

## La Française des Jeux se fait épingler pour sa stratégie promotionnelle et publicitaire

mer 01/03/2023 - 15:18



Mauvaise nouvelle pour la Française des Jeux (FDJ). Deux semaines après avoir dévoilé des résultats très positifs pour l'année 2022, l'opérateur historique et unique de la loterie en France s'est vu rejeter sa stratégie promotionnelle 2023 par l'autorité nationale des jeux (ANJ), la jugeant pas assez « limitée et mesurée ».

L'ANJ, qui approuve chaque année les stratégies promotionnelles des entreprises actives dans le secteur des jeux d'argent, n'a rejeté que celle de la FDJ, et approuvé 18 autres. L'organisme constate que la FDJ n'a que partiellement répondu aux réserves formulées en 2022 par l'Autorité sur l'ampleur et les modalités de sa stratégie promotionnelle.

Il pointe en particulier « une stratégie offensive de promotion de son offre de loteries destinée à recruter un nombre élevé de nouveaux joueurs et à faire de la loterie un produit de consommation courante notamment par le recours à l'influence, l'activation de gratifications via des applications de promotions privées proposant des bonnes affaires », précise l'autorité. Désormais, la Française des Jeux dispose désormais d'un délai d'un mois pour faire une nouvelle demande d'approbation de sa stratégie promotionnelle.