugé, le bouc émissaire Winamax ne pouvait échapper à une censure quasi immédiate. L'opérateur a un mois pour retirer sa pub à partir de la décision de l'ANJ (Winamax demandait modestement de pouvoir diffusé ce film publicitaire jusqu'au 1/10/2022)

Comme l'ANJ a tous les pouvoirs, elle se croit tout permis et désormais se permet tout. Elle en a remis une couche dans sa réponse à Winamax. Et là nous changeons de dimension. Nous ne sommes plus seulement avec le père Ubu et son comique absurde, caricaturale, grotesque, nous tombons dans un univers "kafkaïen » au pouvoir bureaucratique omniprésent, pointilleux, systématique, total. La situation devient oppressive, sans issue. Il faut chercher la faute pour punir WINAMAX. Ca fait froid dans le dos. L'extrait de la décision (confer ci-dessous) montre le machiavélisme sémantique pervers utilisé par le fonctionnaire qui a rédigé ces lignes - car ce n'est certainement Isabelle FAULQUE PIERROTIN qui l'a fait même si elle a signé le texte - sur-interprétant dans un sens bien particulier chaque seconde de la pub WINAMAX dans un procès à charge totalement abscons.

Il serait intéressant qu'un journaliste d'investigation interroge ce fonctionnaire pour savoir s'il a travaillé en toute indépendance ou s'il a reçu des consignes avant de donner son « opinion » sur cette publicité. Une chose est certaine un membre de la doxa du jeu pathologie maladie , un addictologue ou une association prohibitionniste et moralisatrice anti jeu - ou une personne de très mauvaise fois souhaitant critiquer cette publicité par tous les moyens et plus largement dénoncer le principe même et la finalité des jeux d'argent en général - aurait pu écrire la même chose.

Nous sommes là dans une dérive liberticide abracadabrantique d'une totale mauvaise foi qui en plus enfonce des portes ouvertes avec de gros sabots de sens commun (ascenseurascenseur social). On reconnaît bien là intellectuellement l'esprit retors de la doxa du jeu pathologie et des associations anti jeu qui emploie ce procédé depuis des lustres pour par exemple prouver par tous les moyens le caractère « particulièrement addictif »... de tous les jeux d'argent ; le caractère « rapide » donc addictif du Rapido ; la liaison « évidente » entre taux de retour (TDR) élevé au joueur et addiction (étude JM Costes observatoire des drogues, observatoire des jeux et désormais membre du collège de l'ANJ) alors que rien n'a été prouvé scientifiquement. Etc.... (confer les multiples articles que nous avons consacrés à ces questions dont la liste figure

dans le portail HALSHS les archives ouvertes du CNRS
hal.support@ccsd.cnrs.fr)

extraits de la décision de l'ANJ concernant la censure de la publicité

Winamax : (notons que le rédacteur a détaillé les arguments avec retour paragraphe alors que généralement les textes de l'ANJ sont présentés de manière neutre et linéaire, notons également que le rédacteur censeur qui a rédigé ces lignes semble avoir été particulièrement scandalisé par le fait qu' à la fin de la publicité cette personne issue d'un « milieu social populaire » (la mère du joueur) – scandale des scandales - « sourit d'aise ») =

« la vidéo « Tout pour la Daronne » d'une durée de 30 secondes met en scène un jeune homme dont la mère :

- - présente l'apparence d'une personne issue d'un milieu social populaire ;
- - s'élève en ascenseur ; -
- - croise lors de cette élévation une femme richement vêtue et présentant les manières d'une personne supposée financièrement aisée ;
- - traverse un appartement spacieux et élégamment décoré ;
- - prend place au sein d'un avion parmi les passagers de la classe dite « affaires » ;
- - est assise dans le même partie de l'avion que M. Mohammed HENNI, personne dotée d'une forte notoriété, notamment auprès des plus jeunes, y compris des mineurs, qui la salue et l'accueille d'un geste de la main, main serrant un verre contenant un cocktail ;
- - et qui, enfin, sourit d'aise.

La vidéo de deux minutes de cette communication commerciale, qui est encore disponible sur le compte dont l'opérateur dispose sur la plateforme YOUTUBE, comporte ces mêmes symboles d'ascension sociale. Pris ensemble, l'Autorité considère que ces éléments véhiculent le message selon lequel les jeux d'argent peuvent contribuer à la réussite sociale, entendue comme une ascension sociale ou un changement de statut social, en l'occurrence celle de la mère et de son fils grâce au gain qu'il a tiré d'un pari sportif victorieux.
» (12)

(*)Mohamed Henni, 32 ans est un vidéaste français connu pour ses vidéos de réaction à des matchs de foot, notamment ceux de l'OM. La page face book de cet influenceur compte plus de 196 000 abonnés

Avec des justifications aussi absurdes c'est la totalité des publicités des opérateurs qui peuvent être retoquées. La doxa du jeu pathologie, les associations anti jeu et/ou moralisatrices en voudront toujours plus. Avec de tels arguments, toutes les communications commerciales pour les JHA seront facilement censurées. Car elles mettent toutes en scène :

- directement : le gain, l'argent, la possibilité d'améliorer sa situation financière, sa situation sociale et même en cas de big win de changer de vie

- indirectement : les attributs et les symboles de la richesse et tout ce qu'on peut s'offrir avec : voyage, avion, limousine, destination paradisiaque, diamants, bijoux, palaces, champagne....

Ensuite très facilement la doxa du jeu pathologie maladie, les associations moralistes ou celles qui exploitent le business du jeu compulsif à l'origine de cette usine à gaz passeront à l'étape suivante. Ils demanderont l'interdiction totale de la publicité pour les jeux. Comme celle obtenue en France pour le tabac en 1991 avec la loi Evin et plus récemment en Suisse suite à une votation populaire (13)

Et comme il est facile d'interdire, la tentation liberticide n'aura jamais de fin. On l'a vu avec le tabac. Après l'interdiction de la publicité pour les clops les censeurs prohibitionnistes hygiénistes s'en sont pris aux paquets de cigarettes en imposant dans les civettes les paquets de l'horreur aux images mortifères, appelés de manière mensongère paquets neutres. Mesure liberticide extrémiste qui s'ajoutant à l'augmentation incessante du prix du tabac (inflation qui sanctionne fortement les classes populaires) a fait exploser le trafic illégal de cigarettes pour le plus grand bonheur des mafias et des délinquants petits et grands avec les conséquences en matière de criminalité et de règlements de compte.

De la même manière après la publicité les différents doxa déjà citées s'en prendront :

- aux supports de jeu notamment aux jeux de grattage, aux machines à sousaccusé d'être trop attrayantes, colorées, joyeuses, musicales....
- aux multiples tirages des loteries à la télévision aux heures de grande écoute (loto, keno, millionnaire) jugées trop incitatives en prime time (pourquoi ne pas diffuser ces tirages racoleurs au milieu de la nuit pourrait suggérer la doxa)
- etc....

Au final cette décision de l'ANJ est inquiétante. Certes nous ne sommes pas étonnés, nous avons annoncé dans nos articles antérieurs que des mesures anti publicité seraient annoncées suite à la vraie fausse consultation organisée par l'ANJ.

Cette censure n'est pas anodine. Elle est le fruit d'un long processus (à nouveau confer nos multiples articles écrits depuis plus de 10 ans sur ces questions). Pour dire vite précisons que nous considérons que l'ANJ (et plus largement la Politique des jeux de la France) est sous la domination de la doxa du jeu pathologie maladie. Jean Michel COSTES (membre du collège de l'ANJ comme par hasard pour une très longue durée 2026) en est sans doute la figure emblématique. Charles COPPOLANI (le 2° et dernier Président de l'ARJEL, devenu ANJ) a fait entrer le loup dans la bergerie. Il s'y est désormais confortablement installé et intensifie son activisme de multiples manières.

Ce n'est pas Isabelle FAULQUE PIERROTIN, sans doute très soucieuse de la liberté après son long passage à la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des LIBERTES), qui s'est réveillé un beau matin en disant : « je vais interdire une publicité pour Winamax » Sa petite tournée

des « popotes ludiques » en province en début de mandat (casinos, champ de courses, bar tabac PMU, FDJ...) lui a montré que les JHA étaient une pratique sociale et culturelle, un divertissement populaire qui intéresse plus de 30 millions de Français, un secteur économique qui irrigue nos territoires, quartiers, communes.

Mais la Présidente de l'ANJ - et au-delà l'État toujours Croupier, Bercy - croit sans doute qu'il n'est pas dangereux de manger avec le diable...avec une grande cuillère et que le fameux slogan macroniste du « en même temps » permettra de mettre cette doxa dans sa poche sans déstabiliser l'économie des jeux. Pari incertain. Cette censure d'une publicité WINAMAX s'ajoute à de multiples mesures liberticides : communications alarmistes sur le jeu des mineurs, sur les interdits de jeu, décisions, interdictions, sondages, conventions...signés par l'ANJ ces derniers mois. (Par exemple avec l'UNAF, l'observatoire des drogues...) Ces mesures vont toutes dans le même sens que nous résumerons par l'apophtegme métabiblique : « tu ne joueras point » Une boîte de Pandore a été ouverte depuis plusieurs mois.

Par exemple quand l'ANJ et l'UNAF (sondage surdéterminé et instrumentalisé, convention (confer notre article = 14) ont agi – en instrumentalisant dans un sens univoque et négatif la sociologie des pratiques ludiques - comme une véritable police des familles en intervenant dans :

- l'intime des familles
- la culture ludique populaire
- la socialisation ludique primaire (parents, enfants)
- la transmission ludique intergénérationnelle (voir le point 6 ci-dessous des nouvelles mesures annoncées par l'ANJ dans son dernier collège du 17/3 qui concerne directement cette question)

En censurant une publicité banale et de bon aloi, l'ANJ a voulu faire un exemple. Mais fondamentalement elle brise une dynamique commerciale qui dans une économie concurrentielle et en démocratie passe forcément par une promotion publicitaire libre. Le processus juridico administratif total, le machiavélisme sémantique pervers.... employés par l'ANJ permettra désormais d'interdire n'importe quelle publicité pour les jeux.

Souhaitons que la représentation nationale (malgré l'actualité Covid, Ukraine) s'empare de ce dossier pour juguler cette folie liberticide qui gangrène l'ANJ depuis plusieurs mois et s'accélère (*). Elle ne sera pas sans conséquences sur l'économie des jeux de notre pays, la liberté de jouer à des jeux d'argent, la liberté de communiquer sur les jeux de hasard, la liberté des parents de transmettre leurs pratiques culturelles à leurs enfants y compris quand elles concernent les pratiques ludiques et les catégories populaires, la liberté de création des publicitaires sollicités par les opérateurs.... L'histoire des jeux de hasard (par exemple celle des machines à sous) montre qu'un

retour de la prohibition pour des prétextes sanitaires, moraux, idéologiques ou religieux est toujours possible, peu ou prou.

Dernier collège de l'ANJ du 17 mars 2022 = La « tentation liberticide » de l'ANJ se confirme

(*) Au moment où nous terminons cette contribution tombent les décisions du dernier collège de l'ANJ (17 mars 2022) qui confirment cette accélération des mesures liberticides (en cours ou à venir) concernant la publicité fait par les opérateurs et plus généralement l'ensemble de leur stratégie promotionnelle & commerciale pour 2022.

Nous reviendrons sur ce dossier dans d'autres articles mais les premiers éléments qui apparaissent confirment nos analyses et nos alertes sur l'aspect de plus en plus inquisiteur de la politique des jeux menée par l'ANJ :

Extraits du Compte rendu du collège de l'anj du 17 mars 2022 = Examen des Stratégies promotionnelles des opérateurs : des approbations sous conditions & une décision de rejet =

1. « volonté du régulateur de « désintensifier » le marché publicitaire en matière de jeu d'argent
2. rejet pur et simple de la stratégie promotionnelle de WINAMAX pour l'année 2022, après la censure de sa publicité
3. Pour les opérateurs sous monopole (FDJ et PMU) = leur politique promotionnelle doit demeurer mesurée et limitée
4. la politique promotionnelle de la FDJ doit consister à informer ses clients potentiels de l'existence de son offre et non encourager la pratique du jeu.
5. Le contenu des publicités des le FDJ ne doit pas faire miroiter des gains mirobolants, banaliser le jeu, stimuler la pratique de jeu.
6. Le PMU doit (souligner en caractère gras par l'ANJ) « s'abstenir de diffuser, dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie de recrutement par «la transmission», toute communication commerciale qui présenterait le jeu d'argent et de hasard comme un loisir familial impliquant des mineurs ou qui ferait référence à une initiation des mineurs aux jeux par un membre de leur famille. »
7. Le PMU « doit veiller à ce que la mise en œuvre de sa politique promotionnelle, en particulier via l'octroi de gratifications financières, ne conduise pas à renforcer l'intensification des pratiques de jeu qui caractérise déjà le pari hippique. » (15)

Il est interdit d'interdire ...

Au moment de terminer cette contribution nous tombons sur cet article – qui apparaît particulièrement ironique au moment où l'ANJ interdit une publicité pour Winamax - = « Il est interdit d'interdire ... de parier : INTERDICTIONS & LIMITATIONS DE PARIS : le conseil d'Etat tranche en faveur de l'ANJ - dans un décision en date du 24 mars 2021, qui opposait l'ANJ à l'Association Française du Jeu En Ligne (AFJEL). Oui, les dispositions du code de la consommation s'appliquent bien aux rapports entre parieurs et opérateurs. Non, les bookmakers ne peuvent

pas arbitrairement limiter la liberté de parier de leurs clients » (16) (club poker /bar des sports du 8 avril 2021)

© Jean-Pierre G. MARTIGNONI-HUTIN, Université Lumière, Lyon 2,
Centre Max Weber (CMW) UMR 5283 II, LYON,France,UE.

NOTES =

1. Jean-Pierre MARTIGNONI : A quel jeu joue l'Autorité Nationale des Jeux ? : Néo prohibition ou poudre de perlimpinpin ?(I) (Première Partie) (décembre 2021, IO pages, 15 notes, 3 annexes)(publié sur lescasinos.org : 14/12/ 2021) Jean-Pierre MARTIGNONI : A quel(s) jeu(x) joue l'Autorité Nationale des Jeux ? : Néo prohibition ou poudre de perlimpinpin ?(II) (Deuxième Partie) (18 pages, 22 notes, 3 annexes) (publié sur CASINO LÉGAL FRANCE 17 janvier 2022)
2. L'ANJ demande à Winamax le retrait de sa publicité « Tout pour la daronne »(communiqué anj, actualités, 17/3/2022,3 pages)
3. En aout 1981 l'afficheur AVENIR. qui voulait relancer le marché de l'affichage en montrant sa capacité d'action sur les espaces publicitaires pendant la période estivale, recouvre ses propres panneaux publicitaires d'une affiche avec la photo d'une belle jeune femme en bikini. (le mannequin Myriam SZABO) L'affiche annonce : « le 2 septembre, j'enlève le haut ». Et effectivement contre toute attente à la date annoncée la jeune femme a ôté le haut de son maillot de bain, dévoilant sa poitrine. Le texte de l'affiche précise alors : « le 4 septembre, j'enlève le bas ». A la rentrée de septembre la dernière affiche de cette campagne publicitaire hot montre à la surprise générale qu'en effet le modèle a retiré le bas de son maillot mais comme elle pose de dos, seules ses fesses musclées et bronzées sont dénudées. Un slogan qu'il est difficile de contester conclue cette campagne originale, maligne et malicieuse réalisée par l'agence CLM/BBDO : « AVENIR, l'afficheur qui tient ses promesses ».
4. « Les 15 campagnes mode les plus controversées = Parce que le monde de la mode n'a cessé de repousser les limites de la bienséance, il n'est pas rare que certaines campagnes de publicité flirtent avec le scandale, voire le carrément dérangeant. Entre nudité, drogue et jeux dangereux, petit florilège des plus gros chocs mode de ces dernières années ». (18.01.2021 by L'Officiel Brésil, lofficiel.com)
5. Source Ibid : 18.01.2021 by L'Officiel Brésil, lofficiel.com
6. L'équipe.fr : Alain Traquet, 18/3 : pourquoi winamax a été contraint de retirer sa publicité pour « la daronne »
7. Ibid. = L'ANJ demande à Winamax le retrait de sa publicité « Tout pour la daronne »(communiqué anj, actualités, 17/3/2022,3 pages)
8. Ibid L'équipe.fr : Alain Traquet, 18/3 : pourquoi winamax a été contraint de retirer sa publicité pour « la daronne »
9. « DECISION N° 2022-073 DU 17 MARS 2022 PRESCRIVANT A LA SOCIETE WINAMAX LE RETRAIT DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE « TOUT POUR LA DARONNE » (Paris, 17 mars 2022. ANJ, signée par La Présidente de l'Autorité nationale des jeux, Isabelle FALQUE-PIERROTIN, 5 pages)
10. ibid =« DECISION N° 2022-073 DU 17 MARS 2022 »
11. « Ce n'est pas la première fois que Winamax est dans le viseur. L'an dernier, « Tout pour la daronne » avait servi de plan B à

l'opérateur après le retrait d'un autre spot publicitaire controversé, « Le nouveau roi ». On y voyait un jeune de cité, casquette à l'envers, porté en triomphe et révérend dans son quartier après un pari gagné, suivi du message : « Grosse cote, gros gain, gros respect ». (L'équipe.fr : Alain Traquet, 18/3 : pourquoi winamax a été contraint de retirer sa publicité pour « la daronne »

12. ibid = « DECISION N° 2022-073 DU 17 MARS 2022
13. Les Suisses votent pour l'interdiction des publicités pour le tabac, lors d'un référendum (ouest France 13/2) (à une très faible majorité de 54 % il est vrai et avec un faible taux de participation de 44,2%)
14. Jean-Pierre MARTIGNONI : UNAF, ANJ : Police des familles joueuses ? = Une intrusion sociologique de l'UNAF et de l'ANJ dans la socialisation ludique primaire qui pose problème (avril 2021, 45 pages, 51 notes, 12 annexes) (publié sur : lescasinos.org 7/4/2021 casino legal France 8/4/2021) = RESUME = Va-t-on bientôt imposer une amende de 135 euros à un papa joueur achetant un ticket de grattage à son fils ? Priver d'autorité parentale une maman qui utiliserait la pochette cadeau de la FDJ pour offrir des jeux à sa fille pour son anniversaire ? Mettre en examen un turfiste qui emmènera son fils sur un hippodrome pour voir le spectacle des courses ? Interroger les couples qui s'envoient des clins d'œil ludiques le jour de la Saint Valentin ? Demander des comptes aux familles qui partent en vacances avec leurs enfants mineurs et fréquentent chaque été les casinos dans les 200 stations thermales, balnéaires et climatiques ou ils sont autorisés ? Envoyer une assistante sociale chez les parents qui évoquent devant leur progéniture ce qu'ils feraient s'ils gagnaient le pactole à un jeu d'argent ? IN MEDIAS RES* On peut s'interroger à la lecture du sondage commandé par l'ANJ (Autorité Nationale des Jeux) sur la socialisation ludique primaire et à celle des conseils que l'UNAF (Union nationale des associations familiales) se permet de donner aux parents en matière de jeux de hasard. (*) sentence latine empruntée à Horace qui évoquait le style d'Homère capable dans un bref préambule d'emporter son auditoire au cœur de l'action
15. Compte rendu du collège de l'anj du 17 mars 2022 Examen des Stratégies promotionnelles des opérateurs : des approbations sous conditions & une décision de rejet (anj , 17 mars 2022, 2 pages) voir également : Annonce à la une du site de l'anj : 23/3/2022 actualités (court extrait du communiqué) Examen des Stratégies promotionnelles des opérateurs : des approbations sous conditions & une décision de rejet (actualités Le 23.03.2022) ; Communiqué complet = Stratégies promotionnelles des opérateurs : des approbations sous conditions & une décision de rejet (anj, 4 pages, 23/3/2022)
16. club poker /bar des sports (super caddy) du 8 avril 2021)

ANNEXES

Annexe 1 : liste des I5 opérateurs agréés par l'ANJ

1. B.E.S. SAS, Nom des sites : bwin.fr - partypoker.fr Catégories : Paris sportifs - Jeux de cercle
2. Betclic Enterprises Limited Nom des sites : betclic.fr Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques - Jeux de cercle
3. Feeling Publishing Nom du site : feelingbet.fr ; Catégories : Paris sportifs

4. GENYBET ; Nom des sites : genybet.fr ; Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques
5. GM GAMING LIMITED ; Nom des sites : betway.fr ; Catégories : Paris sportifs
6. Joabet, Nom des sites : joa-online.fr - joabet.f ; Catégories : Paris sportifs
7. La Française des Jeux ; Nom des sites : parionsweb.fr - parionsweb.fdj.fr - enligne.parionssport.fdj.fr ; Catégories : Paris Sportifs
8. Netbet FR SAS ; Nom des sites : netbet.fr - netbetsport.fr ; Catégories : Paris sportifs
9. Pari Mutuel Urbain ; Nom des sites : pmu.fr ; Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques - Jeux de cercle
10. Reel Malta Limited ; Nom des sites : pokerstars.fr - pokerstarsmobile.fr - betstars.fr - pokerstarssports.fr ; Catégories : paris sportifs - Jeux de cercle
11. Sportnco Gaming SAS ; Nom des sites : france-pari.fr - feelingbet.fr ; Catégories : Paris Sportifs - Paris Hippiques
12. SPS Betting France Limited ; Nom des sites : unibet.fr ; Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques - Jeux de cercle
13. Vivaro Limited ; Nom des sites : vbet.fr - pasinobet.fr - barrierebet.fr - partouchesport.fr ; Catégories : Paris sportifs
14. Winamax ; Nom des sites : winamax.fr ; Catégories : Paris sportifs - Jeux de cercle
15. Zeturf France Limited ; Nom des sites : zeturf.fr - zebet.fr ; Catégories : Paris sportifs - Paris hippiques

Annexe 2 = L'Autorité nationale des jeux (ANJ) demande le retrait d'un spot controversé de l'opérateur de paris en ligne Winamax, intitulé « Tout pour la daronne », alors qu'il avait été validé l'an dernier. Car entre-temps, la règle a changé. (Alban Traquet. L'équipe : 18 mars 2022)

« Tout pour la daronne » et bientôt plus rien, sur les écrans en tout cas. Ce spot controversé de l'opérateur de paris en ligne Winamax a fait l'objet, le 17 mars, d'un blocage de l'Autorité nationale des jeux (ANJ). Le régulateur français des jeux d'argent a ordonné à la société « le retrait de sa publicité [...] dans un délai d'un mois », en considérant qu'elle « véhicule le message selon lequel les paris sportifs peuvent contribuer à la réussite sociale ». C'est la première fois que l'ANJ exerce son pouvoir de retrait d'une communication commerciale. Contacté, Winamax n'a souhaité faire « aucun commentaire » sur le sujet.

Ce spot de deux minutes met en scène un jeune homme qui, après avoir gagné son pari, indique à sa mère le chemin d'un ascenseur, qui entame un trajet tonitruant de son immeuble vers un siège de classe affaires, dans un avion qui semble rejoindre une destination paradisiaque. Une référence claire à l'ascension sociale, grâce aux gains sans efforts issus des paris.

Dans sa décision motivant sa demande de retrait, l'ANJ explique également que cette « daronne » est « assise dans la même partie de l'avion que Mohammed Henni personne dotée d'une forte notoriété, notamment auprès des plus jeunes, y compris des mineurs, qui la salue et l'accueille d'un geste de la main, main serrant un verre contenant un cocktail. »

Winamax déjà épinglé l'an dernier

Cette demande de retrait est un revirement, car l'an dernier, la même publicité avait été autorisée par l'ANJ. « Nous l'avons visionné avant que Winamax le sorte et en dépit de toute l'astuce qui est la leur (la métaphore de l'ascenseur), cette pub n'est pas contraire à la législation, nous expliquait, en juin 2021, Isabelle Falque-Pierrotin, la présidente de l'ANJ. Ce spot a d'ailleurs été approuvé par l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) et nous n'avions rien à y redire. »

Mais aujourd'hui, oui... Et il y a une raison : après un Euro saturé de pubs pour les sites de paris, lors des retransmissions de matches, l'été dernier, et une consultation auprès de différents acteurs, l'ANJ a dû ajuster sa réglementation sur ce sujet, issu d'un décret du 4 novembre 2020 relatif à ses « modalités de régulation ». Pour rendre ces règles plus contraignantes.

Le 17 février, le régulateur national, qui a relevé sans mal « certains excès » lors du dernier Euro et une « intensification inédite de la pression publicitaire », a donc adopté de nouvelles lignes directrices, publiées sur huit pages. Elles précisent les prescriptions des textes antérieurs, notamment lorsque les publicités suggèrent que « jouer contribue à la réussite sociale ». Pour l'ANJ, ces publicités « ne doivent pas associer la pratique du jeu d'argent et de hasard avec la possibilité de changer de statut social, de vivre des expériences hors du commun ou d'accéder à des services habituellement considérés comme réservés à des personnes très fortunées, par exemple un voyage en jet privé ou une croisière en yacht de luxe. »

C'est dans ce nouveau cadre que l'organisme a estimé que le spot « Tout pour la daronne » mordait désormais la ligne blanche, malgré sa validation initiale par les autorités compétentes. Ce n'est pas la première fois que Winamax est dans le viseur. L'an dernier, « Tout pour la daronne » avait servi de plan B à l'opérateur après le retrait d'un autre spot publicitaire controversé, « Le nouveau roi ».

On y voyait un jeune de cité, casquette à l'envers, porté en triomphe et révérend dans son quartier après un pari gagné, suivi du message : « Grosse cote, gros gain, gros respect ». Avec l'application du décret de novembre 2020, la diffusion de ce spot, qui avait créé beaucoup de polémiques, était devenue illégale. Jusqu'à ce que son successeur soit frappé, aujourd'hui, de la même sanction, grâce à des règles encore plus strictes.

Annexe 3 =

REPUBLIQUE FRANCAISE _____
 Autorité nationale des jeux _____

DECISION N° 2022-073 DU 17 MARS 2022 PRESCRIVANT A LA
 SOCIETE WINAMAX
 LE RETRAIT DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE « TOUT
 POUR LA DARONNE »

Vu le code de la sécurité intérieure, notamment ses articles L. 320-3, L. 320-4 et D. 320-9 ;

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 second alinéa du IV de son article 34 ;

Vu le décret n°2020-1349 du 4 novembre 2020 relatif aux modalités de régulation de l'Autorité nationale des jeux, notamment son article 45 ;

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

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

Vu le courrier adressé par la société WINAMAX à la présidente de l'Autorité nationale des jeux le 4 mars 2022 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 17 mars 2022, Considérant ce qui suit :

Sur le cadre juridique

1. Aux termes du premier alinéa de l'article L. 320-2 du code de la sécurité intérieure : « 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 ; ils font l'objet d'un encadrement strict aux fins de prévenir les risques d'atteinte à l'ordre public et à l'ordre social, notamment en matière de protection de la santé et des mineurs ». Selon le 1° de l'article L. 320-3 de ce code : « 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 : / 1° Prévenir le jeu excessif ou pathologique et protéger les mineurs ». L'article L. 320-4 du même code dispose : « Les opérateurs de jeux d'argent et de hasard définis à l'article L. 320-6 concourent aux objectifs

1

Mentionnes aux 1°, 2° et 3° de l'article L. 320-3. Leur offre de jeu contribue à canaliser la demande de jeux dans un circuit contrôlé par l'autorité publique et à prévenir le développement d'une offre illégale de jeux d'argent ».

2. Le deuxième alinéa du I de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée prévoit que l'Autorité nationale des jeux « veille au respect des objectifs de la politique des jeux définis à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure pour les jeux et paris sous droits exclusifs, les jeux et paris en ligne soumis à agrément et, à l'exception des objectifs mentionnés aux 2° et 3° du même article, pour les jeux des casinos et des clubs de jeu ». Selon le second alinéa du IV de cet article 34 : « L'Autorité peut, par une décision motivée, prescrire à un opérateur le retrait de toute communication commerciale incitant, directement ou indirectement au jeu des mineurs ou des personnes interdites de jeu ou comportant une incitation excessive à la pratique du jeu ».
3. En vertu du 2° de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure : « Toute communication commerciale en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard est interdite : [...] / 2°

Lorsqu'elle suggère que jouer contribue à la réussite sociale ». La communication n° 2022-C-001 du 17 février 2022 de l'ANJ susvisée exprime en ses points 19 à 21 l'interprétation que l'Autorité fait des dispositions du 2° de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure : « 19. L'Autorité considère que la réussite sociale est une notion large qui doit s'entendre comme recouvrant la réussite financière, le succès sentimental ou sexuel, la gloire, le pouvoir, le respect, l'admiration des tiers ou un signe de maturité. / 20. La représentation de signes extérieurs de richesse ou de produits de luxe, tels que des voitures de sport ou villas de rêve, doit ainsi être exclue des communications commerciales pour les jeux d'argent et de hasard. / 21. De même, les communications commerciales ne doivent pas associer la pratique du jeu d'argent et de hasard avec la possibilité de changer de statut social, de vivre des expériences hors du commun ou d'accéder à des services habituellement considérés comme réservés à des personnes très fortunées, par exemple un voyage en jet privé ou une croisière en yacht de luxe ». Par ailleurs, elle ajoute, s'agissant des publicités hyperboliques que « 32. Les publicités hyperboliques sont autorisées sous réserve qu'elles n'aient pas pour effet, par le recours à l'emphase, à la parodie ou à une mise en scène manifestement exagérée, de contourner ou de porter atteinte aux dispositions de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure susmentionnées ».

4. Il résulte des dispositions précitées qu'il appartient à l'Autorité de s'assurer que les opérateurs légalement autorisés concourent à l'objectif d'intérêt général de prévention du jeu excessif ou pathologique que poursuit l'Etat en matière de jeux, en veillant à ce qu'ils ne diffusent aucune communication commerciale interdite, notamment une publicité suggérant que le jeu contribue à la réussite sociale. L'Autorité dispose de la faculté, dont elle doit motiver l'exercice, de prescrire à l'opérateur diffusant une telle communication commerciale prohibée de la retirer, sans préjudice de l'opportunité dont elle dispose par ailleurs d'ouvrir à son encontre une procédure de sanction.

Les faits et la procédure

5. Opérateur en ligne de paris sportifs et de poker, la société WINAMAX diffuse depuis 2021 auprès du public une communication commerciale intitulée « Tout pour la Daronne ». Plusieurs formats de cette vidéo ont été élaborés, dont la durée peut atteindre jusqu'à deux minutes. Celle de trente secondes, qui est aujourd'hui la plus utilisée par l'opérateur et est principalement diffusée à la télévision ainsi que sur les plateformes permettant leur visionnage, met en scène un jeune homme issu d'un milieu social modeste qui, après avoir remporté un pari sportif en ligne sur l'application mobile de l'opérateur WINAMAX, accompagne sa mère, elle aussi d'apparence

2

Modeste, jusqu'à un ascenseur. Celui-ci s'élève et passe par un étage où se trouve une femme dont la tenue vestimentaire et les manières sont généralement perçues comme celles d'une personne qui dispose d'un train de vie élevé. L'ascenseur poursuit sa montée et traverse rapidement un appartement luxueux avant de porter son occupante jusqu'au ciel dans un avion, où elle se trouve assise en classe dite « Affaires » et où

elle est saluée par un ambassadeur renommé de la société WINAMAX, M. Mohamed Henni.

6. Par lettre recommandée avec accusé de réception et courrier électronique du 23 février 2022, la présidente de l'Autorité nationale des jeux (ANJ) a informé la société WINAMAX de l'inscription éventuelle à l'ordre du jour de la séance du collège de l'ANJ du 17 mars suivant d'un point portant sur l'adoption par celui-ci d'une décision, prise en application des dispositions précitées du second alinéa du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée, prescrivant le retrait sur tout canal de la communication commerciale dénommée « Tout pour la Daronne ».
7. Par courrier électronique du 4 mars 2022, la société WINAMAX a contesté le bien-fondé de ce projet de décision et demandé à l'Autorité la possibilité de pouvoir diffuser ce film jusqu'au 1er septembre 2022. La prescription du retrait de la communication commerciale « Tout pour la Daronne »
8. En premier lieu, la société WINAMAX affirme que la communication dont s'agit ne comporte aucune incitation excessive au jeu, qu'elle « vise avant tout à générer une préférence de la part des parieurs face aux autres opérateurs » et ce, « en véhiculant en priorité un style, des valeurs, un spectacle plutôt qu'en invitant directement à parier », étant ajouté « [qu'] aucune somme n'est mise en scène », de sorte que, en définitive, « C'est le fait de pouvoir faire plaisir qui est communiqué, plus que l'idée d'un gain excessif ».
9. S'il lui est loisible de faire la promotion de son offre de jeu auprès du public à travers des communications commerciales originales et révélatrices de la spécificité de ses services par rapport à ceux de ses concurrents, un opérateur n'en reste pas moins tenu de respecter les obligations mises à sa charge, en s'assurant que ses communications, qui portent sur un service qui n'est pas ordinaire, ne comportent pas d'incitation excessive au jeu. A cet égard, la circonstance que la communication commerciale de l'opérateur ne fait pas ostensiblement mention de la somme gagnée n'exclut pas qu'elle puisse être regardée comme une incitation excessive au jeu. Au reste, en l'occurrence, si elle n'est pas en tant que telle visible dans la vidéo, la perception d'une somme d'argent importante par le jeune parieur est évidente : c'est elle qui rend possible l'ascension sociale de sa mère. Il est remarquable, à cet égard, qu'un sondage commandé à la société ODOXA par l'opérateur en octobre 2021 révèle que 58 % des plus jeunes parieurs considèrent que ce spot met en avant l'idée que parier constitue un moyen facile de faire fortune.
10. En deuxième lieu, la société WINAMAX soutient que la communication commerciale « Tout pour la daronne » ne porte aucun message qui, directement ou indirectement, serait contraire aux dispositions précitées de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure. L'opérateur ajoute « qu'aucune satisfaction à s'enlever [n'est] mise en scène (la mère est effrayée durant cette montée » et « [qu'] aucune valorisation d'un statut social pour le gagnant » n'est réalisée.
11. Ainsi qu'il l'a dit au point 5, la vidéo « Tout pour la Daronne » d'une durée de 30 secondes met en scène un jeune homme dont la mère :

- présente l'apparence d'une personne issue d'un milieu social populaire ;

- - s'élève en ascenseur ; • - croise lors de cette élévation une femme richement vêtue et présentant les manières d'une personne supposée financièrement aisée ;
- - traverse un appartement spacieux et élégamment décoré ;
- - prend place au sein d'un avion parmi les passagers de la classe dite « affaires » ;
- - est assise dans la même partie de l'avion que M. Mohammed HENNI, personne dotée d'une forte notoriété, notamment auprès des plus jeunes, y compris des mineurs, qui la salue et l'accueille d'un geste de la main, main serrant un verre contenant un cocktail ;
- **- et qui, enfin, sourit d'aise.**

La vidéo de deux minutes de cette communication commerciale, qui est encore disponible sur le compte dont l'opérateur dispose sur la plateforme YOUTUBE, comporte ces mêmes symboles d'ascension sociale.

12. Pris ensemble, l'Autorité considère que ces éléments véhiculent le message selon lequel les jeux d'argent peuvent contribuer à la réussite sociale, entendue comme une ascension sociale ou un changement de statut social, en l'occurrence celle de la mère et de son fils grâce au gain qu'il a tiré d'un pari sportif victorieux. La société WINAMAX le reconnaît d'ailleurs elle-même lorsqu'elle précise que l'idée d'élévation sociale « n'est jamais rendue explicite », admettant ainsi qu'elle l'est implicitement, ce qui signifie, pour reprendre le terme employé au 2° de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure, que l'opérateur la « suggère ». C'est donc à tort que l'opérateur soutient que la communication commerciale en cause ne porte pas atteinte aux dispositions de cet article, telles qu'interprétées par l'Autorité dans les lignes directrices du 17 février 2022 susvisées.
13. En troisième lieu, la société WINAMAX affirme avoir agi en transparence à l'égard de l'Autorité nationale des jeux lors de la préparation de la communication commerciale « Tout pour la Daronne », communication par ailleurs plusieurs fois modifiée à la demande de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), laquelle ne s'est pas opposée à sa diffusion.
14. Outre que le fait qu'elle ne précise pas les conséquences juridiques qui s'attacheraient à cette affirmation, le société WINAMAX ne saurait tenir de l'avis préalable rendu par les services de l'ANJ, qui est délivré aux opérateurs qui les saisissent au titre de l'accompagnement à la conformité ainsi qu'il est précisé dans le cadre de référence susvisé, une quelconque validation définitive de la communication en cause, qui relève de l'appréciation du collège de l'Autorité, seul compétent pour prescrire le retrait de la communication commerciale en application du V de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée et, le cas échéant, saisir sa commission des sanctions sur le fondement de l'article 43 de cette loi. A cet égard, il est constant que le collège de l'Autorité n'a jamais indiqué, d'une part, que la communication commerciale « Tout pour la Daronne » serait conforme aux dispositions des articles L. 320-3 du code de la sécurité intérieure ainsi qu'à celles du 2° de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure, ni, d'autre part, qu'il n'en prescrirait jamais le retrait. La circonstance que l'ARPP ne se soit pas opposée à la diffusion de cette

communication commerciale doit, en tout état de cause, être regardée comme un argument inopérant.

15. Enfin, il convient de préciser que la circonstance alléguée par la société WINAMAX que cette communication commerciale n'inciterait pas au jeu des mineurs est sans incidence, en l'espèce, sur la mise en œuvre par l'ANJ du pouvoir qu'elle tire du second alinéa du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée, dès lors que la présente décision est motivée par la méconnaissance

4

de la communication en cause aux dispositions combinées des articles L. 320-3, 1°, L. 320-4 et de celles du l'article D. 320-9, 2° du même code de la sécurité intérieure.

16. Il résulte de ce qui précède que la communication commerciale « Tout pour la Daronne » viole l'interdiction érigée au 2° de l'article D. 320-9 du code de la sécurité intérieure et que l'opérateur, en la diffusant, ne satisfait pas à son obligation de concourir à l'objectif qui lui a été fixé par la loi de prévenir le jeu excessif ou pathologique. L'Autorité est ainsi fondée à user de la faculté que lui confère le second alinéa du IV de l'article 34 de la loi du 12 mai 2010 susvisée de prescrire à la société WINANAX le retrait sur tout support de cette communication commerciale, dans le délai fixé au dispositif de la présente décision.

DECIDE :

Article 1er : L'Autorité nationale des jeux prescrit à la société WINAMAX de retirer sa

Communication commerciale intitulée « Tout pour la Daronne » de tout support de diffusion. Article 2 : Ce retrait interviendra au plus tard dans un délai d'un mois à compter de la notification

de la présente à la société WINAMAX.

Article 3 : Le directeur général de l'Autorité nationale des jeux est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera notifiée à la société WINAMAX et publiée sur le site Internet de l'Autorité, occultée de celles de ses mentions protégées par le secret des affaires.

Fait à Paris, le 17 mars 2022.

La Présidente de l'Autorité nationale des jeux

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Décision publiée sur le site de l'ANJ le 17 mars 2022