

Rapport : La publicité pour les paris lors des play-offs du championnat de Belgique de football et son impact sur l'activité des paris

Commission des jeux de hasard, 2019

Coordinatrice : Jasmien Claeys

Equipe de contrôle : Norbert Boyen, Jasmien Claeys, Frédéric Dulière,
Luc Evrard, Luc Hendrickx, Peter Naessens & Luc Wilmet

Revue de presse : Marjolein De Paepe

Mise en page et back-office : Karlien De Veirman & Eline Guerbaoui

Vérification de la version française : Guillaume François



Table des matières

Introduction.....	5
1. Le contexte	6
Arrêté royal	6
Déclaration d'engagement entre la Commission des jeux de hasard et la Pro League	7
2. Objectif de l'enquête	8
3. Publicité pour les paris	8
1) Pour qui fait-on de la publicité pour les paris? Un aperçu des opérateurs de paris dans le monde du football.....	8
Play-off 1.....	8
Play-off 2, groupe A.....	9
Play-off 2, groupe B.....	10
2) Publicité pour les paris sur les sites Web des clubs de football.....	12
3) Publicité pour les paris par le biais des comptes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter).....	26
Aperçu des équipes de football et de leurs comptes de réseaux sociaux	26
A. Facebook	29
B. Twitter	48
C. Instagram.....	59
4) Publicité pour les paris sur les billets d'entrée aux matchs des play-offs.....	67
Abonnements	71
Billets à l'unité pour des matchs individuels des play-offs.....	73
5) Publicité pour les paris dans les courriels après enregistrement sur le site Web du club de football	78
6) Publicité pour les paris sur les tenues des joueurs	83
1. Royal Antwerp FC	84
2. FC Bruges	85
3. La Gantoise	87
4. Standard de Liège	87
5. KV Ostende	88
6. Sporting Charleroi.....	88
7. STVV.....	89
8. Cercle Bruges.....	89
9. KV Courtrai	90
10. Royal Excel Mouscron.....	90
11. Waasland-Beveren	91

7) Publicité pour les paris dans et autour du stade de football	91
Autre sponsoring dans le stade	131
8) Publicité dans les retransmissions télévisées de matchs en direct.....	140
A. La publicité avant et après le match et pendant la mi-temps.....	140
B. Publicité pendant le match.....	142
9) Publicité pour les paris dans les programmes d'analyse de matchs à la télévision	157
Programmes d'analyse de matchs sur des canaux non payants	157
Programmes d'analyse de matchs sur des canaux payants	160
10) Publicité pour les paris sur les sites d'information footballistique	161
11) Publicité pour les paris dans les compétitions de football étrangères	165
Compétition espagnole (La Liga)	165
Compétition italienne (Serie A)	166
Compétition néerlandaise (Eredivisie)	168
Compétition allemande (Bundesliga).....	168
Compétition anglaise (Premier League) & écossaise (Scottish Premiership).....	169
Conclusion	171
12) La publicité pour les paris dans d'autres sports	172
13) Conclusion : la publicité pour les paris pendant les play-offs de la Jupiler Pro League	185
14) La publicité pour les paris et l'accord de coopération entre la Pro League et la Commission des jeux de hasard	188
4. Impact des play-offs sur l'activité des paris	190
1) Journées de match, dates des matchs et nombre de matchs des play-offs	191
2) Nouveaux enregistrements sur un site de paris pendant les play-offs de la Jupiler Pro League	191
3) Nombre d'inscriptions de joueurs pendant les Play-offs de football.....	194
A. ÂGE	197
B. SEXE	200
C. RÉGION ¹	202
4) Total des mises et des gains pour les paris hors ligne	205
5) Total des mises et des gains pour les paris en ligne	208
Mises et gains pour tous les paris en ligne	208
Comparaison entre les paris en ligne avant les play-offs et pendant les play-offs.....	215
Mises et gains pour les paris en ligne lors des play-offs	215
6) Joueurs exclus.....	222
7) Résumé de l'impact des play-offs sur l'activité des paris.....	227
5. Recommandations.....	229

Annexe 1 : aperçu des matchs analysés	231
Journée 1	231
Play-off 1.....	231
Play-off 2.....	231
Journée 2	231
Play-off 1.....	231
Play-off 2.....	231
Journée 3	231
Play-off 1.....	231
Play-off 2.....	231
Journée 4	232
Play-off 1.....	232
Play-off 2.....	232
Journée 5	232
Play-off 1.....	232
Play-off 2.....	232
Journée 6	232
Play-off 1.....	232
Play-off 2.....	232
Journée 7	233
Play-off 1.....	233
Play-off 2.....	233
Journée 8	233
Play-off 1.....	233
Play-off 2.....	233
Journée 9	233
Play-off 1.....	233
Play-off 2.....	233
Journée 10	234
Play-off 1.....	234
Play-off 2.....	234

Rapport

La publicité pour les paris lors des play-offs du championnat de Belgique de football et son impact sur l'activité des paris

Introduction

Le sport et le football en particulier ont toujours revendiqué une place de choix dans les sections spécialement créées à cet effet dans les journaux et les actualités. Ces derniers mois, le ton utilisé dans ces rubriques n'était cependant pas toujours positif. Les allégations de matchs truqués et de corruption, le footballgate et les scandales liés aux paris impliquant, à juste titre ou non, des sportifs de haut niveau ont gravement affecté l'intégrité et la crédibilité de la principale activité connexe au monde.

En outre, la **publicité pour les jeux de hasard** a comme à l'accoutumée suscité la polémique au cours des mois écoulés. Il suffit de penser, par exemple, à la SNCB qui à la suite de protestations de la part de voyageurs a décidé de supprimer une campagne publicitaire pour des jeux de hasard en ligne dans les trains.¹ Les transports publics à Bruxelles ont également décidé d'interdire la publicité pour les paris.² De Lijn a pour sa part également fait l'objet de contestations en raison d'une campagne publicitaire pour un opérateur de jeux de hasard illicite.³

Il ne faut donc pas s'étonner du fait qu'une combinaison de deux, à savoir la **publicité pour les paris dans le football**, ait attiré l'attention de la presse. Les sociétés de paris considèrent qu'à des fins publicitaires, le monde sportif est un partenaire idéal. Ces derniers mois, la Loterie nationale est ainsi devenue l'un des principaux sponsors du RSC Anderlecht⁴, un partenariat a été conclu entre Cercle Bruges et Napoleon Games⁵, et Unibet s'est profilée en tant que partie requérante pour succéder à Daikin en tant que sponsor principal du FC Bruges⁶. Eupen est donc la seule équipe en première division à ne pas être liée à un opérateur de jeux de hasard.

La Belgique ne constitue toutefois pas une exception dans ce domaine. Dans d'autres pays aussi, l'étroite relation qui existe entre le football et les jeux de hasard est souvent sujette à discussion. Nous

¹ (12 septembre 2018). « NMBS plooit na felle kritiek op lottoreclame », *Gazet van Antwerpen*, p. 6

² (15 septembre 2018). « La fin des publicités des jeux de hasard à la STIB », *La Dernière Heure*, p. 21

³ (20 janvier 2019). « Illegale gokreclame op bussen De Lijn » *De Zondag*, p. 3

⁴ (1^{er} octobre 2018). « Lotto wordt sponsor van Royal Sporting Club Anderlecht », *Kiosk (NL)*, p. 42

⁵ (7 février 2019). « Nu ook Cercle gesponsord door gokbedrijf » *Het Nieuwsblad*, p. S1

⁶ (6 mars 2019). « Unibet wil Daikin vervangen als hoofdsponsor Club Brugge » *Het Laatste Nieuws*, p. 21

pensons ici, par exemple, à l'**Italie (qui a instauré une interdiction de publicité)**, au **Royaume-Uni (qui envisage une interdiction de publicité)** et aux **États-Unis (qui ont levé l'interdiction de publicité)**.⁷

Cette **solide relation entre le football et les paris** peut toutefois susciter l'impression auprès du public que les deux sont inextricablement liés et donc conduire à la normalisation du comportement de jeu.⁸ Pour la Commission des jeux de hasard, le lien entre les paris et le sport pose un double problème : le danger pour l'intégrité du sport et le risque de dépendance au jeu. Lors de la Coupe du monde de football à l'été 2018, le débat sur la publicité pour les jeux de hasard a rebondi. Des personnes ayant des problèmes de dépendance au jeu ont déclaré sur les médias sociaux qu'elles étaient séduites par la publicité.⁹ La Commission des jeux de hasard vise prioritairement à assurer la protection des joueurs. Il est donc essentiel de limiter ce type de publicité afin de **protéger les joueurs**.

C'est pourquoi la Commission des jeux de hasard a décidé de tirer parti des play-offs de la Jupiler Pro League 2019 afin d'effectuer, pour la toute première fois, une analyse qualitative de la publicité pour les paris dans le sport. Si ce rapport est principalement axé sur les play-offs de football, il aborde parfois aussi d'autres sports ou des compétitions étrangères, afin d'élargir le débat sur la publicité pour les paris dans le monde du sport.

1. Le contexte

Arrêté royal

Comme il a déjà été dit, le débat concernant la publicité pour les jeux de hasard est resté d'actualité ces derniers mois. La discussion s'est enflammée au moment de la Coupe du monde 2018, lorsque diverses parties – allant d'organisations d'aide à des particuliers – ont dénoncé la publicité omniprésente pour les jeux de hasard en ligne.¹⁰ Alors que les uns plaidaient pour une interdiction totale¹¹, d'autres privilégiaient un cadre réglementaire plus strict. Bref, il s'avérait **nécessaire d'établir des règles publicitaires bien définies** pour que la situation soit claire.

Dans la lutte contre les jeux de hasard illicites (la publicité pour) les opérateurs agréés (a)ont un rôle clé à jouer.¹²¹³ Il est en effet important que les personnes désireuses de tenter leur chance en plaçant un pari sportif connaissent l'offre agréée. Celles qui le souhaitent doivent avoir la possibilité de jouer dans un environnement sûr offrant des garanties en matière de protection des joueurs (possibilité d'exclusion des jeux de hasard, garantie de paiement, etc.). **La publicité pour les jeux de hasard agréés doit donc être considérée à la lumière de la mission de canalisation des autorités publiques.** Mais *les possibilités* ici ne peuvent en aucun cas être *illimitées*. La publicité pour les jeux de hasard doit s'inscrire dans un cadre clairement défini. À partir du 1^{er} juin 2019¹⁴, la publicité pour les jeux de hasard en ligne agréés n'est donc plus autorisée d'office. Elle doit être conforme aux règles établies dans le **très attendu arrêté royal du 25 octobre 2018**.¹⁵ Il y est, entre autres, stipulé que la publicité pour les casinos en ligne et les salles de jeux automatiques en ligne ne peut qu'avoir lieu sur le site Web de l'opérateur lui-même ou par le biais de publicités personnalisées.¹⁶ D'autre part, la publicité pour les paris sportifs

⁷ (2 février 2019). « Gokreclame », *De Morgen*, p. 19

⁸ (5 décembre 2018). « Gokreclame in voetbal op het kapblok », *Het Nieuwsblad*, p. S1

⁹ Rapport de la Coupe du monde, p. 23

¹⁰ (30 mars 2019). « Geen goal zonder gokje », *De Standaard*, p. 14

¹¹ (13 février 2019). « Interdire toute publicité pour les jeux de hasard ? », *L'Echo*, p. 14

¹² (4 mai 2019). « Les opérateurs de jeux privés veulent un régulateur fort sur le modèle de l'IBPT », *L'Echo*, p. 25

¹³ (26 janvier 2019). « Goklobby boos over inperking online reclame », *De Tijd*, p. 3

¹⁴ (24 mai 2019). « Nieuw op 1 juni – Reclame online kansspelen op tv verboden » *Belga*, p. 315

¹⁵ Arrêté royal du 25 octobre 2018 relatif aux modalités d'exploitation des jeux de hasard et des paris au moyen des instruments de la société de l'information.

¹⁶ (11 décembre 2018). « Publicité – une avancée timide », *La Capitale*, p. 13

est désormais interdite pendant la retransmission directe de compétitions sportives ou autour des programmes pour enfants.¹⁷

Une sous-commission a été créée au sein de la Commission des jeux de hasard afin de répondre aux questions en suspens que pose l'arrêté royal. Plus tard cette année, la Commission de jeux de hasard publiera une interprétation juridique des points qui doivent encore être clarifiés.

Déclaration d'engagement entre la Commission des jeux de hasard et la Pro League

La Commission des jeux de hasard, qui attache la plus haute d'importance à l'équité du jeu, a suivi de très près les discussions concernant la publicité et les paris sportifs. L'éthique sportive doit toujours primer. C'est la seule façon de pouvoir envisager des jeux de hasard et des paris équitables. Les sportifs sont donc également tenus de contribuer à la lutte pour un sport propre. Ces derniers mois, il est en effet apparu que les sportifs entretiennent une relation privilégiée avec les jeux de hasard.^{18,19} Cela est partiellement dû à leur recherche perpétuelle d'adrénaline, également hors du terrain, et au fait que les sportifs de haut niveau disposent bien souvent de plus de temps et de moyens que la moyenne des gens.

Pour les footballeurs professionnels belges, la nécessité d'une contribution positive n'est plus facultative depuis que la Pro League a présenté, fin mai 2019, la déclaration d'engagement conclue avec la Commission des jeux de hasard.²⁰ Il y est, entre autres, stipulé que **les sportifs doivent apporter leur collaboration aux campagnes de prévention relatives aux jeux de hasard**. C'était l'une des préoccupations de la Commission des jeux de hasard pendant la Coupe du monde 2018. Il s'est alors avéré qu'en raison d'accords contractuels, les Diables Rouges ne pouvaient pas contribuer aux campagnes de prévention relatives aux jeux de hasard. La Commission des jeux de hasard a estimé qu'il s'agissait d'une occasion manquée.²¹

La toute nouvelle déclaration d'engagement attribue aussi, ²²à la demande de la Commission des jeux de hasard, un rôle de premier plan aux experts du vécu en matière de dépendance au jeu pour informer les sportifs de haut niveau. La protection des joueurs revêt une importance primordiale pour la Commission des jeux de hasard. Les sportifs n'ont pas toujours pleinement conscience du danger que représentent les jeux de hasard. **Cette déclaration d'engagement - une initiative commune de la Pro League, de la Commission des jeux de hasard et du ministre de la Justice sortant Geens - vise à empêcher tout type d'excès susceptible d'affecter la croissance du secteur des paris sportifs**. Des efforts seront déployés dans le domaine de la sensibilisation quant à la législation et les règlements en vigueur, de la prévention en matière de matchs truqués et de la protection des joueurs. La communication et la publicité relatives aux jeux de hasard accorderont également, par le biais d'un cadre commercial très strict, une attention particulière aux risques potentiels de toute participation à des jeux de hasard et seront axées sur la protection des joueurs et sur un comportement de jeu responsable. La Pro League et les clubs s'engagent aussi à promouvoir les campagnes de prévention et de sensibilisation destinées au grand public.

Ces derniers mois, le flot publicitaire pour les jeux de hasard a subi quelques changements radicaux. La Commission des jeux de hasard se dit satisfaite des efforts qui ont été faits pour améliorer la

¹⁷ (13 octobre 2018). « Geen gokreclame meer tijdens sportwedstrijden », *De Tijd*, p. 8

¹⁸ (20 mars 2019). « Hockeyspelers hebben niet op eigen wedstrijden gegokt », *Belga*, p. 212

¹⁹ (29 mars 2019). « Gokzaak verjaard voor voetbalbond », *De Standaard*, p. 31

²⁰ (17 mai 2019). « Pro League en Kansspelcommissie bundelen krachten : om excessen te vermijden » *Belga*, p. 386

²¹ (12 janvier 2019). « De VRT was precies een gokkantoor », *Het Nieuwsblad*, p. 9

²² (18 mai 2019). « Hij vergokte z'n voetbalcarrière en waarschuwt nu Belgische sporters », *Het Nieuwsblad*, p. 16

protection des joueurs. Le travail n'est certes pas terminé, mais quelques étapes ont été franchies dans la bonne direction.

2. Objectif de l'enquête

À la suite du débat concernant la publicité pour les paris et de la publication de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 fixant les règles concernant les pratiques publicitaires dans le domaine des jeux de hasard qui est entré en vigueur le 1^{er} juin 2019, le Secrétariat de la Commission des jeux de hasard a décidé de procéder pour la toute première fois à une analyse qualitative de la publicité pour les paris dans le monde du sport. Ce sont les play-offs de football de la Jupiler Pro League qui ont été sélectionnés aux fins de cette analyse, parce que le football étant le sport le plus médiatisé en Belgique, la publicité pour les paris y touche un maximum de personnes.

Un groupe de projet constitué de sept membres a été créé au sein du Secrétariat de la Commission des jeux de hasard pour analyser les divers supports publicitaires liés aux play-offs de football (3. Publicité pour les paris). Outre l'analyse de la publicité pour les paris pendant les play-offs de football, il a également analysé les données internes liées aux paris sportifs, et ce, en collaboration avec le service d'ingénierie logicielle Acson (4. Impact des play-offs sur l'activité des paris).

3. Publicité pour les paris

Pendant les play-offs de football, les supporters sont confrontés à différentes formes de publicité pour les paris. Le groupe de projet a examiné de près tous les messages de communication destinés aux supporters de football. La publicité pour les paris et les jeux de hasard commence déjà à l'achat d'un billet de match. L'analyse de la publicité pendant les play-offs de football de la Jupiler Pro League traite, entre autres, de divers types de publicités dans les stades, sur les tenues des joueurs, sur les abonnements, dans les courriels personnels envoyés par le club, sur les différents comptes des médias sociaux des clubs, pendant les retransmissions en direct de matchs de football et pendant les divers programmes d'analyse des matchs.

1) Pour qui fait-on de la publicité pour les paris?

Un aperçu des opérateurs de paris dans le monde du football

Les play-offs de la Jupiler Pro League sont composés de 18 équipes réparties en trois poules : le Play-off 1 et le Play-off 2 qui est une nouvelle fois subdivisé en un groupe A et un groupe B. Chaque poule compte six équipes. Vous trouverez ci-dessous un aperçu, par équipe, des opérateurs de jeux de hasard et de paris. Pour sa part, la Jupiler Pro League a misé sur Unibet comme partenaire officiel de la compétition.

Play-off 1




L'Antwerp, Anderlecht, le FC Bruges, La Gantoise, KRC Genk et le Standard de Liège constituent le groupe Play-off 1. Toutes les équipes de Play-off 1 comptent un opérateur de jeux de hasard ou de paris parmi leurs sponsors. Anderlecht et le FC Bruges ont même deux sponsors de ce type.

Équipe	Logo	Sponsor
1. Antwerp		StarCasino.be
2. Anderlecht		Betway ; Lotto
3. FC Bruges		Unibet ; EuroMillions
4. La Gantoise		Napoleon Sports & Casino
5. KRC Genk		betFIRST
6. Standard de Liège		Circus Casino & Sport

Play-off 2, groupe A

Le Play-off 2 A est composé de KV Ostende, KFCO Beerschot-Wilrijk, Eupen, Charleroi, Saint-Trond et Westerlo. La moitié de ces équipes compte un opérateur de jeux de hasard ou de pari parmi leurs sponsors.

Équipe	Logo	Sponsor
1. KV Ostende		betFIRST

2. KFCO Beerschot-Wilrijk		/
3. Eupen		/
4. Charleroi		Lotto
5. Saint-Trond		GOLDENPALACE.be
6. Westerlo		/

Play-off 2, groupe B

Le Play-off 2 B est à son tour composé de : Union SG, Cercle Bruges, Zulte Waregem, KV Courtrai, Mouscron et Waasland-Beveren. Tous ces clubs, à l'exception de l'Union SG, comptent un opérateur de jeux de hasard ou de paris parmi leurs principaux sponsors. KV Courtrai a même deux sponsors de ce type.

Équipe	Logo	Sponsor
1. Union SG		/
2. Cercle Bruges		Napoleon Sports & Casino
3. Zulte Waregem		betFIRST
4. KV Courtrai		36WIN.be betFIRST
5. Mouscron		Starcasino.be
6. Waasland-Beveren		Circus Casino & Sport

En résumé, **14 des 18 équipes participant aux play-offs comptent donc au moins un opérateur de jeux de hasard ou de paris parmi leurs sponsors**. Eupen est le seul club de première division à ne pas avoir un tel sponsor. Les autres trois clubs jouent en deuxième division. Il s'agit de l'Union SG, Westerlo et KFCO Beerschot-Wilrijk.

2) Publicité pour les paris sur les sites Web des clubs de football

Un supporter qui souhaite acheter des billets ou un abonnement va d'abord chercher des informations sur le site Web de son club de foot favori. Pour la plupart des clubs de football, ce site Web est le premier média où les supporters - également les mineurs d'âge - entrent en contact avec la publicité pour les paris.

Toutes les équipes, qui participent aux play-offs de la Jupiler Pro League et qui comptent un opérateur de paris parmi leurs sponsors, mentionnent le logo de ce sponsor sur le site Web de leur club (voir les captures d'écran comme exemples). Pour toutes les équipes de football, la mention des logos des sponsors fait partie de l'identité visuelle de leurs sites Web. Dans la majorité des cas, les logos figurent en bas de page et parfois en haut de la page d'accueil du site Web du club (voir par exemple le site Web de KV Ostende). KV Courtrai adapte la liste de ses sponsors en fonction de la page consultée par le visiteur. Le logo 36win.be figure sur la page d'accueil ou les pages non liées à la billetterie ; ce logo est remplacé par celui de betFIRST (voir les captures d'écran) sur les pages réservées aux abonnements et à l'achat de billets.

Dans tous les cas, le simple fait de cliquer sur le logo de ce sponsor mène directement au site Web de l'opérateur de jeux concerné. Cela signifie donc que les supporters de football qui parcourent les informations du site Web de leur club sont littéralement à un clic du jeu.

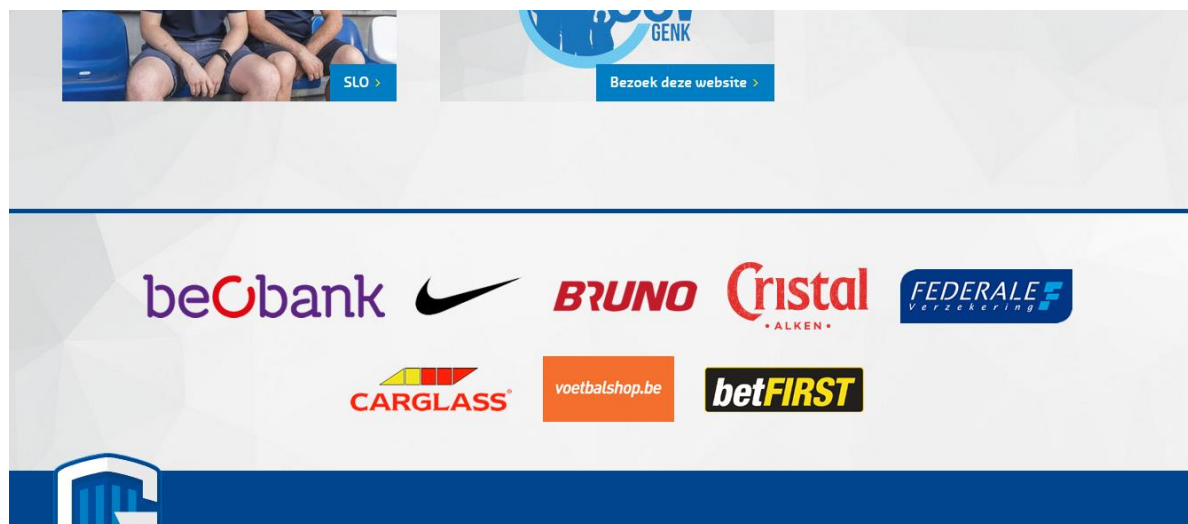


Figure 1: L'identité visuelle, avec les logos des sponsors, du site Web de KRC Genk

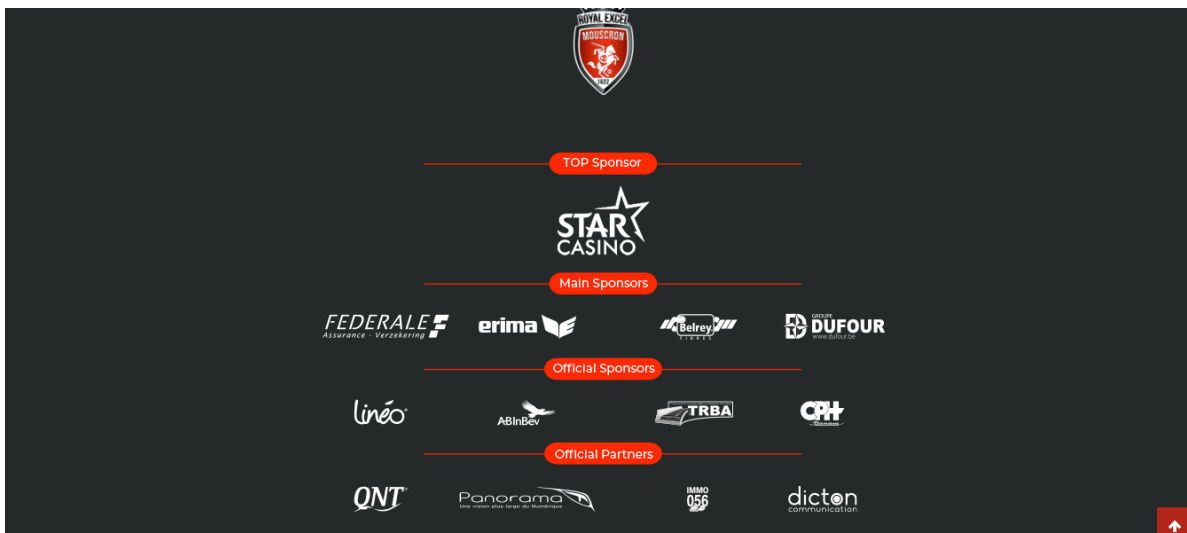


Figure 2: L'identité visuelle, avec les logos des sponsors, du site Web d'Excel Mouscron



Figure 3: L'identité visuelle, avec les logos des sponsors, du site Web de Saint-Trond

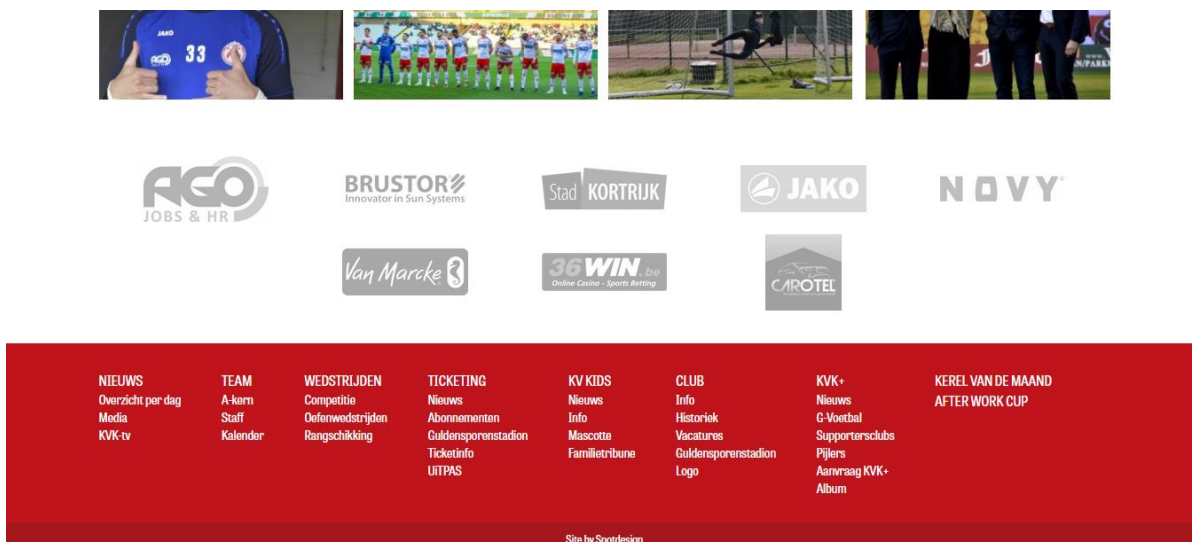


Figure 4: L'identité visuelle sur la page d'accueil du site Web de KV Courtrai, avec entre autres le logo du site Web de jeux de hasard 36win.be

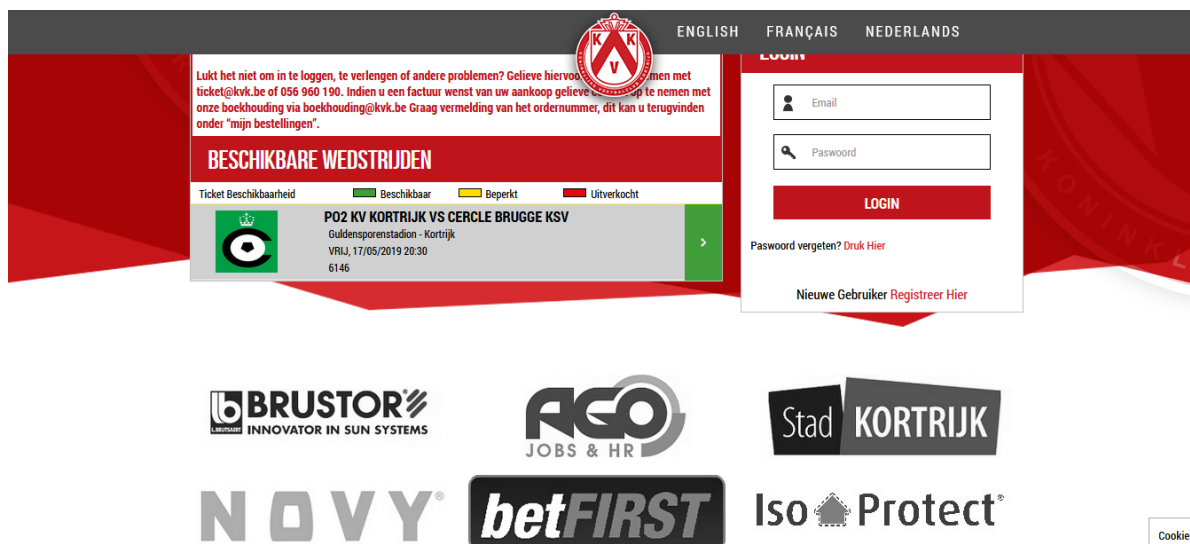


Figure 5: L'identité visuelle sur les pages de billetterie de KV Courtrai où le logo de 36win.be est maintenant remplacé par celui de l'opérateur de paris sportifs betFIRST

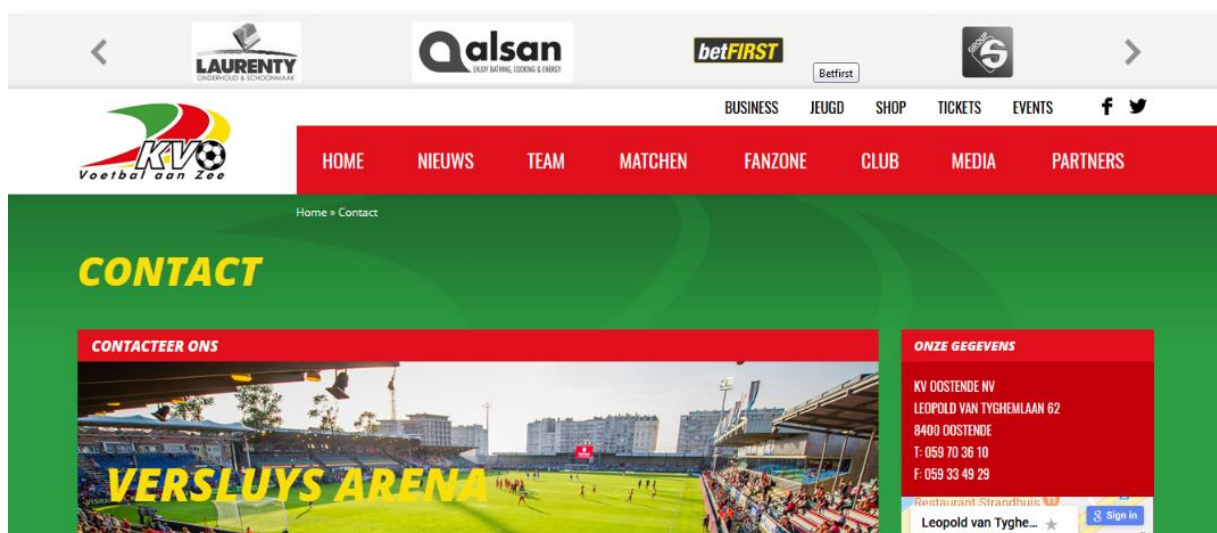
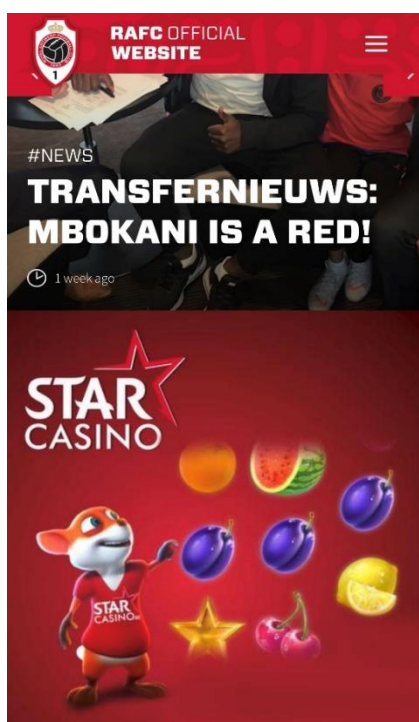


Figure 6: L'identité visuelle du site Web de KV Ostende, où les logos des sponsors apparaissent en haut des pages

Pour près de la moitié des clubs de football ayant un opérateur de paris comme sponsor, le site Web se limite à mentionner le nom et le logo de l'opérateur en question, avec un lien direct vers le site Web de ce dernier. Quelques équipes vont toutefois plus loin. Dans ses actualités, Zulte Waregem fait ainsi de la publicité pour le bonus de bienvenue que leurs supporters reçoivent lorsqu'ils ouvrent un compte de jeu auprès de l'opérateur de paris qui sponsorise le club (voir la capture d'écran : « De **supporters van Essevee** genieten mee in **krijgen een welkomstbonus**. ») (en français : Les supporters d'Essevee profitent également et reçoivent un bonus de bienvenue).



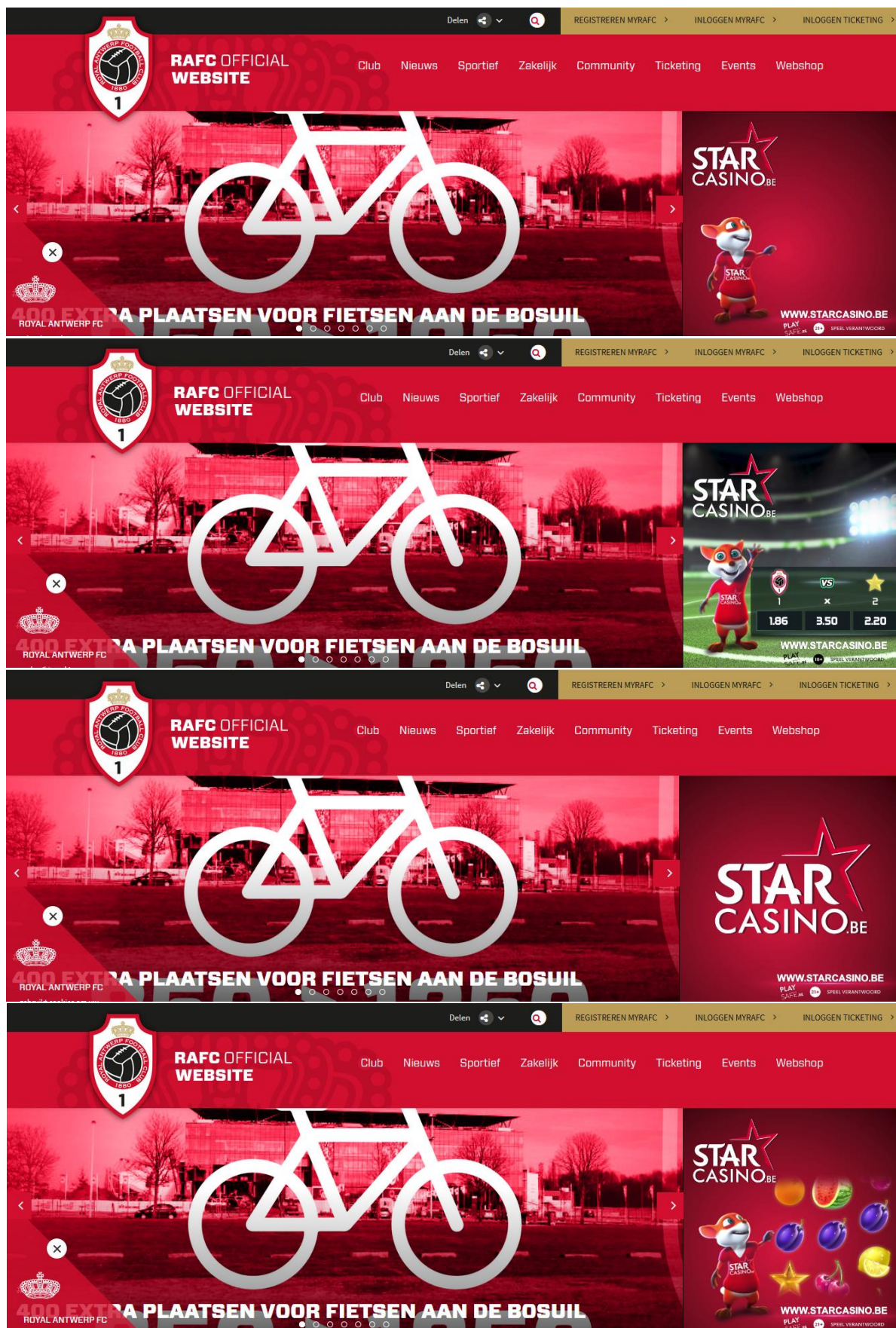
Le site Web du Royal Antwerp FC ne se limite pas non plus à la simple mention du logo de son partenaire de jeu. Dans les actualités du club, on peut en effet voir de la publicité pour le sponsor-opérateur de paris. Cette publicité apparaît dès que l'on clique sur la page des actualités (voir la capture d'écran du site Web ²³mobile).



Sur le site Web non mobile du Royal Antwerp FC, la page d'accueil inclut également de la publicité. Une certaine partie de la page d'accueil montre une animation de quatre images différentes (voir les quatre captures d'écran : publicité visible à droite). Le fait que les images sautent en permanence attire

²³ Le site Web tel qu'il peut être consulté sur des dispositifs mobiles tels qu'une tablette ou un smartphone.

l'attention. Une de ces images indique les cotes du partenaire de jeu pour le match à venir (voir la seconde capture d'écran).



Sur son fil d'actualité, La Gantoise promeut régulièrement son sponsor-opérateur de paris en faisant de la publicité pour un « odds boost » permettant de gagner 50 € (voir la capture d'écran 1). Dans le message encourageant les supporters à prédire le résultat du match pour gagner des tickets, le logo de l'opérateur de paris est très présent (voir la capture d'écran 2).



SCOOR € 50 CASH ALS DE BUFFALO'S WINNEN VAN R ANTWERP FC! 15-05-2019

← Terug naar overzicht



Kunnen de Buffalo's na Standard ook winnen op het veld van R Antwerp FC? Krijg **10 keer je inzet** terug als de Buffalo's winnen van Antwerp en **win zo € 50 cash!**

Hoe werkt het?

1. **Registreer je** bij **Napoleon Sports & Casino**

Capture d'écran 1



[Bekijk volledig nieuwsbericht](#)



06-05-2019

WIN TICKETS VOOR DE MATCH TEGEN RSC ANDERLECHT!

De Buffalo's trekken op speeldag 8 van de play-offs naar Standard Luik. **Voorspel welke Buffalospeler het eerste doelpunt...**

[Bekijk volledig nieuwsbericht](#)

Capture d'écran 2



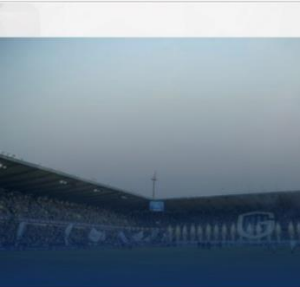
The screenshot shows the website for KRC Genk. The top navigation bar includes links for NIEUWS, VIDEO, FOUNDATION, KIDS CLUB, HORECA, EVENTS, WEBSHOP, TICKETINGSHOP, VIRTUAL STADIUM TOUR, and CONTACT. Below this, there are tabs for HOME, TICKETS & ABONNEMENTEN, TEAM, FANS, STADION, BUSINESS, and ONZE CLUB. The main content area features a large image of a Buffalo's jersey and a promotional text: "Geniet van een exclusief aanbod voor Buffalo's van Napoleon Sports & Casino in de aanloop naar de bekerfinale! Krijg 10 keer je inzet terug als de Buffalo's winnen (na 90 minuten) en win zo € 50 cash!". Below this, a section titled "Hoe werkt het?" lists three steps: 1. Register je bij Napoleon Sports & Casino, 2. Zet € 5 in op je exclusieve verhoogde notering, and 3. Je wint € 50 cash als de Buffalo's winnen (excl. verlengingen!). A note states: "Deze actie is enkel geldig voor spelers die nog geen account hebben bij Napoleon Sports & Casino." At the bottom, there is a blue button that says "Registreer & verover € 50 cash!". On the right side, there are social media sharing buttons for Twitter, LinkedIn, Facebook, and Google+.

Sur son site Web, KRC Genk consacre une page distincte aux activités de son sponsor-opérateur de paris, où il est aussi bien fait mention de paris sportifs que de jeux de casino (voir la capture d'écran). En cliquant sur « football » ou sur « casino », on arrive respectivement sur la page des paris sportifs ou sur celle des jeux de casino du sponsor en question.

The screenshot shows the website for KRC Genk with a Betfirst sponsorship banner. The top navigation bar includes links for NIEUWS, VIDEO, FOUNDATION, KIDS CLUB, HORECA, EVENTS, WEBSHOP, TICKETINGSHOP, VIRTUAL STADIUM TOUR, and CONTACT. Below this, there are tabs for HOME, TICKETS & ABONNEMENTEN, TEAM, FANS, STADION, BUSINESS, and ONZE CLUB. The main content area features a large image of a Buffalo's jersey and a promotional text: "Geniet van een exclusief aanbod voor Buffalo's van Napoleon Sports & Casino in de aanloop naar de bekerfinale! Krijg 10 keer je inzet terug als de Buffalo's winnen (na 90 minuten) en win zo € 50 cash!". Below this, a section titled "Hoe werkt het?" lists three steps: 1. Register je bij Napoleon Sports & Casino, 2. Zet € 5 in op je exclusieve verhoogde notering, and 3. Je wint € 50 cash als de Buffalo's winnen (excl. verlengingen!). A note states: "Deze actie is enkel geldig voor spelers die nog geen account hebben bij Napoleon Sports & Casino." At the bottom, there is a blue button that says "Registreer & verover € 50 cash!". On the right side, there are social media sharing buttons for Twitter, LinkedIn, Facebook, and Google+.

Tant KRC Genk que KV Ostende accordent une attention particulière dans leur fil d'actualité à l'extension du contrat de sponsoring (voir les captures d'écran). Les deux équipes l'accroissent encore par le biais d'une action menée dans le stade (chez KRC Genk : une part de tarte ou une bière est offerte aux supporters qui indiquent leur choix sur la page Facebook du club ; chez KV Ostende : un concours de tir sur la latte permet de gagner un **crédit de jeu auprès de l'opérateur de paris**).

Nieuws | KRC Genk
www.krcgenk.be



05/06/19
**betFIRST verlengt
partnership!**

betFIRST, reeds sinds vorig seizoen trotse sponsor, verlengt ook voor de komende drie jaar haar partnership met KRC Genk.

Alexis Murphy, CEO betFIRST: "betFIRST is een jong bedrijf in de kansspelwereld. In de voorbije acht jaar zijn we bijzonder snel gegroeid, met een duidelijk groter aandeel in het Zuiden van België en Brussel. Om onze merkbekendheid in Vlaanderen te vergroten hadden we nood aan een stabiele Vlaamse partner in de Jupiler Pro League. Met KRC Genk vonden we de perfecte match: een jonge, ambitieuze club met een sterke community werking. We blijven investeren in Genk, zowel op het veld als ernaast. Dat we afgelopen seizoen samen de titel pakten was voor ons de kers op de taart."

"We hadden afgelopen seizoen een zeer succesvolle eerste samenwerking met betFIRST", aldus Commercieel Directeur van KRC Genk Stephan Poelmans. "We geloven er sterk in dat we als voetbalpartner betFIRST mee op de kaart kunnen zetten in Vlaanderen én in België. De focus van onze samenwerking zal liggen op visibiliteit in het stadion en toffe acties voor onze supporters op social media. We kijken ernaar uit!

Het nieuwe partnership werd alvast op de juiste manier afgetrapt. Om de titel te vieren trakteert betFIRST alle Genk supporters bij de eerste thuismatch van het nieuwe seizoen. Wordt het vlaai of liever een frisse pint? Die keuze konden de supporters zelf maken via de Facebook pagina van betFIRST.

Bedankt betFIRST voor het enthousiasme en het vertrouwen. Samen kijken we uit naar een smakelijke eerste thuiswedstrijd!

Deel nieuwsbericht



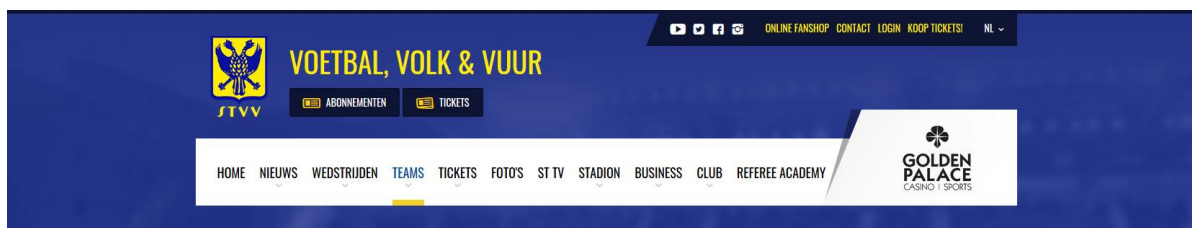

24 MEI 2019 | SUPPORTERS



KVO is trots om te melden dat Betfirst ook de twee komende seizoenen onze betting partner blijft. "Betfirst staat in eerste instantie voor plezier," aldus **Paul Seghers, Marketing Manager van Betfirst.** "Gokken moet verantwoord zijn en hoeft niet om grote bedragen te gaan. Het spelplezier moet op de eerste plaats staan en daarom voelen we ons ook echt thuis op KVO. Het is een warme familieclub met een sympathiek imago en daar spiegelen we ons graag aan."

Op de laatste thuiswedstrijd van het seizoen organiseerde Betfirst een '**latjetrapwedstrijd tijdens de rust.** Twee supporters slaagden erin om met hun eerste poging meteen het doelhout te raken. Zij winnen allebei speelgoed bij Betfirst. "Volgend seizoen willen de deze actie zeker nog eens herhalen," aldus een enthousiast Paul Seghers.

Chez Saint-Trond (STVV), le logo de l'opérateur de jeux de hasard et de paris est visible sur chaque page du site Web du club, puisqu'il figure en haut à côté de la barre de menu (voir les captures d'écran des sites Web ordinaire et mobile).

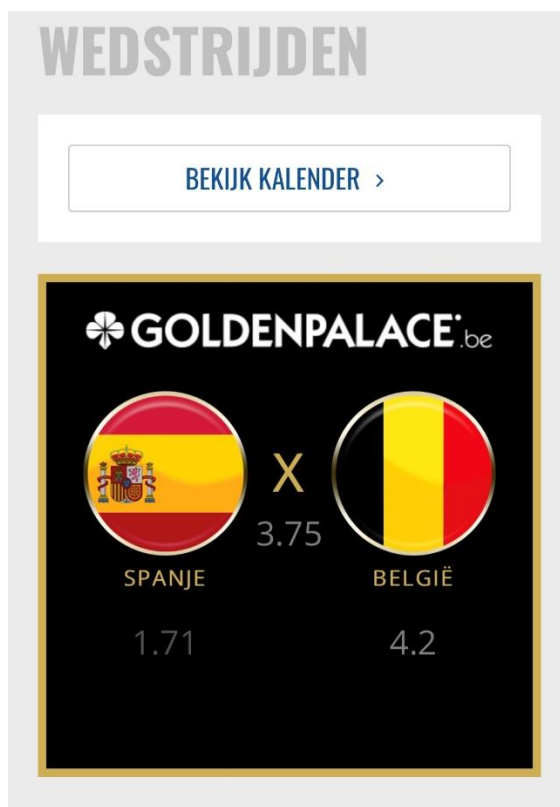


Capture d'écran du site Web ordinaire



Capture d'écran du site Web mobile

Le club de Saint-Trond (STVV) mentionne aussi invariablement ce sponsor dans les sections du calendrier des compétitions. Le logo est affiché pour chaque match, ainsi que les cotes pour ce match (voir les captures d'écran).



01/05/2019 • A-KERN
Eerste profcontract voor Van Dessel en Lathouwers

28/04/2019 • A-KERN
STVV - Beerschot-Wilrijk 2-2

GOLDENPALACE^{10€}

STVV X EUP
4.7
STW KAS EUPEN
1.5 6.2
INZETTEN

SELECTIE STVV - BEERSCHOT-WILRIJK

DOELMANNEN
HENRY STEFFE | LUCAS PIRAARD | THOMAS HENRIOTS

VERDEDIGERS
JORDAN ROTMAN | JORGE TEJEDERA | TAKESHI TOMIYASU | SHAYK MUMBAE | POL GARCIA TENA

MIDDELVELDERS
ALEXIS DE SAET | HAO WUZEI | TANAKHO STANINE | BRUNO SARRIKOM | MATIAS ENZO
JACOB KAMADA | SAMUEL ASUMBA | ALEXANDRE DE BROUW

AANVALLERS
KAZUKE KIMOSHITA | MARAZZO SYLLA | WILJE JANSSENS

27/04/2019 • A-KERN

26/04/2019 • A-KERN

KLASSEMENT

PLOEG	W	PNT
1 KRC GENK	18	63
2 CLUB BRUGGE	16	56
3 STAMBRAND	15	59

TOP

En dehors de cela, le sponsor apparaît aussi régulièrement dans le fil d'actualité (voir les captures d'écran). Dans l'exemple des captures d'écran, le jeu est activement promu. Les cotes du match figurent au-dessus du titre qui encourage à parier. Dans l'article même, les cotes sont affichées et on y explique quels montants respectifs peuvent être gagnés en cas de victoire de l'une ou de l'autre partie, ou en cas de match nul. Aucune mention n'est faite d'une perte possible. L'article fait de surcroît état d'un bonus de 5 € pour les nouveaux joueurs qui s'inscrivent sur le site Web de l'opérateur de paris. Un code de bonus est également fourni, qui peut être utilisé lors du premier dépôt. Avec une cote de 1.70 ou plus, le premier pari devient ainsi sans risque. Soit le joueur gagne, soit il récupère sa mise. Cela signifie que le fan parieur n'aura que le sentiment de gagner ou de ne pas perdre d'argent en cas de défaite.

vrijdag 19 april 2019 • A-Kern

JEAN 'DE WITTE' STERKEN OVERLEDEN

De STVV-familie nam afgelopen woensdag afscheid van ex-speler en trainer Jean 'De Witte' Sterken. Hij werd 83 jaar oud.

[LEES MEER >](#)



woensdag 17 april 2019 • A-Kern

ZET IN MET GOLDEN PALACE!

[LEES MEER >](#)

donderdag 02 mei 2019 • A-Kern

ZET IN MET GOLDEN PALACE!

Charleroi 2.17 X 3.70 STVV 3.25

Zet €100 in op deze wedstrijd en win de volgende bedragen:

- Win €217 (2.17 x €100) als je inzet op een overwinning van Charleroi.
- Win €370 (3.70 x €100) als je inzet op een gelijkspel (X).
- Win €325 (3.25 x €100) als je inzet op een overwinning van STVV.

Nieuwe speler? Ontvang €5 gratis bij [registratie op goldenpalace.be](https://www.goldenpalace.be) en gebruik de bonuscode **STVV100** bij je eerste storting. Je eerste weddenschap met odds van 1.70 of hoger is dan risicoloos: of je wint of je krijgt je inzet binnen 24 uur terug (max €100).



NIEUWS

SELECTIE SPORTING CHARLEROI - STVV

DOELMANNEN
HENRY STEPPE | LUCAS PIRARD | THIB BERNHETS

VERDEDIGERS
JORDAN BOTKA | JARIG TEJERINA | TAKAHO TOMIYASU | SARY MWAZI | ENRI OLIVA | TRALLESON

MIDDELVELDERS
ALEXIS DE SAINT | RAI VELDET | TAKAHOI SEKINE | MATSURI ENDO
DACHI KAMADA | SAMUEL ASIMBANI | ALEXANDRE DE BROUW

AANVALLERS
RODRIKE KINGSHERA | MARIKOU SYLLA | WILKE JANSSENS

03/05/2019 • A-KERN
Selectienieuws voor Sporting Charleroi - STVV



GOLDENPALACE.be

CHARLEROI X STVV

2.17 3.70 3.25

€217 €370 €325

ZATERDAG 04 MEI 2019 - 18:00

02/05/2019 • A-KERN
Zet in met Golden Palace!



WEDSTRIJDEN

[BEKIJK KALENDER >](#)

VORIGE WEDSTRIJD

2-0

CHARLEROI — STVV
4/05 • 18:00
Stade du Pays de Charleroi

JUPILER PRO LEAGUE

VOLGENDE WEDSTRIJD

STVV — KAS EUPEN

12/05 • 20:00
Stayen

JUPILER PRO LEAGUE

[MATCHINFO >](#)

[MATCHINFO >](#)

[TOP](#)

Charleroi 2.17 X 3.70 STVV 3.25

Zet €100 in op deze wedstrijd en win de volgende bedragen:

- Win €217 (2.17 x €100) als je inzet op een overwinning van Charleroi.
- Win €370 (3.70 x €100) als je inzet op een gelijkspel (X).
- Win €325 (3.25 x €100) als je inzet op een overwinning van STVV.

Nieuwe speler? Ontvang €5 gratis bij [registratie op goldenpalace.be](https://goldenpalace.be) en gebruik de bonuscode **STVV100** bij je eerste storting. Je eerste weddenschap met odds van 1.70 of hoger is dan risicoloos: of je wint of je krijgt je inzet binnen 24 uur terug (max €100).

GOLDENPALACE.be

CHARLEROI	X	STVV
2.17	3.70	3.25
€100 INZET WINT €217	€100 INZET WINT €370	€100 INZET WINT €325

VORIGE WEDSTRIJD
2-0
CHARLEROI — STVV
4/05 • 18:00
Stade du Pays de Charleroi
JUPILER PRO LEAGUE
MATCHINFO >

VOLGENDE WEDSTRIJD
STVV — KAS EUPEN
12/05 • 20:00
Stayen
JUPILER PRO LEAGUE
MATCHINFO >
TICKETINFO >

ABONNEMENTEN >

TOP

Le Cercle Bruges mentionne également le logo de son sponsor-opérateur de paris lors de l'annonce de chaque match (voir la capture d'écran 1). En dehors de cela, le club encourage aussi activement les visiteurs de son site Web à parier sur les matchs par le biais d'un « odds boost » permettant de gagner 50 € en cash en cas de victoire du Cercle contre KV Courtrai (voir la capture d'écran 2). Ces annonces apparaissent dans le fil d'actualité économique qui regorge de ce type d'annonces. Dans le fil d'actualité ordinaire, les supporters sont encouragés à prédire le résultat du match et avoir ainsi la possibilité de gagner des billets pour le match suivant. Ici aussi, le logo du sponsor-opérateur de paris est bien visible (voir la capture d'écran 3). De plus, la page d'information avec les heures d'ouverture pour les achats d'un nouvel abonnement affiche une publicité pour une action permettant d'acquérir jusqu'à 500 € de paris gratuits auprès de l'opérateur de paris (voir la capture d'écran 4). Le logo de Napoleon Games apparaît également près du compte à rebours du prochain match (voir la capture d'écran 5). Et pour finir, des cotes accompagnent un article du site Web concernant les réservations pour un dîner organisé dans le stade (voir la capture d'écran 6).

< Cercle Brugge KSV | Officiële website
www.cerclebrugge.be

speeldag 1
WOENSDAG 26 JUNI 2019
19:00

RWD MOLENBEEK **Cercle Brugge**

Racing White Daring Molenbeek Cercle Brugge

NAPOLEON SPORTS & CASINO

[Meer info](#)

NAPOLEON SPORTS & CASINO

Odds Boost
Win € 50 cash
KV Kortrijk - Cercle Brugge

SCOOER €50 CASH ALS CERCLE WINT VAN KV KORTRIJK!

BUSINESS 15/05/2019

NAPOLEON SPORTS & CASINO

Odds Boost
Win € 50 cash
Cercle Brugge - Moeskroen

Scoor € 50 cash als Cercle wint van Moeskroen!

BUSINESS 14/05/2019

< Nieuws - Cercle Brugge
www.cerclebrugge.be

Gelukkige verjaardag Robbe Decostere!

A-KERN 08/05/2019

NAPOLEON SPORTS & CASINO

Voorspel & win tickets!
Cercle Brugge - Moeskroen

Win tickets voor de match tegen Moeskroen!

BUSINESS 07/05/2019



ALGEMEEN 22/05/2018 Ontvang tot € 500 free beta bij Napoleon Sports & Casino.

OP DEZE TIJDSTIPPEN KAN JE DEZE WEEK JOUW ABONNEMENT AANKOPEN!

DEEL DIT ARTIKEL:

Wil jij er volgend seizoen ook bij zijn om Cercle Brugge naar succes te schreeuwen in de Jupiler Pro League? Dat kan! Koop of verleng dan deze week nog jouw abonnement bij Groen-Zwart en [WIN het limited edition kampioensshirt!](#)

Op volgende tijdstippen kan je deze week aan de dienst kaartenverkoop terecht om jouw abonnement te verzekeren voor volgend seizoen:

NIEUWS DE VERENIGING TEAMS KAARTENVERKOOP CONTACT tickets

speeldag 7

ZATERDAG 4 MEI 2019

20:00

4 dagen 5 uur 41 min 4 sec

Cercle Brugge Union Saint Gilloise

Meer info Catering tickets

NIEUWS DE VERENIGING TEAMS KAARTENVERKOOP CONTACT tickets

GERELATEERDE NIEUWSBERICHTEN

VS

ZA 10 MAART OM 18U00

1 x 3.90 2 1.80

Reserveer uw diner voor Cercle Brugge-Standard de Liège!

Op zondag 10 maart staat de laatste thuiswedstrijd in de reguliere competitie op het programma. De komst van Standard naar het Jan Breydelstadion belooft alvast een prestigieuze

Voorspel & win tickets!

Cercle Brugge - Zulte-Waregem

Win tickets voor de match tegen Zulte Waregem!

Groen-Zwart begint aan de Play-Offs met een verplaatsing naar Union Saint-Gilloise. **Voorspel de eindstand** van deze wedstrijd en **win een duoticket** voor de thuismatch tegen Zulte Waregem op dinsdag 2 april dankzij onze hoofdpartner

Voorspel & win tickets!

Cercle Brugge - Waasland-Beveren

Win tickets voor de match tegen Waasland-Beveren!

Groen-Zwart neemt het op tegen Moeskroen op speeldag 3 van de play-offs. **Voorspel de eindstand** van deze wedstrijd en **win een duoticket** voor de thuismatch tegen Waasland-Beveren op zaterdag 13 april dankzij onze

3) Publicité pour les paris par le biais des comptes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter)

Les réseaux sociaux sont devenus incontournables dans notre société. Les utilisateurs de réseaux sociaux sont nombreux à consulter quotidiennement leurs comptes. Ces derniers constituent donc une plate-forme idéale pour diverses formes de messages publicitaires. Les dix-huit clubs de football qui ont participé aux play-offs disposent tous d'un compte Facebook, Twitter et Instagram.

Aperçu des équipes de football et de leurs comptes de réseaux sociaux

Play-off 1

Équipe	Twitter	Facebook	Instagram
1. Royal Antwerp FC 	@official_rafc https://twitter.com/official_rafc?lang=fr	@RoyalAntwerpFC https://www.facebook.com/RoyalAntwerpFC/	royal_antwerp_fc https://www.instagram.com/royal_antwerp_fc/
2. RSC Anderlecht 	@rscanderlecht https://twitter.com/rscanderlecht?lang=fr	@rasca.be https://www.facebook.com/rasca.be/	rscanderlecht https://www.instagram.com/rscanderlecht/
3. FC Bruges 	@ClubBrugge https://twitter.com/ClubBrugge?lang=fr	@clubbrugge https://www.facebook.com/clubbrugge/	clubbrugge https://www.instagram.com/clubbrugge/
4. La Gantoise 	@KAAGent https://twitter.com/KAAGent?lang=fr	@kaagent https://www.facebook.com/kaagent/	kaagent https://www.instagram.com/kaagent/
5. KRC Genk 	@KRCGenkofficial https://twitter.com/KRCGenkofficial?lang=fr	@krcgenk https://www.facebook.com/krcgenk/	krcgenkofficial https://www.instagram.com/krcgenkofficial/

<p>6. Standard de Liège</p> 	<p>@Standard_RSCL</p> <p>https://twitter.com/Standard_RSCL?lang=fr</p>	<p>@rscl.be</p> <p>https://www.facebook.com/rscl.be/</p>	<p>Standard_rscl</p> <p>https://www.instagram.com/standard_rscl/</p>
--	--	--	--

Play-off 2, groupe A

Équipe	Twitter	Facebook	Instagram
<p>1. KV Ostende</p> 	<p>@kvoostende</p> <p>https://twitter.com/kvoostende?lang=fr</p>	<p>@KVOostende</p> <p>https://www.facebook.com/KVOostende/</p>	<p>kvoostende_official</p> <p>https://www.instagram.com/kvoostende_official/</p>
<p>2. KFCO Beerschot-Wilrijk</p> 	<p>@beerschot_wlrk</p> <p>https://twitter.com/beerschot_wlrk?lang=fr</p>	<p>@kfcobeerschotwlrk</p> <p>https://www.facebook.com/kfcobeerschotwlrk/</p>	<p>kfcobeerschotwilrijk</p> <p>https://www.instagram.com/kfcobeerschotwilrijk/</p>
<p>3. KAS Eupen</p> 	<p>@kas_eupen</p> <p>https://twitter.com/kas_eupen?lang=fr</p>	<p>@kaseupen.official</p> <p>https://www.facebook.com/kaseupen.official/</p>	<p>kaseupenofficial</p> <p>https://www.instagram.com/kaseupenofficial/</p>
<p>4. Sporting Charleroi</p> 	<p>@SportCharleroi</p> <p>https://twitter.com/SportCharleroi?lang=fr</p>	<p>@rcsc.be</p> <p>https://www.facebook.com/rcsc.be/</p>	<p>Rcsc.officiel</p> <p>https://www.instagram.com/rcsc.officiel/</p>
<p>5. STVV</p> 	<p>@stvv</p> <p>https://twitter.com/stvv?lang=fr</p>	<p>@kstvv</p> <p>https://www.facebook.com/kstvv/</p>	<p>Stvv_official</p> <p>https://www.instagram.com/stvv_official/</p>

<p>6. KVC Westerlo</p> 	<p>@KVCWesterlo</p> <p>https://twitter.com/KVCWesterlo?lang=fr</p>	<p>@KVC.Westerlo.official</p> <p>https://www.facebook.com/KVC.Westerlo.official/</p>	<p>kvcwesterlo</p> <p>https://www.instagram.com/kvcwesterlo/</p>
---	--	---	---

Play-off 2, groupe B

Équipe	Twitter	Facebook	Instagram
<p>1. Royale Union St-Gilloise</p> 	<p>@UnionStGilloise</p> <p>https://twitter.com/UnionStGilloise</p>	<p>@unionstgilloise</p> <p>https://www.facebook.com/unionstgilloise/</p>	<p>rusg.brussels</p> <p>https://www.instagram.com/rusg.brussels/</p>
<p>2. Cercle Bruges KSV</p> 	<p>@cercleofficial</p> <p>https://twitter.com/cercleofficial</p>	<p>@CercleBrugge</p> <p>https://www.facebook.com/CercleBrugge/</p>	<p>cercleofficial</p> <p>https://www.instagram.com/cercleofficial/</p>
<p>3. Zulte Waregem</p>  <p>ZULTE WAREGEM <i>Grensverleggend</i></p>	<p>@ESSEVEELIVE</p> <p>https://twitter.com/ESSEVEELIVE</p>	<p>@esseveelive</p> <p>https://www.facebook.com/esseveelive/</p>	<p>esseveeofficial</p> <p>https://www.instagram.com/esseveeofficial/</p>
<p>4. KV Courtrai</p> 	<p>@kvkofficieel</p> <p>https://twitter.com/kvkofficieel</p>	<p>@kvkofficieel</p> <p>https://www.facebook.com/kvkofficieel/</p>	<p>Kv kortrijk</p> <p>https://www.instagram.com/kv_kortrijk/</p>
<p>5. Royal Excel Mouscron</p> 	<p>@ExcelMouscron</p> <p>https://twitter.com/ExcelMouscron</p>	<p>@royalexcelmouscron</p> <p>https://www.facebook.com/royalexcelmouscron/</p>	<p>royal_excel_mouscron</p> <p>https://www.instagram.com/royal_excel_mouscron/</p>

<p>6. Waasland-Beveren</p> 	<p>@WaaslandBeveren</p> <p>https://twitter.com/WaaslandBeveren</p>	<p>@waaslandbeveren.official</p> <p>https://www.facebook.com/waaslandbeveren.official/</p>	<p>Waaslandbeveren.official</p> <p>https://www.instagram.com/waaslandbeveren.official/</p>
---	--	--	--

A. Facebook

Facebook peut être utilisé de différentes manières pour attirer l'attention sur le sponsor opérateur de paris ou sur les paris même. Le logo du sponsor peut ainsi figurer dans l'image de couverture de la page Facebook (voir la capture d'image). Les utilisateurs de Facebook sont confrontés à cette publicité lorsqu'ils se rendent effectivement sur la page de leur club, mais elle n'apparaît pas parmi les messages dans leur fil d'actualité. Il est donc permis de supposer que la portée de cette forme de publicité est inférieure à celle de la publicité placée dans les messages individuels.



L'utilisation de messages Facebook attirant l'attention sur les paris ou les opérateurs de paris peut se dérouler à différents niveaux. Par le biais de messages Facebook, certains clubs **demandent aux supporters de prédire le résultat** du match à venir, sans toutefois y relier un opérateur de paris ou des cotes de paris (voir la capture d'écran).




Royal Charleroi Sporting Club
 heeft een poll gemaakt.
 22 mei om 17:49 · 🌐

#FinalePO2 Ce soir, "tous tous tous à Courtrai, on va tous tous tous à Courtrai !" pour la finale des Play-offs II 🏆🔥

Vos pronostics ? 😊

WE ARE CHARLEROIIII ❤️⚡

Vertaling bekijken

 KV Kortrijk 7%	 Sporting de Charleroi 93%
--	---


Royal Charleroi Sporting Club
 heeft een poll gemaakt.
 11 mei · 🌐

#bewCHA Direction le KFCO Beerschot Wilrijk dans l'optique d'obtenir les 3 points et de garder la tête du groupe ! ⚡🏆 On compte sur vous !

Uw voorspellingen? Stakers? 📄

Kom op sportief 🗨️

⚙️ · Deze vertaling beoordelen

 KFCO Beerschot Wilrijk 4%	 Sporting de Charleroi 96%
--	---


KVC Westerlo
 17 mei · 🌐

Bekijk hier de voorbeschouwing voor de laatste wedstrijd tegen STVV. Wat is jouw pronostiek? 😊

#kvcwesterlo #enallemaalsamen



KVCWESTERLO.BE
KVC Westerlo - Voorbeschouwing STVV - KVC Westerlo


Cercle Brugge
 14 mei · 🌐

In onze vorige confrontatie met Moeskroen wonnen we met 2-1 dankzij doelpunten van Hazard en De Belder. #CerMoe #WeBeatAsOne

Wat wordt het vandaag? Pronostikeer hieronder 📄



1,6 duizend weergaven


Royale Union Saint-Gilloise - Brussels
 17 mei · 🌐

🇮🇹 Dit zijn de stats voor onze wedstrijd in Waregem !
Wat is jouw pronostiek voor straks?



#ZWAUSG


Royale Union Saint-Gilloise - Brussels
 10 mei · 🌐

♦ Moeskroen heeft het moeilijk in deze PO II, in tegenstelling tot de reguliere competitie. Union wil op zijn elan verder het seizoen afsluiten.

♦ Wat is jouw pronostiek voor zaterdag?



#USGMOU



De nombreux messages Facebook sont toutefois utilisés par les clubs de foot à des fins publicitaires indirectes pour leurs sponsors. Il est frappant de voir combien de clubs ne montrent que l'opérateur de paris. Le lien entre le message passé et la mention du logo de l'opérateur de paris peut être plus clair dans un message que dans un autre (voir les captures d'écran).

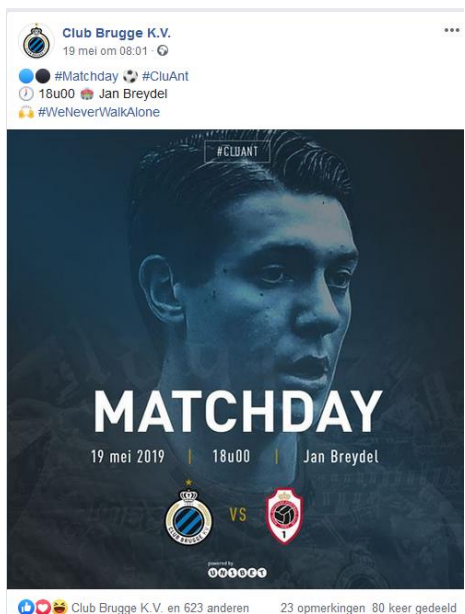




« powered by UNIBET »



clip vidéo avec statistiques (« powered by Unibet »)



Matchday, « powered by Unibet »



Composition de l'équipe, « powered by Unibet »



Le logo de l'opérateur de paris figure dans tous les clips, en haut à droite.

Royal Excel Mouscron Péruwelz
18 mei om 10:00 · 🌐

👉 speler van het seizoen 🌟

Wie was volgens jou de beste speler van **Royal Excel Mouscron** voor het seizoen 2018-2019?

Stem en win een gesigneerd truitje door het hele ... Meer weergeven

⚙ · Deze vertaling beoordelen



Royal Excel Mouscron Péruwelz
17 mei om 19:44 · 🌐

🕒 begin om 20 u30
📍 de kanonnier

Allemaal achter onze hurlus voor deze laatste wedstrijd! 🔥🔴🔴🔴🔴🔴

#MOUWBE
#RoyalExcelMouscron

⚙ · Deze vertaling beoordelen



Royal Excel Mouscron Péruwelz
17 mei om 16:30 · 🌐

🇧🇪 enkele statistieken van deze play-offs 2:

Royal Excel Mouscron vs. **Waasland-Beveren** 🇧🇪

#MOUWBE #RoyalExcelMouscron

⚙ · Deze vertaling beoordelen

Royal Excel Mouscron Péruwelz
14 mei · 🌐

🇧🇪 Quelques statistiques de ces Play-offs 2 :

Cercle Brugge vs. Royal excel moeskroen 🇧🇪

#CERMOU #RoyalExcelMouscron

⚙ · Deze vertaling beoordelen



<  **Royal Excel Mouscron Péruwelz** 6 april · 🌐

#MOUCER (2-3, 88') Réduction du score pour l'Excel par l'intermédiaire de #Kuzmanovic ! Allez l'Excel !!
Vertaling bekijken



<  **Cercle Brugge** 17 mei om 22:21 · 🌐

92' [4-0] Einde: het seizoen 2018-2019 zit erop. Kortrijk kroont zich tot groepswinnaar in play-off 2B. #levecercle #kvkcer



<  **Cercle Brugge** 17 mei om 19:57 · 🌐

De opstelling voor #KVKCer is er! #levecercle #WeBeatAsOne



<  **Royal Charleroi Sporting Club** 11 mei · 🌐

#bewCHA Voici la composition du Sporting de Charleroi face au KFCO Beerschot Wilrijk 📄
Vertaling bekijken



Certains messages Facebook annoncent une action permettant, par exemple, de gagner des billets de match de foot offerts par l'opérateur de paris ou dans le cadre de laquelle les supporters sont invités à indiquer quelle cadeau l'opérateur doit prévoir lors du prochain match à domicile (voir les captures d'écran).



Onze partner Napoleon Sports & Casino geeft 5 x 2 tickets weg voor onze laatste thuismatch in Play-Off 1 KAA GENT - Anderlecht (PO1)! Voorspel in de comments van deze post welke Buffalospeler het eerste doelpunt maakt in Standard Luik - KAA GENT (PO1), deel de post op je profiel en wie weet win je een duoticket!



**Voorspel &
win tickets!**

KAA Gent - RSC Anderlecht



Onze partner Napoleon Sports & Casino geeft 5 x 2 tickets weg voor onze derde thuismatch in Play-Off 1 tegen KRC Genk! Voorspel in de comments van deze post welke Buffalospeler het eerste doelpunt maakt in RSC Anderlecht - KAA GENT (PO1), deel de post op je profiel en wie weet win je een duoticket!



**Voorspel &
win tickets!**

KAA Gent - KRC Genk



Onze hoofdpartner Napoleon Sports & Casino geeft **10x2** tickets weg voor de thuiswedstrijd tegen Moeskroen!

Voorspel de 1ste doelpuntenmaker van Cercle Brugge, deel de post op je profiel en wie weet win je een duoticket voor **Cercle Brugge - Royal Excel Moeskroen!**

We maken de winnaars bekend op maandag 13 mei voor 18 uur! #levecercle #WbeCer #WeBeatAsOne



**Voorspel &
win tickets!**

Cercle Brugge - Moeskroen



Onze hoofdpartner Napoleon Sports & Casino geeft **10x2** tickets weg voor #CerUSG!

Voorspel de eerste doelpuntenmaker tijdens #ZwaCer, deel de post op je profiel en wie weet win je een duoticket voor **Cercle Brugge - Union Saint-Gilloise!**

We maken de winnaars bekend op maandag 29/04/19 voor 18 uur.



**Voorspel &
win tickets!**

Zulte-Waregem - Cercle Brugge



<  Cercle Brugge
18 april · 🌐

📺 Onze hoofdpartner Napoleon Sports & Casino geeft **10x2** tickets weg voor de thuiswedstrijd tegen KV Kortrijk !

Beantwoord onderstaande wedstrijdvraag, deel de post op je profiel en wie weet win je een duoticket voor Cercle Brugge - KV Kortrijk! Vrijdagnamiddag maken we de winnaars bekend! #CerKVK #levecercle

🤔 VRAAG: Welke ex-speler van Cercle Brugge K.S.V. neemt het zaterdag op tegen Groen-Zwart?



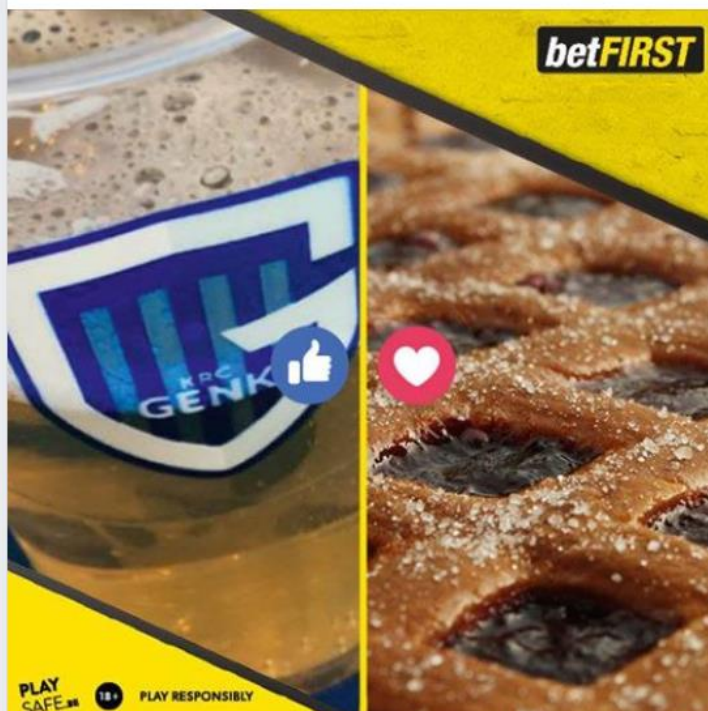
Voorspel & win tickets!

Cercle Brugge - KV Kortrijk



 KRC Genk official
22 mei om 08:00 · 🌐

Wat moet Betfirst doen bij eerste thuismatch om de titel te vieren? 🍷🍷
#krcgenk #samengenk





Certains clubs de foot font toutefois usage de leur page Facebook pour faire activement de la publicité pour des paris et pour leur sponsor-opérateur de paris. Ici aussi, la façon de procéder varie selon les équipes. Le Cercle de Bruges, par exemple, ne mentionne que les cotes et le logo de son partenaire-opérateur de paris (voir la capture d'écran).




D'autres équipes publient pour leur part des messages Facebook dans lesquels les supporters sont activement **encouragés à parier**. Le FC Bruges incite ses supporters à jouer avec Unibet et mentionne les cotes respectives en cas de victoire, de match nul ou de défaite (voir les captures d'écran).

Club Brugge K.V.
19 mei om 18:49 · 🌐

HT: Club kwam vroeg op voorsprong en creëerde ook nog enkele goede kansen, maar de voorsprong vergroten lukte niet. 1-0 is de ruststand!
#WeNeverWalkAlone #CluAnt


Speel mee met Unibet (18+): <http://unibet.me/Brugge-halftime>



Club Brugge K.V.
19 mei om 12:01 · 🌐

We kijken naar de laatste stats voor #CluAnt!

Speel mee met Unibet (18+): <http://unibet.me/Brugge-statstory>



« Jouez avec Unibet (18+) »

Et enfin, certaines équipes vont encore plus loin en annonçant des **bonus** offerts par leur opérateur de paris sportifs (voir les captures d'écran).

KAA Gent
15 mei om 15:30 · 🌐

Grijp nu je kans en scoor € 50 cash als de Buffalo's winnen van Antwerp!



NAPOLEON
SPORTS & CASINO

Odds Boost
Win € 50 cash
Royal Antwerp - KAA Gent



KAAGENT.BE

Scoor € 50 cash als de Buffalo's winnen van R Antwerp FC!
Kunnen de Buffalo's na Standard ook winnen op het veld van R Antwerp...

KAA Gent
30 april · 🌐

Denk jij ook dat de Buffalo's woensdag de beker in de lucht zullen steken? Scoor € 50 cash bij onze partner Napoleon Sports & Casino met amper € 5 inzet!



Odds Boost
Win € 50 cash
KAA Gent - KV Mechelen

KAAGENT.BE Over deze website

Scoor € 50 cash als de Buffalo's de bekerfinale winnen!
Geniet van een exclusief aanbod voor Buffalo's van Napoleon Sports &...

SV Zulte Waregem - ESSEVEE
12 maart · 🌐

😊 **Betfirst** is de komende drie seizoenen de officiële betting partner van Team Essevee. Op onze vorige thuiswedstrijd kwam het Belgische gokkantoor langs in het Regenboogstadion. Nu pakken ze uit met een welkomstbonus voor al onze fans (18+).

👉 Verzilver jouw bonus op www.essevee.be/welkombetfirst!



bettingpartner van **ESSEVEE**

🔊 x

Bonus de bienvenue

 Cercle Brugge
11 april ·  

(18+) Profiteer van het exclusieve aanbod van onze partner Napoleon Sports & Casino voor de match tegen Waasland-Beveren: scoor €50 cash als de Groen-Zwart wint!

 <https://www.cerclebrugge.be/nl/news/scoor-eur-50-cash-als-cercle-wint-van-waasland-beveren>



Odds Boost
Win € 50 cash
Cercle Brugge - Waasland-Beveren

 Vind ik leuk  Opmerking  Delen

Waasland-Beveren fait même de la publicité sur sa page Facebook pour des matchs virtuels de son partenaire-opérateur de paris (voir les captures d'écran).

The image shows a Facebook post from the club 'Waasland-Beveren' dated 28 maart om 10:43. The post text reads: 'WIN €30 FREEBET -Like Circus Sport -Geef jouw pronostiek voor Zulte vs Waasland-Beveren, de wedstrijd die gesimuleerd zal worden op FIFA 18 op 29/03 in de Circus kantoren & geef ook de naam van de eerste doelpuntenmaker... Meer weergeven'. Below the post is a promotional banner for 'Circus CASINO & SPORT'. The banner features a soccer player in a blue and yellow jersey celebrating, with '€30 FREEBET' written in large white letters on a red background. At the bottom of the banner, it says 'ANYTHING CAN HAPPEN. Circus'.

KV Ostende associe un concours de « tir sur la latte » pendant la mi-temps à un crédit de jeu d'une valeur pouvant aller jusqu'à 500 € auprès de son sponsor-opérateur de paris (voir la capture d'écran).



KV Oostende
14 mei · 🌐

⚽ BETFIRST LATJE TRAP ⚽

Ben jij morgen aanwezig tijdens de laatste thuiswedstrijd ? ❤️❤️❤️
Tag een vriend in comment en misschien waag jij tijdens de rust van KVO - STVV je kans!
Raak de lat en maak kans op tot €500 cash 😊
Veel succes 🍀

Betfirst
14 mei · ⚙️

⚽ BETFIRST LATJE TRAP ⚽

Ben jij aanwezig tijdens de laatste th... [Meer lezen](#)



LATJE TRAP



Dans un concours où une photo prise avec ledit Bet-Mobile permet de gagner des billets VIP, un crédit de jeu de 12 € est également offert auprès de l'opérateur de paris (voir les captures d'écran).

 KV Oostende
17 maart · 🌐

Maak kans op VIP-tickets dankzij **Betfirst** ! Hoe?
 1) Ga straks naar het Maes Pils-plein en neem jouw foto bij de Bet-Mobile.
 2) Post de foto op Instagram met **#BFKVO**
 3) Volg Betfirst op Instagram en maak kans op de VIP-tickets.
 4) Veel succes ! En vergeet zeker niet jouw € 12 gratis wedtegoed op te halen met jouw KVO-code !



 KV Oostende
21 maart · 🌐

Dankzij onze betting partner **Betfirst** kon jij een duo VIP-pakket winnen voor een wedstrijd in Play-off 2. **Vannessa Str Straetman** ging op de foto met de Bet Mobile en wint dit fel begeerde VIP-pakket. Proficiat Vannessa !



Waasland-Beveren publie également divers messages Facebook dans lesquels une action est associée à l'opérateur de paris, comme le fait de pouvoir gagner des paris gratuits pour un certain montant ou un maillot signé de l'équipe (voir les captures d'écran).


Waasland-Beveren
 9 mei · 🌐

WIN EEN FREEBET TOT € 30

Wat moet je hiervoor doen?

Voorspel de juiste score en de minuut van het 1ste doelpunt tussen Waasland-Beveren en Cercle.

De persoon het dichtst bij het juiste antwoord wint de Freebet.

Als Waasland-Beveren de wedstrijd wint, geven we een Freebet van € 30 weg in plaats van € 15.

Bij een gelijke stand, zal er een loting plaatsvinden.

Een deelname per persoon. Fake accounts worden uitgesloten.
#Anythingcanhappen




Waasland-Beveren
 3 mei · 🌐

WIN EEN GESIGNEERD SHIRT VAN WAASLAND-BEVEREN

Wat moet je hiervoor doen?

- Like Circus Sport
- Voorspel het aantal doelpunten gescoord tijdens Waasland-Beveren - Kortrijk en Waasland-Beveren - Cercle (in totaal)
- Tag iemand die fan is van Waasland-Beveren

Deelnamevoorbeeld: 7 'iemand'

Nog niet ingeschreven op Circus? Win hier € 50 CASH
 -> <https://circus.vip/50euroCASHWB>

De wedstrijd loopt tot 04/05 20:00

Een loting wordt uitgevoerd op 13/05 tussen alle personen met het juiste antwoord.

Een deelname per persoon. Fake accounts worden uitgesloten.
#Anythingcanhappen



Waasland-Beveren
28 maart · 🌐

WIN €30 FREEBET

-Like **Circus Sport**
-Geef jouw pronostiek voor Zulte vs Waasland-Beveren, de wedstrijd die gesimuleerd zal worden op FIFA 18 op 29/03 in de Circus kantoren & geef ook de naam van de eerst... [Meer weergeven](#)

€30 FREEBET



ANYTHING CAN HAPPEN. **Circus**

Waasland-Beveren
15 maart · 🌐

WIN EEN FREEBET TOT 50 EURO

Wat moet je hiervoor doen?

-Like **Circus Sport**
-Kies 2 feiten hieronder en de minuut van het eerste doelpunt tussen Standard en... [Meer weergeven](#)

€50 FREEBET



ANYTHING CAN HAPPEN. **Circus**

Et pour finir, il convient de noter que certains supporters expriment leur mécontentement face aux messages Facebook dans lesquels le club de foot promeut son sponsor-opérateur de paris en offrant des bonus (voir les captures d'écran).

KAAGENT.BE

Scoor € 50 cash als de Buffalo's de bekerfinale winnen!
Geniet van een exclusief aanbod voor Buffalo's van Napoleon Sports &...

16 3 opmerkingen

Leuk Opmerking Delen

Meest relevant ▾

Schrijf een opmerking...

Topbijdrager

Sorry KAA Gent, regel 1 van succesvol sportsbetting: nooit inzetten op het team waarvoor je supportert. Dat is emotioneel gokken 😊
Maar ik snap jullie wel, binnenkort is het gedaan met gokfirma's als sponsor wanneer de wet gestemd wordt 😊 Dan komt hopelijk eindelijk de ethiek terug in de voetbalsport. Nooit gesnapt hoe gokkantoren als sponsor verenigbaar zijn met topsport, zeker wanneer sommige eersteklassers door dezelfde gokbedrijven worden gesponsord... En dan verbaasd zijn over matchfixing 😊

Leuk · Beantwoorden · 5 d · Bewerkt

< Cercle Brugge 11 april · ⚙️

(18+) Profiteer van het exclusieve aanbod van onze partner Napoleon Sports & Casino voor de match tegen Waasland-Beveren: scoor €50 cash als de Groen-Zwart wint!

<https://www.cerclebrugge.be/nl/news/scoor-eur-50-cash-als-cercle-wint-van-waasland-beveren>

 **NAPOLEON**
SPORTS & CASINO

Odds Boost
Win € 50 cash
Cercle Brugge - Waasland-Beveren

Vind ik leuk Opmerking Delen

3

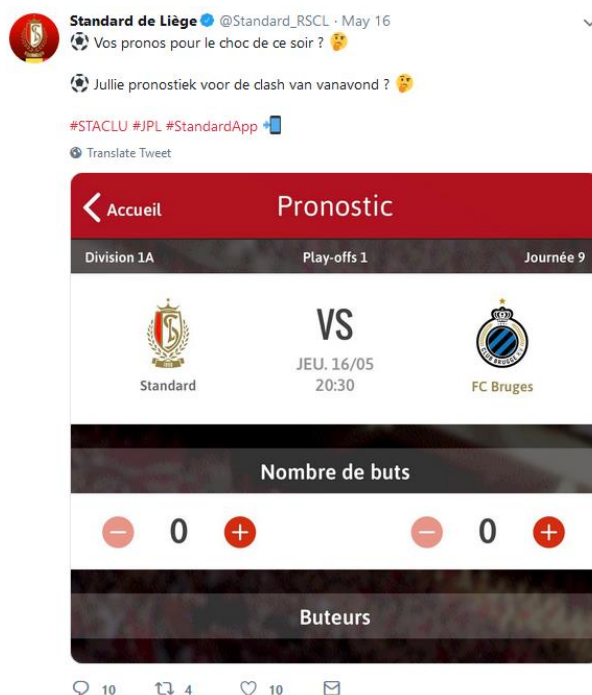
Zal Cercle Brugge ook de verantwoordelijkheid nemen als een van hun supporters hierdoor met een gokverslaving in de problemen komt? Begrijpe wie begrijpe kan.
#voorgeldanstdebeer

B. Twitter

Tous les clubs de football de la Jupiler Pro League disposent d'un compte Twitter (voir l'aperçu avec les liens en haut de page). Comme c'est également le cas pour Facebook, l'utilisation faite de ce réseau social concernant la publicité pour le sponsor-opérateur de paris et l'incitation au paris varie selon les clubs.

Dans leurs tweets, certains clubs demandent aux supporters de **prédire le résultat** du match à venir (voir les captures d'écran).





D'autres clubs n'hésitent pas à utiliser chaque **tweet avec une photo ou un clip vidéo** pour promouvoir le **logo de leur opérateur de paris** (et d'autres sponsors éventuels) (voir les captures d'écran). Le Royal Antwerp FC mentionne ainsi ses sponsors sur la feuille de match. Le FC Bruges inclut systématiquement le logo d'un de ses opérateurs de paris dans toutes les images et tous les clips vidéo qu'il publie. Le logo d'Euromillions apparaît toujours sur les photos du joueur qui a marqué un but. Le logo d'Unibet est visible sur chaque photo d'un changement de joueur, du score du match et de la composition de l'équipe. Le Cercle de Bruges semble faire la même chose pour son partenaire de jeu. Son logo figure systématiquement sur chaque photo ou clip vidéo. C'est également le cas du Royal Excel Mouscron, qui place le logo de son partenaire de jeu dans un coin de la photo accompagnant ses tweets. KV Ostende tweet qui sont ses trois plus fidèles suiveurs de la semaine et il apparaît que son plus grand fan sur Twitter est son partenaire de jeu.

Royal Antwerp FC @official_rafc · May 12
 Hier alvast de opstelling van beide ploegen. #ANTAND #COYR #LoveRAFC

Translate Tweet

BOSUILSTADION
12/05/2019 > 14u30

WEDSTRIJD

BLAD 18-19

ANTWERP OFFICIAL
EULEN

ROYAL ANTWERP FC

COACH
Laszlo BOLONI

SPELERS

1	Sinan BOLAT
4	Daniel OPARE
6	Simen JUKLEROD
11	Lior REFAELOV
14	Amara BABY
15	Dino ARSLANAGIC
19	William OWUSU
20	Didier LAMKELZE
23	Omar GOVEA
38	Faris HARDUN
37	Jelle VAN DAMME

INVALLERS

39	Jens TEUNCKENS
2	Matheus BORGES
8	Ivo RODRIGUES
9	Jonathan BOLINGI
10	Geoffry HAIREMANS
22	David SIMAO
60	Sambou YATABARE

ALGEMEEN KLASSEMENT 3^{de} - 38pt
VORM W-W-G-W-V

RSC ANDERLECHT

COACH
Karim BELHOCINE

INVALLERS

1	Frank BOECKX
3	James LAWRENCE
8	Pieter GERKENS
27	Peter ZULJ
39	Edo KAYEMBE
40	Francis AMUZU
42	Hannes DELCROIX
56	Alexis SAELEMAEKERS

SPELERS

16	Thomas DIDILLON
4	Bubacarr SANNEH
7	Andy NAJAR
11	Yannick BOLASIE
12	Dennis APPIAH
19	Ivan SANTINI
20	Sven KUMS
22	Elias COBBAUT
25	Adrien TREBEL
45	Sebastiaan BORNAUW
51	Yari VERSCHAEREN

ALGEMEEN KLASSEMENT 5^{de} - 30pt
VORM V-V-G-V-W

SCHEIDRECHTER
Erik LAMBRECHTS

ASSISTENTSCHEIDRECHTER
Rien VANZERE

ASSISTENTSCHEIDRECHTER
Philippe VANDECAUTER

ASSISTENTSCHEIDRECHTER
Lothar D'HONDT

MATCHSPONSOR

Club Brugge KV @ClubBrugge · Mar 30
 ⚔ Duel der verdedigers morgen in #CluGnt?

Translate Tweet

23

WEDSTRIJDEN
GESPEELD

7.8

CLEARANCES/90

22

OVERTREDINGEN

90.7%

PASS
NAUWKEURIGHEID

VS

19

WEDSTRIJDEN
GESPEELD

6.9

CLEARANCES/90

26

OVERTREDINGEN

85.9%

PASS
NAUWKEURIGHEID

MECHELE VS BRONN

powered by UNIBET UNIBET

3
1
37
✉

Club Brugge KV @ClubBrugge · Mar 31
Hier zijn jullie Brugse XI voor #CluGnt! 🔥

Translate Tweet



1 19 73

Club Brugge KV @ClubBrugge · Mar 31
14' GOOOOAAAAALLLLL! Dennis met een gemeten voorzet tot bij Vormer die de bal voorbij Kaminski in doel knalt, 1-0! #WeNeverWalkAlone #CluGnt

Translate Tweet



2 18 94

Club Brugge KV @ClubBrugge · Apr 14

46' Tijdens de rust bleef Mats Rits in de kleedkamer. Hij wordt vervangen door Amrabat. #GnkClu

Translate Tweet



Cercle Brugge @cercleofficial · May 17

46' [1-0] Rust: We zijn aan de rust aanbeldand in Kortrijk-Cercle. Kortrijk leidt voorlopig met 1-0, na een doelpunt van Ezekiel. #kvkcer #levecercle

Translate Tweet



KV KORTRIJK VS CERCLE BRUGGE	
Ruststand	0
Schoten op doel	2
Overtredingen	4
Reddingen keeper	2
Balbezit (%)	44

#kvkcer #levecercle

Cercle Brugge @cercleofficial · May 17

De opstelling voor #KVKCer is er! #levecercle #WeBeatAsOne

Translate Tweet

596 views

0:06 / 0:10

Cercle Brugge @cercleofficial · May 14

!! Mee naar #KVKCer? Koop jouw 🚗 & 🚗 combi dan voor woensdagavond aan op het secretariaat!

cerclebrugge.be/nl/news/belang...

Translate Tweet

1



Royal Excel Mouscron ...: 17 mei ▾

#MOUWBE (1-1, 45') Mi-temps au Canonnier ! Nos Hurlus n'auront pas su conserver leur avantage d'un but ! Encore 45 minutes pour faire la différence. ALLEZ L'EXCEL



Royal Excel Mouscron ...: 05 mei ▾

#MOUZWA (1-0, 38') 🔄 Premier changement pour l'Excel. Blessé, #Gulan est contraint de laisser sa place à #Kuzmanovic





Royal Excel Mouscron ..: 14 mei ▾

#CERMOU (0-3, 87')

BUUUUUUUUUUUUUUT ! Une magnifique frappe et un doublé pour notre capitaine @MbayeLeye !



Royal Excel Mouscron ..: 17 mei ▾

Voici la composition pour la rencontre de ce soir face à @WaaslandBeveren !

🕒 Début à 20h30

📍 Le Canonnier

Tous derrière nos Hurlus pour cette dernière rencontre ! 🔥🔴🤍

#MOUWBE

#RoyalExcelMouscron





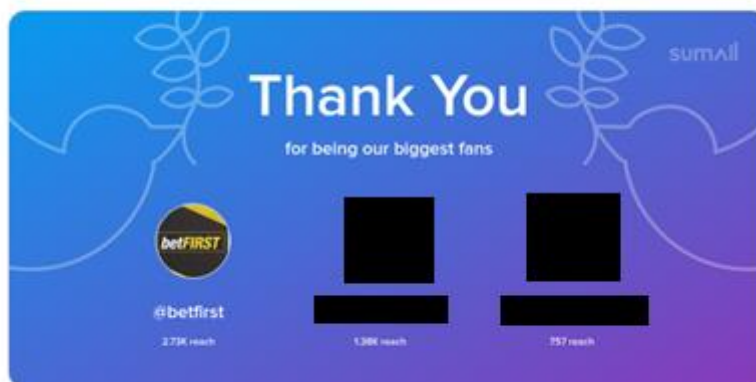
Royal Excel Mouscron ... 17 mei ▾

#MOUWBE (1-1, 47') Premier carton du match à l'encontre de @BoyaFrank



KV Oostende @kvoostende · May 18 ▾

Our biggest fans this week: betfirst. [redacted] Thank you! via sumall.com/thankyou?utm_s...



Certains tweets sont également utilisés pour attirer l'attention sur des actions (voir les captures d'écran). Il existe ainsi des actions dans le cadre desquelles l'opérateur de paris offre quelque chose qui n'est pas lié aux paris, comme des billets gratuits par exemple. Mais il peut également s'agir d'actions permettant de gagner un crédit de pari et où le gagnant est donc incité à jouer.



(retweet d'un message de l'opérateur de paris par le club de football)



KV Oostende @kvoostende · May 14

Win morgen € 500 met latjetrap dankzij @betfirst ! #kvostv



betFIRST @betfirst

⚽ BETFIRST LATJE TRAP ⚽

Ben jij aanwezig tijdens de laatste thuiswedstrijd van @kvoostende? 🍀❤️👉...

🌐 Translate Tweet



Et enfin, il y a des tweets qui encouragent les supporters actifs sur Twitter à parier chez le sponsor-opérateur de paris de leur club de football (voir les captures d'écran).

Club Brugge KV @ClubBrugge · Mar 28

De laatste confrontaties, punten per match en het winstpercentage voor #CluGnt. We gaan #HeadToHead!

Speel mee met Unibet (18+): unibet.me/Brugge-H2H

Translate Tweet

Club Brugge KV	VORIGE ONTMOETINGEN	KAA Gent
2 POSITIE	1-1 03/02/19	5 POSITIE
2.1 DOELPUNTEN PER WEDSTRIJD	0-1 20/05/18	1.8 DOELPUNTEN PER WEDSTRIJD
53% WEDSTRIJDEN GEWONNEN	2-1 01/10/17	50% WEDSTRIJDEN GEWONNEN
	2-1 21/05/17	
	1-0 02/10/16	
	1 1,75	2 4,25
	X 4,20	

powered by UNIBET

2 21

Club Brugge KV @ClubBrugge · Apr 14

HT: We gaan rusten met een 1-1 tussenstand. Club had het lastig in het begin van de wedstrijd, maar een penaltygoal van de Gouden Schoen bracht een tweede adem. #WeNeverWalkAlone #GnkClu

Speel mee met Unibet (18+): unibet.me/Brugge-halftime

Translate Tweet

Club Brugge KV	STATISTIEK	KAA Gent
58 BALBEZIT (%)		42
1 SCORINGSKANSEN		1
5 SCHOTEN OP DOEL		1
1 HOEKSCHOPPEN		2
	1 2,43	2 3,50
	X 2,80	

powered by UNIBET

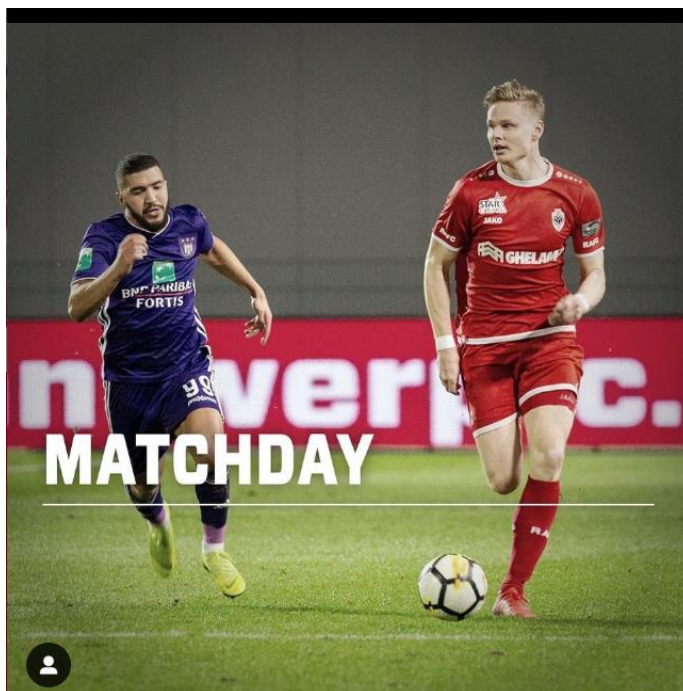
2 4 21



C. Instagram

Les clubs de football sont également actifs sur Instagram. Là encore, il convient de faire une distinction quant à la manière dont les clubs de foot font usage de ce canal des réseaux sociaux en ce qui concerne les paris et la promotion de leur sponsor-opérateur de paris. Certains messages postés invitent les supporters à prédire **le résultat du match à venir** (voir les captures d'écran).





royal_antwerp_fc • Volgen



royal_antwerp_fc MATCHDAY!

vs RSC Anderlecht

🕒 18.00 uur

🏟️ Constant Vanden Stockstadion

Welke uitslag voorspel jij? 🗳️

#ANDANT #COYR #LoveRAFC #RAFC
#Antwerpkomteraan

9 w.



1.338 vind-ik-leuks

7 APRIL

Een reactie toevoegen...

Plaatsen

D'autres clubs placent le **logo de leur opérateur de paris** auprès des photos publiées (voir les captures d'écran). Certains messages contiennent les logos de tous les sponsors, alors que d'autres ne mettent systématiquement que l'opérateur de paris en évidence. Certains messages mentionnent les cotes de l'opérateur de paris.



rsc.officiel • Volgen



rsc.officiel #Matchday #chagnk #jpl

Allez les zèbres
Tous au stade !

15 w.



Good luck

@ [redacted] 🙌👍



15 w. Reageren



198 vind-ik-leuks

2 MAART

Een reactie toevoegen...

Plaatsen

SELECTION

GOALKEEPERS
Baume, Penneteau, Riou

DEFENCE
Angella, Busi, Dessoleil, Marinos,
Martos, Murio, Willems

MIDFIELD
Bruno, Diandy, Gholizadeh,
Hendrickx, Henen, Ilalmaharitra, Morioka

ATTACK
Niane, Osimhen, Perbet

#JPL
#RCSC
#ANTCHA

proXimus GOBERT MATERIAUX lotto Belfius CAIROX QNT Kappa

rcsc.official • Volgen

rcsc.official Voici la sélection du Sporting de Charleroi face au @royal_antwerp_fc en vue de ce dimanche 10 mars à 18h00. ⚽ #RCSC #Charleroi #Antwerp #antCHA #JPL

14 w.

14 w. Reageren

14 w. Reageren

223 vind-ik-leuks
9 MAART

Een reactie toevoegen... Plaatsen

ITV GOLDENPALACE

De wedstrijd werd afgesloten met trainingen met bommen, granaten en rook

stvv_official • Volgen

stvv_official | Nog in de wolken van ons, tot nu toe, prachtig seizoen? Wij nemen je even terug... 😊 #STVV #ComeOnCanaries

13 w.

384 vind-ik-leuks
14 MAART

Een reactie toevoegen... Plaatsen

(Mention du site Web de l'opérateur de paris dans le coin supérieur droit.)





clubbrugge • Volgen

clubbrugge 5' GOOOAAAAALLL!
De eerste kans van Club gaat er meteen in! Schrijvers zet scherp voor tot bij @wesleymoraes07 die hard binnentikt, 0-1! #AndClu

16 w.



3.295 vind-ik-leuks

24 FEBRUARI

Een reactie toevoegen...

Plaatsen



clubbrugge • Volgen

clubbrugge 2 metronomen op het middenveld. Wie wint zondag de strijd op het middenveld? #AndClu

16 w.



1.692 vind-ik-leuks

23 FEBRUARI

Een reactie toevoegen...

Plaatsen



 clubbrugge • Volgen

 clubbrugge De Facts voor de 168ste match tussen Club en Anderlecht in 1A zijn er! Lees alle info over spelers, resultaten en de voorgeschiedenis op de site. [📄](#) #AndClu

16 w.

1.677 vind-ik-leuks
22 FEBRUARI

Een reactie toevoegen... Plaatsen



 clubbrugge • Volgen

 clubbrugge HT: Club kwam vroeg op voorsprong en hield de controle, maar kreeg het lastiger met Anderlecht toen de gelijkmaker uit de lucht kwam vallen. 1-1 aan de rust, op naar de tweede helft! #BluwnGoan #AndClu

16 w.

 Santini moest gvd 2x rood krijgen..

1.169 vind-ik-leuks
24 FEBRUARI

Een reactie toevoegen... Plaatsen

LINE UP

WISSELSPELERS:
VAN DAMME, PALUN, VITINHO, GAKPÉ,
OMOLO, VANHOUTTE & DE BELDER

14 CARDONA
18 ALJOUR
17 ETIENNE
5 KONÉ
27 BONGIOVANNI
30 TRAORÉ
32 DECOSTERE
28 DELACOURT
23 MAREGA
24 UEDA
1 NARDI

462 vind-ik-leuks
17 MAART

HALF TIME
CERCLE BRUGGE VS
ZULTE WAREGEM

Schoten op doel	4	2
Overtredingen	8	5
Reddingen keeper	1	3
Balbezit (%)	57	43
Ruststand	1	2

#cerclebrugge

203 vind-ik-leuks
2 APRIL

Et pour finir, les clubs de foot utilisent aussi des messages Instagram pour souligner les **actions menées en collaboration avec leur sponsor-organisateur de paris** (voir les captures d'écran).

BETMOBILE PHOTO CONTEST



- 1 Post een foto met onze bet-MOBILE op Instagram met **#BFKVO!**
- 2 Volg **@betfirst** en maak zo kans op een VIP-trip voor twee tijdens een KVO thuiswedstrijd naar keuze!

betFIRST

 **kvoostende_official** • Volgen

 **kvoostende_official** Take your picture at the Betmobile and win VIP-tickets for a game in the Play-offs ! Post the picture on Instagram with #BFKVO and like the page of @betfirst . Good luck ! #kvoostende #betfirst #kvoand #jpl

13 w.

 @     

13 w. 1 vind-ik-leuk Reageren

— Antwoorden weergeven (1)

67 vind-ik-leuks

16 MAART

Een reactie toevoegen... [Plaatsen](#)

betFIRST

bettingpartner van KV OOSTENDE

 **kvoostende_official** • Volgen

 **kvoostende_official** Thanks to @betfirst , @  wins a VIP treat for a Play-off 2 game. Congratulations ! #kvoostende #betfirst #vip_treat #kvoand

12 w.

 Dankjewel @betfirst & @kvoostende_official     we gaan hiervan genieten  

628 weergaven

21 MAART

Een reactie toevoegen... [Plaatsen](#)

betFIRST
LATJE TRAP

KVVV
 Voetbal aan Zee

betfirst
 PLAY SAFE
 SPEEL VERANTWOORD

kvoostende_official • Volgen

kvoostende_official @betfirst
 latjetrap!
 Tag een vriend en misschien win jij tijdens de rust 500 euro met latjetrap!
 #betfirst #kvoostende #latjetrap

5 w.

+

5 w. Reageren

5 w. Reageren

166 vind-ik-leuks
 14 MEI

Een reactie toevoegen... Plaatsen

Il est frappant de voir que contrairement à Facebook et Twitter, aucun message n'est posté sur Instagram dans lequel les paris sont activement promu.

4) Publicité pour les paris sur les billets d'entrée aux matchs des play-offs

Pour assister aux matchs des play-offs, il convient de disposer soit d'une extension de l'abonnement de saison du club, soit d'un billet acheté séparément pour ce match individuel des play-offs. Le tableau ci-dessous montre quels sponsors sont mentionnés sur les abonnements et lesquels figurent sur les billets à l'unité.

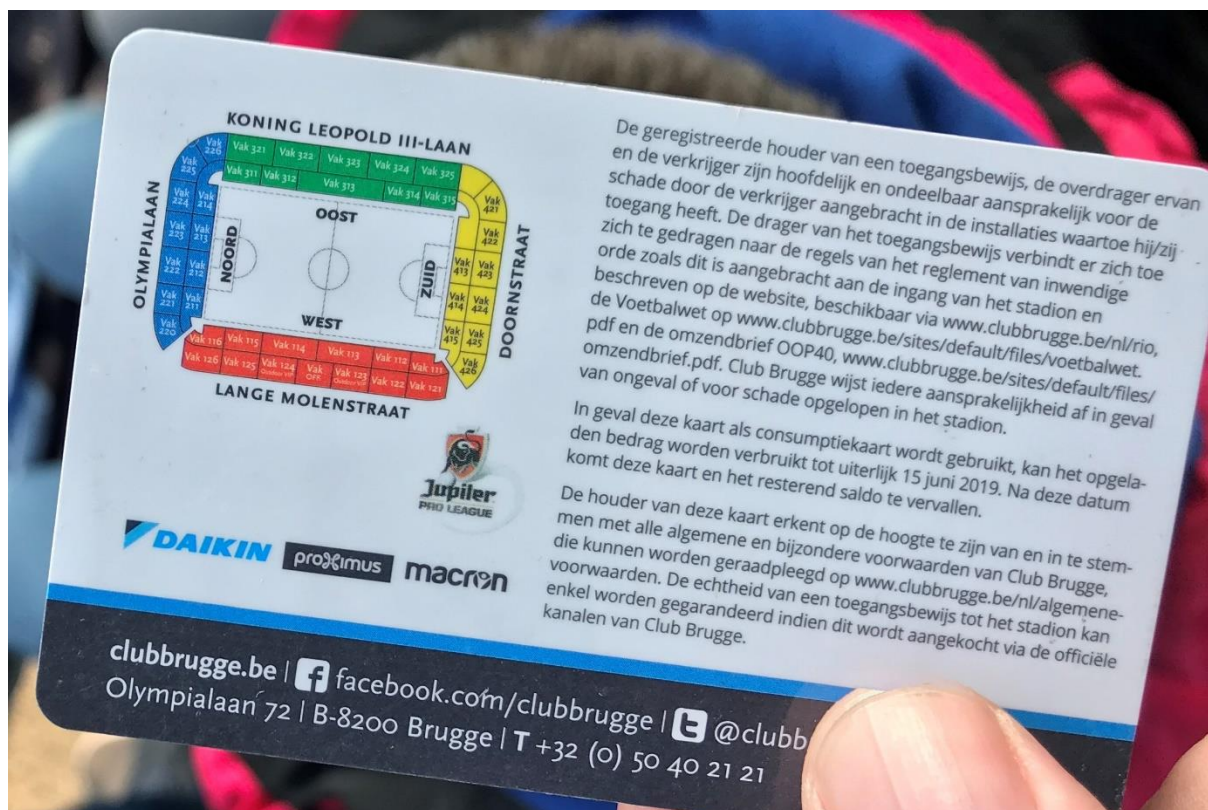
Club	Abonnement				Billet d'entrée individuel à un match des play-offs				
	+16		-16		+16		-16		
	Sponsors présents ?	Sponsor-opérateur de jeux de hasard ?	Sponsors présents ?	Sponsor-opérateur de jeux de hasard ?	Sponsors présents ?	Sponsor-opérateur de jeux de hasard ?	Sponsors présents ?	Sponsor-opérateur de jeux de hasard ?	
1	Antwerp	OUI Jupiler Pro League	NON	OUI Jupiler Pro League	NON	OUI Jupiler, Unibet, Ghelamco, Heylen Vastgoed	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
2	Anderlecht	OUI Proximus, Adidas, BNP Paribas, Allianz	NON	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet, Lotto	OUI Unibet, Lotto	IDEM +16	IDEM +16
3	FC Bruges	OUI Jupiler Pro League, Macron, Daikin, Proximus	NON	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	Inconnu	Inconnu
4	La Gantoise	OUI Maes, VDK, Telenet, Ghelamco	NON	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	Inconnu	Inconnu
5	KRC Genk	OUI Euphony, KBC, Beobank	NON	Idem +16	Idem +16	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
6	Standard de Liège	Inconnu	Inconnu	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	Inconnu	Inconnu
7	KV Ostende	NON	NON	NON	NON	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16

8	KFCO Beerschot-Wilrijk	NON	NON	NON	NON	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
9	Eupen	NON	NON	NON	NON	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
10	Charleroi	Inconnu	Inconnu	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet, Lotto	OUI Unibet, Lotto	Inconnu	Inconnu
11	Saint-Trond	OUI Golden Palace	OUI Golden Palace	Idem +16	Idem +16	OUI Jupiler, Unibet, Golden Palace	OUI Unibet, Golden Palace	IDEM +16	IDEM +16
12	Westerlo	OUI Jupiler Pro League, Soudal	NON	OUI Soudal, Jupiler Pro League	NON	OUI Jupiler, Unibet, Soudal, Netex, GMI	OUI Unibet	Inconnu	Inconnu
13	Union SG	Inconnu	Inconnu	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
14	Cercle Bruges	OUI Jupiler Pro League, Stardekk, Vaillant et ADMB	NON	OUI Jupiler Pro League , Stardekk, Vaillant et ADMB	NON	OUI Jupiler, Unibet, Lianti, Stardekk, Vaillant, Erima, Napoleon Games	OUI Unibet, Napoleon Sports & Casino	IDEM +16	IDEM +16
15	Zulte Waregem	OUI Record Bank	NON	OUI Record Bank	NON	OUI Jupiler, Unibet, Willy Naessens	OUI Unibet	IDEM +16	IDEM +16
16	KV Courtrai	NON	NON	NON	NON	OUI Jupiler, Unibet, 36Win	OUI Unibet, 36Win	IDEM +16	IDEM +16

17	Mouscron	Inconnu	Inconnu	Inconnu	Inconnu	OUI Jupiler, Unibet, Starcasino	OUI Unibet, Starcasino	IDEM +16	IDEM +16
18	Waasland- Beveren	NON	NON	NON	NON	OUI Jupiler, Unibet, Circus Casino, AIMStools	OUI Unibet, Circus Casino	IDEM +16	IDEM +16

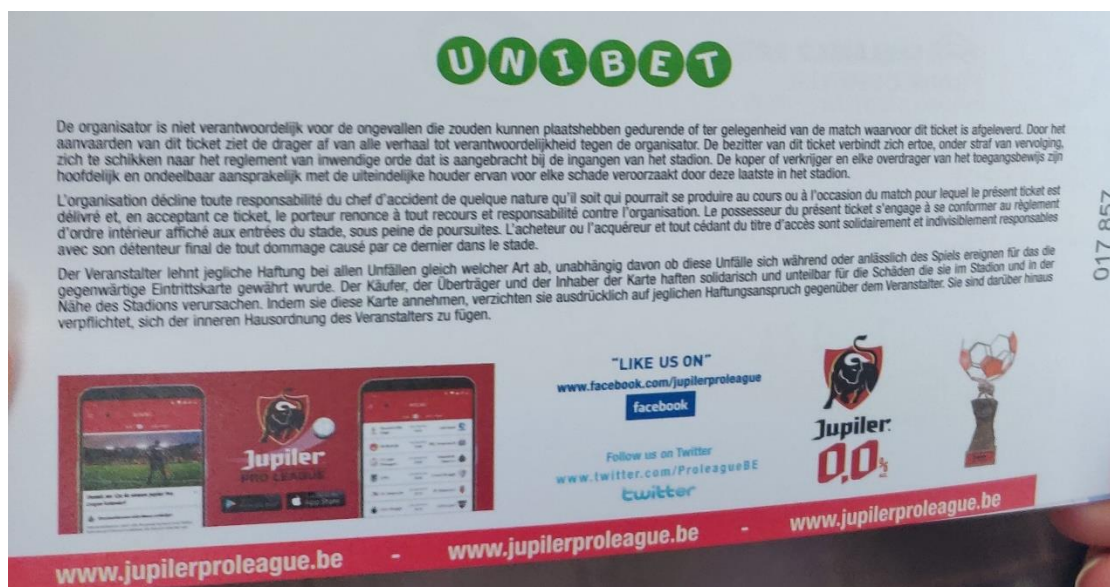
Abonnements

Une distinction de prix est faite entre les abonnements adultes (+16) et les abonnements enfants (-16). Chez quelques rares clubs, cette distinction est également visuelle, à l'exception de la mention 16+ ou 16-. Six équipes ne mentionnent aucun sponsor sur leurs abonnements, huit le font bien et on n'a pas de données à ce sujet concernant les quatre restantes. Parmi ces huit, seules deux ne mentionnent aucune marque de boissons alcoolisées. Le logo de la Jupiler Pro League figure sur les abonnements de cinq clubs (voir photo). Un club mentionne le sponsor Maes (voir photo). Un club mentionne un opérateur de jeux de hasard.



Billets à l'unité pour des matchs individuels des play-offs

En ce qui concerne les billets pour les matchs individuels des play-offs de la Jupiler Pro League, une distinction est toujours faite entre un billet +16 et un billet -16. Les billets destinés à la vente au guichet sont livrés aux clubs par la Pro League elle-même, de sorte que ces billets présentent une apparence uniforme. Le verso de ces billets est identique pour tous les matchs des play-offs, quels que soient les clubs qui jouent et quelle que soit la catégorie d'âge du billet (voir photos : verso du billet Zulte Waregem et La Gantoise). Dans ce contexte, il est frappant de constater que ce côté verso standardisé du billet arbore les **logos d'Unibet et de Jupiler 0.0 %**, ce qui signifie que la **Pro League** fait, également **chez les mineurs d'âge, de la publicité pour les paris et la bière sans alcool**.



Le côté recto de ces billets à l'unité varie cependant selon les clubs. Le logo de la Jupiler Pro League apparaît de façon standard dans le coin inférieur gauche de chaque billet (voir photos).

HEYLEN VASTGOED BVBA
Stadion 't Kuipje - Westerlo
zaterdag 20/04/2019 - 20:00

KVC Westerlo
KV Oostende

TRIBUNE	Blok-Bloc	Rij-Rang	Plaats-Place
2	L	14	36

SOUDAL **GMI** **netex**
www.netex-sport.be

Uitnodiging ABO
0,00 EUR
Tax incl.

PO2 - 9343

2018 - 2019

SV ZULTE WAREGEM
Regenboogstadion - Waregem
vrijdag 17/05/2019 - 20:30

SV Zulte Waregem vs Union Saint-Gilloise (PO2)

Blok-Bloc	Rij-Rang	Plaats-Place
A 108	4	86

Volwassenen 20,00 EUR
Tax incl.

Printed: vrijdag 17/05/2019 - 13:36:25
Cus: 2531581 - Res: 31281353

123672180001038

KAS EUPEN
Kehrweg Stadion - Stade du Kehrweg

KAS Eupen - Sporting Charleroi
07.04.2019 / 20:00

Tribune	Block	Reihe	Platz
3	3F	15	138
Tribune	Bloc	Rang	Place
Erwachsene			20 €

Cus: 0
Res: 31035355

10192016000429

USG

Vente au guichet
Play-offs II Groupe B - 2018-2019
Match du Saturday 11/05/2019 à 20:30

PRO LEAGUE

Stade Joseph MARIEN

Royale Union Saint-Gilloise
VS
Royal Excel Mouscron

Tribune	Entrée	Bloc	Rang	Place
EST	1a	A	-	1111

10.00 € tvac
31025122

ADULTE
10/05/2019

Jupiler PRO LEAGUE

2 0 1 8 - 2 0 1 9

10173876-1

Dix des dix-huit clubs participant aux play-offs de la Jupiler Pro League mentionnent leurs propres sponsors à côté du logo de la Jupiler Pro League. **Sept** de ces dix clubs **mentionnent** également un **opérateur de jeux de hasard ou de paris**. Anderlecht (voir photo) et Charleroi mentionnent le sponsor Lotto, Saint-Trond mentionne Golden Palace, le Cercle de Bruges place le logo de Napoleon Games sur ses billets, KV Courtrai mentionne 36Win, Mouscron Starcasino et enfin Waasland Beveren, Circus Casino & Sport. Pour six de ces sept clubs, on dispose de données concernant les billets -16. Il est une fois de plus frappant de constater que tous les six **mentionnent également l'opérateur de jeux de hasard ou de paris sur les billets destinés aux moins de seize ans**

R.C.S.C.

Stade du Pays - Charleroi
lundi 22/04/2019 - 18:00
9348

PRO LEAGUE

PO 2 RCSC VS Beers
chot Wilrijk

TRIBUNE	Blok-Bloc	Rij-Rang	Plaats-Place
1	E	4	26

proxiimus

Kappa

lotto

Jupiler PRO LEAGUE

2 0 1 8 - 2 0 1 9

Printed: Lundi 22/04/2019 - 16:31:12
Cus: 0 - Res: 31146318

Guichet + 16 ans
18,00 EUR
Tax incl.

Chez La Gantoise, le stade est divisé en quatre tribunes, dont une est dénommée Maes Pils Tribune. Comme la tribune est mentionnée sur le billet, cela signifie que de la publicité est faite pour Maes Pils sur les billets destinés aux jeunes de moins de seize ans (voir photo).


GHELAMCO ARENA
FRANK DEMEYER
 zaterdag 27/04/2019 - 20:30
 Jupiler Pro League 2018-2019

CAA GENT
CAA Gent
KRC Genk
Maes Pils Tribune

TRIB	INGANG	GATE	VAK	RIJ	ZETEL
1	A	11	121	4	20

-16 **15.00 EUR** **vdk bank**

2 0 1 8 - 2 0 1 9

Printed: woensdag 24/04/2019 - 09:52:47
 Cus: 3418550 - Res: 33495962

Les billets pour les matchs individuels des play-offs peuvent également être achetés en ligne. Le billet imprimé se présente de la même façon, quelle que soit la catégorie d'âge (18- ou 18+), ce qui signifie dans la pratique que chez Cercle Bruges, par exemple, les mineurs d'âge sont également confrontés à la publicité pour Napoleon Sports & Casino (voir photos).


 PINKING ROND HET JAN BREYDELSTADION

Beste supporter,
 Dit E-ticket verleent toegang tot het stadion voor een wedstrijd van Cercle in de Jupiler Pro League 2018-19 en moet vertoond worden op ieder verzoek van de orde- of controlediensten van Cercle.
 De bezitter van dit ticket verbindt zich ertoe, onder straf van vervolging, zich te schikken naar het reglement van inwendige orde dat raadpleegbaar is bij de ingangen van het stadion en op www.cerclebrugge.be.


 10226180000626

Jan Breydelstadion - Brugge
 13/04/19

Klantgegevens
 Naam: XXXXXXXXXX
 Voornaam: XXXXXXXXXX
 Cus ID: 109965094

Gegevens
 Order ID: 31052105
 Prijs: 20.00€ - Basisprijs
 Match: POII Cercle Brugge vs Waasland
 Kickoff: 20:00

Gegevens

Ingang	Sectie	Rij	Plaats
WEST	114	2	16













PARKINGS ROND HET JAN BREYDELSTADION

Beste supporter,
Dit E-ticket verleent toegang tot het stadion voor een wedstrijd van Cercle in de Jupiler Pro League 2018-19 en moet vertoond worden op ieder verzoek van de orde- of controlediensten van Cercle.
De bezitter van dit ticket verbindt zich ertoe, onder straf van vervolgving, zich te schikken naar het reglement van inwendige orde dat raadgebaar is bij de ingangen van het stadion en op www.cerclebrugge.be.



10226181000626

Jan Breydelstadion - Brugge

13/04/19

Klantgegevens

Naam: [REDACTED]

Voor naam: [REDACTED]

Cus ID: 109965094

Gegevens

Order ID: 31052105

Prijs: 20.00€ - Jeugd (-18)

Match: POII Cercle Brugge vs Waasland

Kickoff: 20:00

Gegevens

Ingang	Sectie	Rij	Plaats
WEST	114	2	15












Chez Saint-Trond (STVV), les billets achetés en ligne incluent de la publicité pour le sponsor-opérateur de paris, dans ce cas-ci Goldenpalace.be (voir photo).



Met sportieve groeten,
STV

De koper of verkrijger en elke overdrager van het toegangsbevis zijn hoortdijk en ondeelbaar aansprakelijk met de uiteindelijke houder ervan voor elke schade veroorzaakt door deze laatste in het stadion.

De organisatie is niet verantwoordelijk voor de omgevallen die zouden kunnen plaats hebben gedurende of ter gelegenheid van de match waaraan dit ticket is afgeleverd. Door het aanvaarden van het ticket ziet de drager af van alle verhalen tot verantwoordelijkheid tegen de organisator. De bezitter van dit ticket verbindt zich ertoe, onder straf van vervolging, zich te schikken naar het reglement van inwendige orde dat is aangebracht bij de ingangen van het stadion.

De versie geldt als toegangsbevis.

meerdere keren afgedrukt, dan is enkel de meest recent gedownloade schap dient dus over zijn eigen ticket te beschikken. Hebt u uw ticket (de barcode van) een ticket worden ingescand, iedereen in uw gezelschap gaat aan de sward die het zal inscannen. Per persoon kan binnegaan aan een sward die het zal inscannen. Toon het bij het Dit document bevat alle tickets van uw reservering. Toon het bij het U kan op deze pagina uw ticket terugvinden. Druk dit document op het zorgvuldig. Het ticket hoeft niet in kleur afgedrukt te worden.

Beste supporter,

DIT IS UW TOEGANGSBEVIS VOOR HET STADION



STVV vs. Beerschot Wilrijk (PO2)			
Datum	28/04/2019	Kickoff	20:00h
KLANTENGEGEVENS			
Naam	STVV Tickets		
Voornaam	STVV Tickets		
Cus ID	109947901		
TICKETGEGEVENS			
Order ID	31034575		




Cus: 109947901 - Res: 31034575
1013696100637



Il apparaît de l'analyse précédente qu'aussi bien la Pro League que certains clubs de football soumettent les jeunes à de la publicité pour des paris, des jeux de hasard et des boissons alcoolisées par le biais des billets pour les matchs des play-offs.

5) Publicité pour les paris dans les courriels après enregistrement sur le site Web du club de football

Les supporters qui s'enregistrent pour acheter un billet doivent fournir une adresse e-mail à laquelle le billet sera envoyé. Mais les choses ne s'arrêtent pas à ce seul courriel contenant le billet numérique. Après s'être enregistrés, les supporters de football reçoivent des courriels avec les actualités accompagnées - presque inévitablement - de publicité. Il est toujours possible de se désabonner à ces courriels.

Pendant la période des play-offs, La Gantoise a envoyé sept courriels aux supporters enregistrés. Deux d'entre eux faisaient de la publicité pour l'opérateur de paris sportifs Betway. Le premier courriel contenait la lettre d'information du 19 avril et mentionnait uniquement le logo (voir la première capture d'écran). Le contenu du deuxième courriel traitait toutefois directement de paris sportifs. L'intitulé de ce courriel était « *Gagnez 50 € en cash si La Gantoise remporte la finale de la coupe !* ». Par le biais de ce courriel, La Gantoise fait donc de la publicité pour un « odd boost » permettant de gagner 50 € en cash.

Puisqu'en tant que mineur d'âge, on n'est pas autorisé à effectuer des paiements en ligne, on est tenu de saisir, lors de l'enregistrement en ligne pour l'achat de billets, une date de naissance prouvant sa majorité. Ces courriels publicitaires n'arrivent donc pas chez des mineurs d'âge.

r 19/04/2019 11:52

<AA Gent <KAAGent@communicatoremail.com>

GRAYMAIL - MARKETING] Nieuwsbrief 19 april

/s

en zijn met de weergave van dit bericht, klikt u hier om het in een webbrowser te bekijken.

Croky CUP

FINALE

KAAGENT
STAMNUMMER 7

KV MECHelen
1904

Koning Boudewijnstadion
Stade Roi Baudouin
01.05.2019 - 14:30

Croky vtm sporza club betway PRO LEAGUE

VOORRANGSPERIODE TICKETVERKOOP BEKERFINALE

De ticketverkoop voor de bekerfinale draait op volle toeren! Nog tot en met zaterdag 20 april h

ALLE TICKETI

di 30/04/2019 13:13

KAA Gent <KAAGent@communicatoremail.com>

[GRAYMAIL - MARKETING] Scoor € 50 cash als KAA Gent de bekerfinale wint!

Begindatum: dinsdag 30 april 2019. Einddatum: dinsdag 30 april 2019.
 bericht doorgezonden op 30/04/2019 13:14.

emen zijn met de weergave van dit bericht, klikt u hier om het in een webbrowser te bekijken.

The banner features the KAA Gent logo at the top center. Below it, the Napoleon Sports & Casino logo is on the left, and a photo of a Buffalo player (number 11) is on the right. The main text reads 'Odds Boost Win € 50 cash KAA Gent - KV Mechelen'. Below this, it says 'Scoor € 50 cash als de Buffalo's de bekerfinale winnen!' followed by a paragraph explaining the offer: 'Geniet van een exclusief aanbod voor Buffalo's van Napoleon Sports & Casino in de aanloop naar de bekerfinale! Krijg 10 keer je inzet terug als de Buffalo's winnen (na 90 minuten) en win zo € 50 cash!'. A section titled 'Hoe werkt het?' lists three bullet points: '- Registreer je bij Napoleon Sports & Casino', '- Zet € 5 in op je exclusieve verhoogde notering', and '- Je wint € 50 cash als de Buffalo's winnen (excl. verlengingen!)'. At the bottom, it states 'Deze actie is enkel geldig voor spelers die nog geen account hebben bij Napoleon Sports & Casino.' and a red bar at the very bottom says 'SCOOR NU € 50 CASH!'.

Le Cercle de Bruges envoie aussi de la publicité par courriel. La prochaine capture d'écran provient d'un courriel intitulé « *(nom de famille), venez-vous à la Journée des fans, le 6 juillet 2019 ?* ». Il est frappant de constater que le courriel mentionne simultanément le tournoi des jeunes et en dessous, le logo de l'opérateur de jeux de hasard et de paris Napoleon Sports & Casino.



Throwback naar 1 jaar terug: de kampioenviering!

Op 21 april was het exact 1 jaar geleden dat Brugge in het teken stond van de kampioenviering van Cercle: een prachtige dag waarbij spelers & staf in het historische stadscentrum werden onthaald door duizenden groen-zwarte supporters. Geniet hier nog eens na! [>Bekijk video](#)



Kom naar het Cercle Brugge jeugdturnooi op 1 mei!

Op woensdag 1 mei 2019 wordt door de jeugdwerking van Cercle Brugge opnieuw een jeugdturnooi georganiseerd voor spelers van de voetbalschool tot en met de U18. Het toernooi, dat voor deze specifieke gelegenheid het thema 'lifestyle' meekrijgt, staat volledig in het teken van gezond leven, gezond eten, gezond sporten en een gezond milieu. [>Lees meer](#)



Excel Mouscron a envoyé deux courriels pendant la période des play-offs aux supporters qui s'étaient enregistrés. Au bas du premier courriel, qui remercie le supporter de s'être enregistré, figurent les logos de tous les sponsors, parmi lesquels celui de Star Casino. Le second courriel, contenant des informations sur le dernier match, mentionne également le logo de Star Casino. Immédiatement en dessous, on trouve des informations relatives à la Kids Day. Un bouton dans le courriel permettait de s'inscrire à la Kids Day. Sous ce bouton figurent les sponsors, avec le logo de Star Casino en première place puisqu'il s'agit du sponsor principal (voir les captures d'écran).

J6 PO2 : L'EXCEL S'INCLINE AU TERME D'UN MATCH COURAGEUX !



2-3

Mbaye Leye	30'	31'	Teddy Chevalier
Selim Amallah	66'	56'	Frank Boya
		75'	Felipe Avenatti

Au terme d'un match à rebondissements, l'Excel s'incline face à son voisin courtraisien (2-3).

Buteurs pour l'Excel : Leye (30'), Amallah (66')

Le Royal Excel Mouscron pointe désormais à la dernière place du classement avec

PLUS D'INFOS



Le 4 Mai, c'est la journée des enfants à Ice Mountain Adventure Park !

Pour seulement 20€, vos enfants peuvent venir s'amuser toute l'après-midi !

Et il y a de quoi faire: cours de Ski/Snowboard. Snowtubing. Lasergame ou Accro Adventure.

Et il y a de quoi faire: cours de Ski/Snowboard, Snowtubing, Lasergame ou Accro Adventure, plaine de jeu, atelier breakdance, châteaux gonflables, grimage, magie et bien plus !

Vos enfants rêvent de voler comme un oiseau?

Pour seulement 29€ de plus, ils ont droit à 2 vols Indoor Skydiving ! (optionnel)

JE RESERVE ICI !

SUIVEZ-NOUS



TOP Sponsor

STAR
CASINO.BE

Main Sponsors

FEDERALE
Assurance - Verzekering

erima

Belrey

DUFOR
www.dufor.be

Official Sponsors

6) Publicité pour les paris sur les tenues des joueurs

Les tenues des joueurs de football constituent également un support publicitaire pour les sponsors-opérateurs de paris. Parmi les quatorze clubs de foot dans la Jupiler Pro League ayant pour sponsor un opérateur de paris, il n'y en a que trois chez qui le sponsor ne figure pas sur les tenues des joueurs : Anderlecht, KRC Genk et Zulte Waregem. Chez les onze autres clubs de football, la publicité pour l'opérateur de paris occupe une place prépondérante, soit sur le maillot (9 clubs), soit sur le short (1 club), soit sur les deux (1 club) (voir le tableau synoptique : les équipes suivies d'un astérisque n'ont pas d'opérateur de paris comme sponsor).

Équipe	Avant du maillot	Arrière du maillot	Manches	Short
1. Royal Antwerp FC	En haut à gauche <i>Star Casino</i>	En bas <i>Star Casino</i>	-	-
2. RSC Anderlecht	Autres sponsors	Autre sponsor	Autre sponsor	Autre sponsor
3. FC Bruges	Autres sponsors	Autre sponsor	Manche gauche <i>Unibet</i>	-
4. La Gantoise	Autres sponsors	En haut <i>Napoleon Games Sports & Casino</i>	-	Autres sponsors
5. KRC Genk	Autres sponsors	Autres sponsors	Autre sponsor	Autre sponsor
6. Standard de Liège	Autre sponsor	En haut <i>Circus Casino & sport</i>	Autre sponsor	-
7. KV Ostende	Autres sponsors	Autres sponsors	Autre sponsor	Arrière de chaque jambe du short <i>betFIRST</i>
8. KFCO Beerschot-Wilrijk*	Autres sponsors	Autres sponsors	-	Autres sponsors
9. KAS Eupen*	Autres sponsors	-	Autre sponsor	Autre sponsor
10. Sporting Charleroi	Autres sponsors	En haut <i>Lotto</i>	Autre sponsor	Sur la gauche à l'avant <i>Lotto</i>
11. STVV	Grand logo <i>Goldenpalace Casino</i>	Autres sponsors	Autre sponsor	Autres sponsors
12. KVC Westerlo*	Autres sponsors	Autre sponsor	-	Autres sponsors
13. Union St.-Gilloise*	Autres sponsors	Autres sponsors	Autres sponsors	Autres sponsors
14. Cercle Bruges	Grand logo <i>Napoleon Games Sports & Casino</i>	Autres sponsors	-	Autres sponsors
15. Zulte Waregem	Autres sponsors	Autres sponsors	-	Autre sponsor
16. KV Courtrai	Autres sponsors	Autres sponsors	Autre sponsor	À l'avant et à l'arrière <i>36WIN.be</i>
17. Royal Excel Mouscron	En haut à gauche et à droite + grand logo au centre <i>Starcasino.be</i>	Autres sponsors	Autre sponsor	Autres sponsors

18. Waasland-Beveren	Grand logo au centre <i>Circus Casino & Sport</i>	Autres sponsors	Autres sponsors	Autres sponsors
----------------------	--	-----------------	-----------------	-----------------

Chez aucune équipe de football n'apparaît l'opérateur de paris comme seul sponsor sur les tenues (voir les photos²⁴). Ceci, contrairement aux compétitions anglaises, par exemple, où il n'y a que 1 sponsor visible sur les maillots.

1. Royal Antwerp FC



Début juillet, le Royal Antwerp FC a conclu un nouvel accord de sponsoring avec l'opérateur de jeux de hasard Golden Palace. Le logo de Golden Palace apparaîtra sur les nouveaux maillots de compétition à l'endroit où se trouvait celui du concurrent Star Casino la saison précédente.²⁵

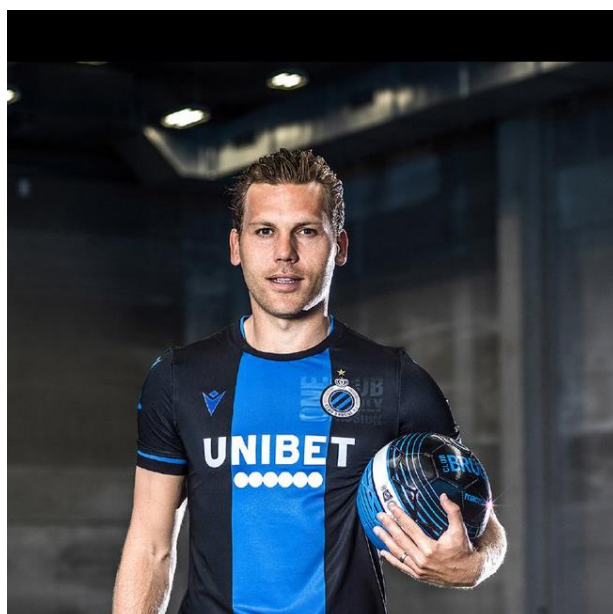
²⁴ Toutes les photos proviennent des pages Facebook du club concerné. Le nom du photographe n'y était pas mentionné.

²⁵ Informations provenant du site « https://www.gva.be/cnt/dmf20190702_04490046/antwerp-zet-ambitie-serieus-kracht-bij-kapitaalsverhoging-van-10-5-miljoen-euro », dernièrement consulté le 10 juillet 2019

2. FC Bruges



Fin juin, FC Bruges a conclu le plus important contrat de sponsoring de son histoire, et ce, avec l'opérateur de paris Unibet. La saison à venir, Unibet remplacera, en échange d'une généreuse somme, Daikin en tant que sponsor officiel des maillots du FC Bruges (voir photo).



Selon des initiés, l'opérateur de paris paie pour cette place prépondérante sur les tenues des joueurs un montant de 6 millions d'euros pour deux saisons. Ce serait trois fois plus que l'accord de sponsoring avec Daikin. Le montant de 6 millions d'euros constitue presque 10 pour cent du chiffre d'affaires global, revenus de transfert inclus, réalisé l'an dernier par le FC Bruges.²⁶ L'annonce du nouveau

²⁶ Informations provenant du site « <https://www.tijd.be/ondernemen/sport/club-brugge-sluit-grootste-sponsordeal-in-geschiedenis-met-unibet/10140368.html> », dernièrement consulté le 10 juillet 2019

sponsor de maillots a toutefois suscité de la critique sur les réseaux sociaux (voir les captures d'écran).²⁷



²⁷ Pour plus de réactions, voir https://www.gva.be/cnt/dmf20190626_04480693/kritiek-op-unibet-als-nieuwe-shirtsponsor-van-club-brugge, dernièrement consulté le 10 juillet 2019

3. La Gantoise



4. Standard de Liège



5. KV Ostende



6. Sporting Charleroi



7. STVV



8. Cercle Bruges



9. KV Courtrai



10. Royal Excel Mouscron



11. Waasland-Beveren



7) Publicité pour les paris dans et autour du stade de football

Le groupe de projet a visité les stades de toutes les équipes ayant participé aux play-offs afin de cartographier la publicité présente dans et autour des stades pour les jeux de hasard et les paris. Il a également été examiné à quel emplacement se trouvait cette publicité et qu'elle en était la forme adoptée.

Pour accéder aux différentes zones des stades pendant les matchs de Play-off 1, il a été fait appel aux officiers de liaison de la police fédérale détachés auprès de la Commission des jeux de hasard, aux services de police locaux et aux organisations des clubs elles-mêmes.

Le tableau ci-dessous ²⁸ donne un aperçu des dates auxquelles les stades ont été visités, ainsi que du nombre total des spectateurs venus assister aux matchs dans ce stade pendant les dix jours des play-offs de la Jupiler Pro League. Ce nombre donne une idée de la portée potentielle des messages publicitaires dans et autour du stade qui ne sont pas visibles lors des retransmissions télévisées de matchs.²⁹

Club	Stade	Visité le	Nombre de spectateurs sur l'ENSEMBLE des jours de match
1. Antwerp	Stade du Bosuil	26/04/2019	73.970
2. Anderlecht	Stade Constant Vanden Stock → Lotto Park ³⁰	21/04/2019	90.910
3. FC Bruges	Stade Jan Breydel	31/03/2019	122.682
4. La Gantoise	Ghelamco Arena	27/04/2019	80.510
5. KRC Genk	Luminus Arena	03/05/2019	108.117
6. Standard de Liège	Stade Maurice Dufrasne	16/05/2019	110.844
7. KV Ostende	Versluys Arena	27/04/2019	13.713
8. KFCO Beerschot-Wilrijk	Stade Olympique	18/05/2019	9.476

²⁸ Données disponibles par jour de match sur le site <http://www.sport.be/fr/jupilerproleague/spectateurs/>

²⁹ Les actions publicitaires montrées lors de la retransmission télévisée d'un match ont évidemment une portée bien plus importante puisque les téléspectateurs les voient également.

³⁰ Le changement de nom officiel doit encore avoir lieu (voir plus loin dans le présent document).

9. KAS Eupen	Stade du Kehrweg	08/04/2019	8.398
10. Sporting Charleroi	Stade du Pays de Charleroi	22/04/2019	31.081
11. Saint-Trond	Stayen	28/04/2019	13.922
12. Westerlo	't Kuipje	20/04/2019	9.266
13. Union SG	Stade Joseph Mariën	11/05/2019	10.076
14. Cercle Bruges	Stade Jan Breydel	13/04/2019	15.370
15. SV Zulte Waregem	Stade Arc-en-Ciel	17/05/2019	24.275
16. KV Courtrai	Stade des Éperons d'or	05/04/2019	24.635
17. Mouscron	Le Canonier	17/05/2019	12.404
18. Waasland-Beveren	Freethiel	14/05/2019	7.362

Les noms des stades révèlent qu'il y en a quelques-uns qui ont dénomination commerciale : le Ghelamco Arena, le Luminus Arena et le Versluys Arena. Les entreprises à l'origine de ces dénominations acquièrent ainsi une forme de publicité permanente. Il n'existe actuellement aucun stade portant le nom d'une entreprise active dans le secteur des paris ou des jeux de hasard. Anderlecht envisage toutefois de changer le nom de son stade, de Constant Vanden Stock en Lotto Park.³¹ Ce changement avait déjà été suggéré en avril et le 9 juillet, une première banderole a été suspendue à l'extérieur du stade (voir la photo provenant du site www.voetbalkrant.be). On attend encore une communication formelle du club.



Le tableau ci-dessous donne un aperçu de différents stades où la présence de publicité pour des paris a été ou non constatée : autour du stade, le long du terrain de jeu, dans les couloirs, dans les loges, à la buvette, dans les toilettes ou ailleurs. Dans ce dernier cas, le tableau ne spécifie pas où la publicité a été trouvée. Si le billet ne donnait pas accès à un certain endroit, le tableau indique « impossible à déterminer ».

³¹ Informations provenant du site <https://www.voetbalkrant.com/nieuws/2019-07-09/lotto-park-prijkt-nu-ook-aan-de-buitenkant-van-het-stadion-van-anderlecht>, dernièrement consulté le 9 juillet 2019

Club	Sponsors de paris	Le long du terrain de jeu	Couloirs du stade	Toilettes	Loges	Buvette	Autour du stade	Autre
Antwerp	StarCasino.be	OUI	NON	NON	NON	NON	NON	OUI Logo Starcasino sur la feuille de match. « Lotto » sur le dos de la veste des stewards.
Anderlecht	Betway Lotto	OUI	NON	NON	OUI Livret de programme déposé dans les loges avec de la publicité pour Betway et Lotto	NON	NON	OUI Boule Lotto sur le rond central pendant la mi-temps
FC Bruges	Unibet EuroMillions	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	NON	NON
La Gantoise	Napoleon Sports & Casino	OUI	OUI	NON	OUI Fanzine (Wigwam) avec publicité Napoleon	NON	NON	OUI Vêtements de sport dans le fanshop
KRC Genk	betFIRST	OUI	NON	NON	NON	NON	NON	NON
Standard de Liège	Circus Casino & Sport	OUI	OUI	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	NON	NON

Club	Sponsors de paris	Le long du terrain de jeu	Couloirs du stade	Toilettes	Loges	Buvette	Autour du stade	Autre
KV Ostende	betFIRST	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	OUI	NON
KFCO Beerschot-Wilrijk	/	NON	NON	NON	NON	NON	NON	NON
KAS Eupen	/	NON	NON	NON	NON	NON	NON	NON
Charleroi	Lotto	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	NON	OUI Publicité sur la feuille de match avec la composition de l'équipe
Saint-Trond	GOLDENPALACE.be	OUI	OUI	NON	OUI	NON	NON	NON
Westerlo	/	NON	NON	NON	NON	NON	NON	NON
Union SG	/	NON	NON	NON	NON	NON	NON	NON
Cercle Bruges	Napoleon Sports & Casino	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	NON	OUI Feuille de match
Zulte Waregem	betFIRST	OUI	NON	NON	NON	NON	NON	NON
KV Courtrai	36WIN.be	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	NON	NON
Mouscron	Starcasino.be	OUI	NON	NON	IMPOSSIBLE À DÉTERMINER	NON	OUI	OUI Vêtements et accessoires dans le fanshop
Waasland-Beveren	Circus Casino & Sport	OUI	NON	NON	NON	NON	NON	NON

Il apparaît de cet aperçu que les quatorze clubs de football ayant participé aux play-offs de la Jupiler Pro League et ayant un opérateur de paris comme sponsor font tous de la publicité pour ce sponsor **autour du terrain**. Cette publicité autour du terrain peut revêtir différentes formes. Il y a des panneaux publicitaires fixes le long du terrain de jeu ou entre les différents niveaux des tribunes, il y a des panneaux LED avec de la publicité fixe ou mobile, des vinyles publicitaires suspendus à côté du terrain de jeu, des tapis publicitaires avec effet 3D disposés sur le sol le long du terrain de jeu, des blocs publicitaires ajoutés sur le terrain et de la publicité sur le marquoir (voir photos³²). Les panneaux LED attirent le plus l'attention dans le stade, puisqu'ils ne montrent pas toujours la même chose. Une grande partie de la publicité affichée sur ces panneaux LED est de surcroît constituée d'images mobiles (« défilantes »). Les images mobiles attirent aussi davantage l'attention que les fixes. Les panneaux LED bordent trois côtés du terrain, les trois côtés susceptibles d'être capturés par la caméra. Le ton de la communication sur ces panneaux LED varie fortement selon les opérateurs de paris. Il peut s'agir d'un simple affichage du logo éventuellement accompagné d'un slogan (par exemple : « *Golden Palace - Fier partenaire de STVV* ») ou de références au site Web ou d'incitations à parier et à télécharger l'appli (voir les photos d'exemples).



Photo 1: Publicité LED défilante betFIRST sur les trois côtés du stade avec un message publicitaire impératif « betFIRST - WED NU LIVE - DOWNLOAD DE APP » (= betFIRST - PARIEZ MAINTENANT EN DIRECT - TÉLÉCHARGEZ L'APPLI) (images Zulte Waregem, mais publicité identique chez KRC Genk et KV Ostende)

³² Toutes les photos ont été prises par des membres du Secrétariat de la Commission des jeux de hasard qui ont personnellement visité les stades.

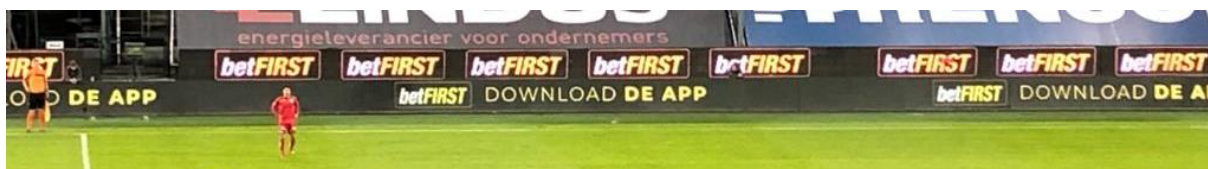


Photo 2: Publicité LED défilante betFIRST sur trois côtés du stade avec le même message publicitaire impératif (KRC Genk)

Les supports publicitaires situés à côté des buts ou dans les coins du terrain de jeu sont beaucoup plus souvent à l'image lors des retransmissions télévisées de matchs que les autres. Force est de constater que la plupart des publicités sont disposées le long des trois côtés du terrain de jeu capturés par la caméra. Les tapis de sol publicitaires avec effet 3D autour du terrain de jeu sont orientés de manière à ce qu'ils soient surtout clairement visibles du point de vue de la caméra plutôt qu'à partir des tribunes. Puisqu'il y a plus de personnes qui suivent le match à la télévision que dans le stade, la portée des actions publicitaires diffusées à la télévision dépasse considérablement celle qui s'adresse ³³simplement aux spectateurs présents dans le stade



Photo 3: Panneau publicitaire fixe betFIRST (KV Ostende)

³³ La Commission des jeux de hasard a demandé les chiffres d'audience à la CIM pour se faire une idée de la portée de ces publicités, mais les chiffres d'audience peuvent uniquement être communiqués aux membres ou être demandés auprès des chaînes elles-mêmes.



Photo 4 : Panneau publicitaire fixe Lotto (Charleroi)



Photo 5 : Panneau publicitaire fixe Euromillions (FC Bruges)



Photo 6 : Panneau publicitaire fixe betFIRST (Zulte Waregem)



Photo 7 : Panneaux publicitaires fixes Unibet (FC Bruges)



Photo 8 : Panneau publicitaire fixe Starcasino (Mouscron)

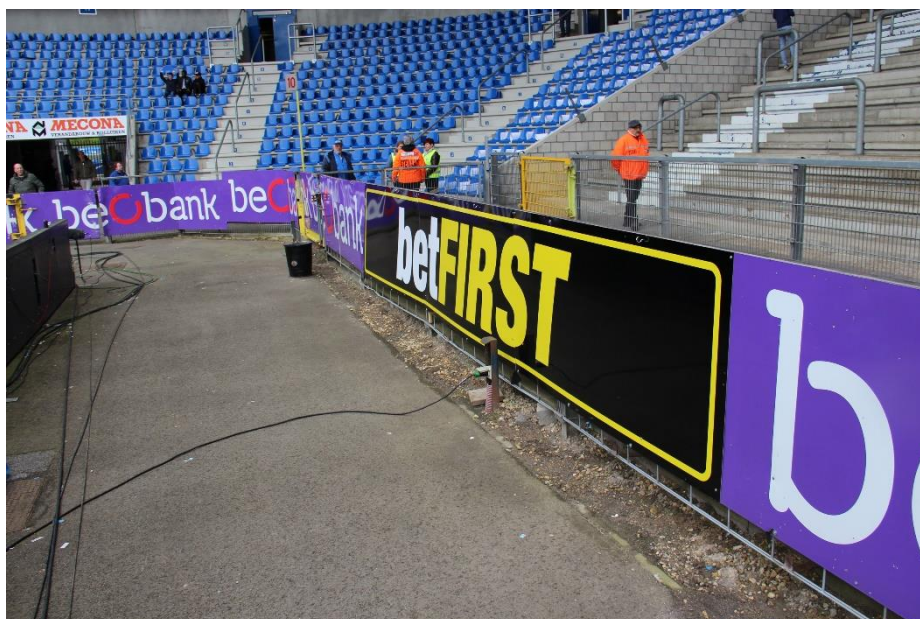


Photo 9 : Panneau publicitaire fixe betFIRST (KRC Genk)



Photo 10 : Panneaux LED avec publicité mobile Napoleon Sports & Casino (Cercle Bruges)



Photo 11 : Panneaux LED avec publicité mobile Napoleon Sports & Casino (La Gantoise)



Photo 12 : Panneaux LED avec publicité mobile 36WIN (KV Courtrai)



Photo 13 : Panneaux LED avec publicité mobile betFIRST (KV Courtrai)



Photo 14 : Panneaux LED avec publicité mobile betFIRST (KV Ostende)

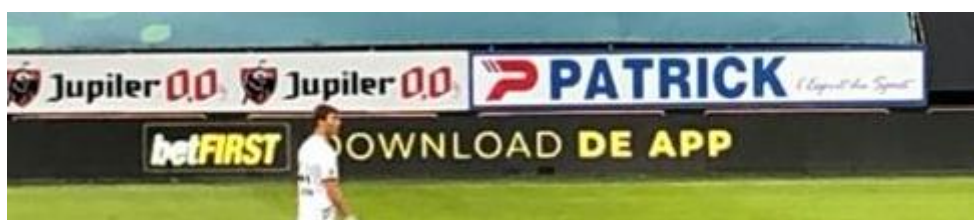


Photo 15 : Panneaux LED avec publicité mobile betFIRST « download de app » (= téléchargez l'appli) (Zulte Waregem)



Photo 16 : Panneaux publicitaires fixes Unibet et panneaux LED avec publicité mobile Unibet (FC Bruges)



Photo 17 : Panneaux LED avec publicité mobile casinobelgium.be (Charleroi)



Photo 18 : Panneau publicitaire fixe Goldenpalace.be et panneaux LED Goldenpalace Casino & Sports (STVV)



Photo 19 : Panneaux LED avec publicité Circus (Standard)



Photo 20 : Panneau LED Goldenpalace.be (STVV)



Photo 21 : Panneau LED betFIRST sur l'abri de touche (Zulte Waregem)

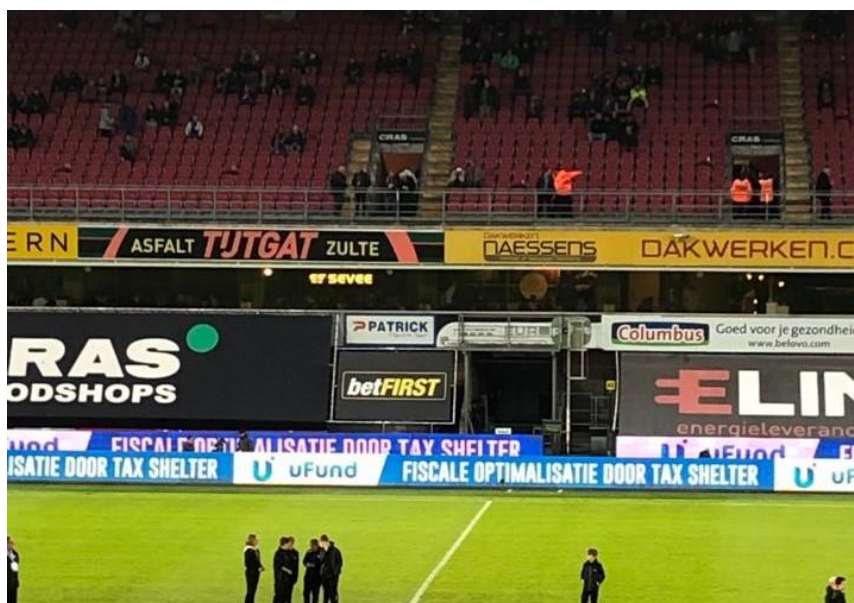


Photo 22 : Vinyle publicitaire betFIRST vers l'entrée des tribunes (Zulte Waregem)



Photo 23 : tapis publicitaires avec effet 3D « betway » à côté du but (Anderlecht)



Photo 24 : tapis publicitaire à effet 3D Napoleon Sports & Casino (La Gantoise)



Photo 25 : tapis publicitaire avec effet 3D betFIRST (KV Ostende)



Photo 26 : tapis publicitaire avec effet 3D Circus (Standard)

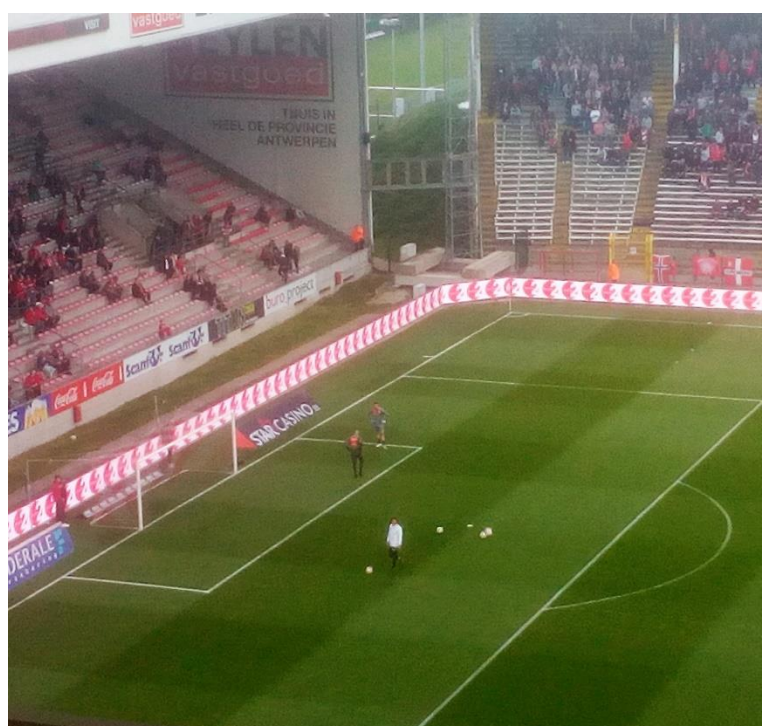


Photo 27 : tapis publicitaire avec effet 3D Starcasino.be à côté du but (Antwerp)



Photo 28 : tapis publicitaire avec effet 3D betFIRST à côté du but (KRC Genk)



Photo 29 : tapis publicitaire avec effet 3D Golden Palace à côté du but (STVV)



Photo 30 : Vinyle publicitaire amovible Napoleon Sports & Casino sur la tribune (Cercle Bruges)



Photo 31 : Petits blocs publicitaires Unibet ajoutés le long du terrain de jeu (FC Bruges)



Photo 32 : Petits blocs publicitaires betFIRST ajoutés le long du terrain de jeu (Zulte Waregem)



Photo 33 : Publicité Napoleon Sports & Casino sur le marquoir (Cercle Bruges)



Photo 34 : Publicité Starcasino sur le marquoir (Mouscron)



Photo 35 : Publicité betFIRST sur le marquoir (KV Ostende)



Photo 36 : Publicité Napoleon Sports & Casino sur le marquoir (La Gantoise)



Photo 37 : Banderole publicitaire Lotto (Anderlecht)

Des publicités pour les paris ont été remarquées dans les couloirs de cinq stades (La Gantoise, Genk, Standard, Zulte Waregem et Saint-Trond). Dans plusieurs stades, elles apparaissent sur le circuit télévisuel interne du stade (voir photos).



Photo 38 : Tableau mentionnant tous les sponsors, parmi lesquels figure Napoleon Sports & Casino, à l'entrée du stade (La Gantoise)

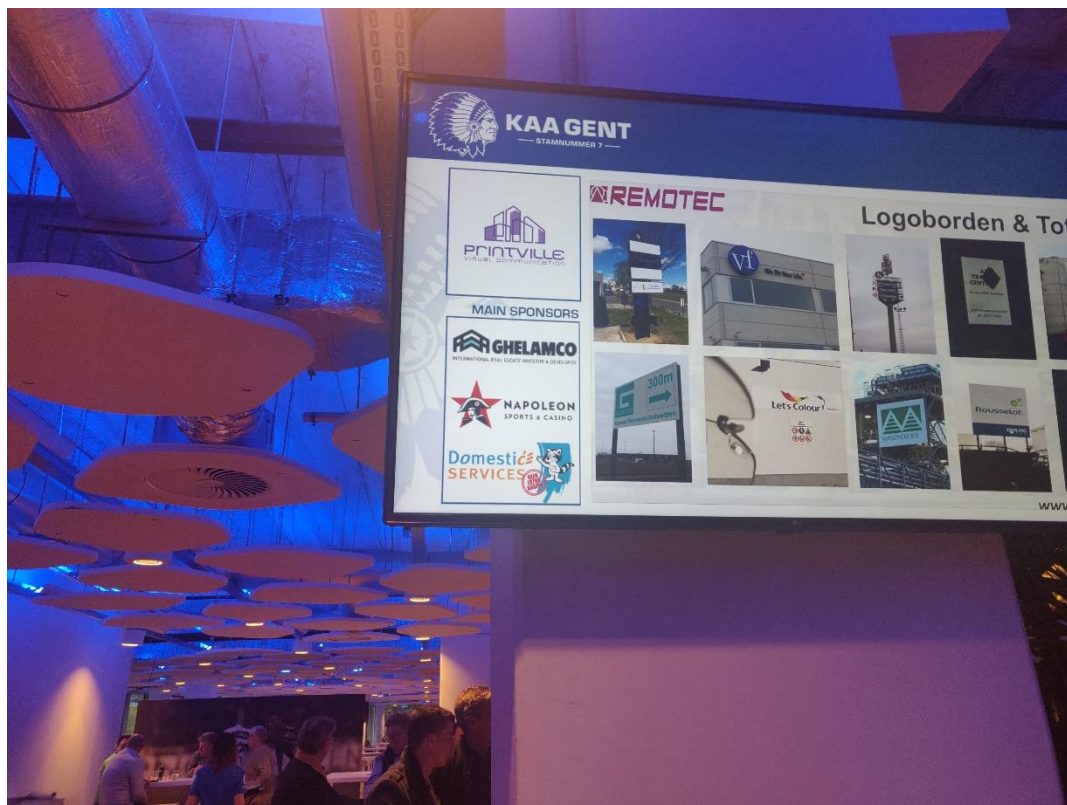


Photo 39 : Publicité Napoleon Sports & Casino à l'écran (La Gantoise)

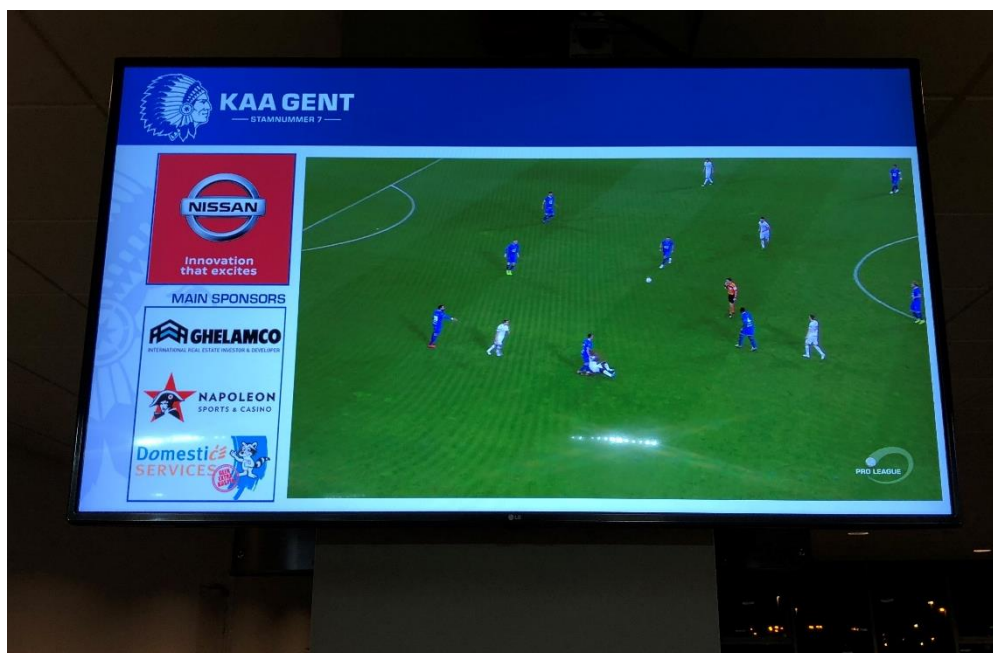


Photo 40 : Publicité Napoleon Sports & Casino à l'écran (La Gantoise)



Photo 41 : Publicité betFIRST sur le circuit CCTV (KRC Genk)



Photo 42 : Publicité betFIRST sur écran (Zulte Waregem)

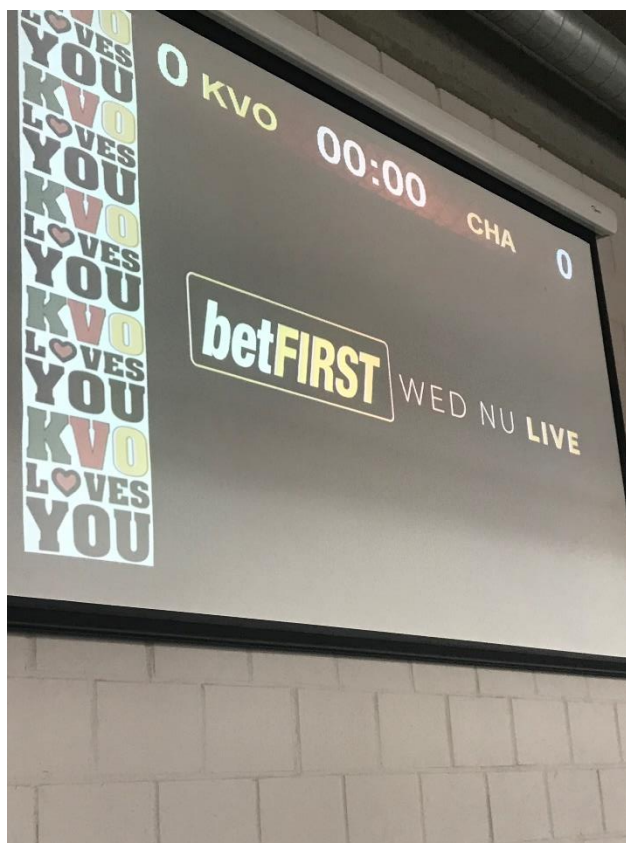


Photo 43 : Publicité betFIRST sur écran : « Wed nu live » (= Pariez maintenant en direct) (KV Ostende)



Photo 44 : Publicité Golden Palace sur un panneau d'affichage informatif (STVV)

De la publicité pour l'opérateur de paris a été remarquée dans les loges d'au moins³⁴ trois stades (Anderlecht, La Gantoise et Saint-Trond). Dans les stades de La Gantoise et d'Anderlecht, cette publicité figurait dans les fanzines du club posés sur table pour chaque invité (voir photos). Un formulaire de pronostic arborant les logos des sponsors, parmi lesquels Golden Palace, a été distribué dans les loges du stade de Saint-Trond (voir photo).



Photo 45: Brochure arborant de la publicité pour betway retrouvée dans les loges (Anderlecht)

³⁴ Les loges de 9 stades n'ont pas été visitées, de sorte qu'aucune constatation n'a pu être faite pour ces endroits. Une seule fois, le membre du Secrétariat de la Commission des jeux de hasard s'est vu refuser l'entrée, même après présentation de sa carte de service.



Photo 46: Brochure arborant de la publicité pour Lotto retrouvée dans les loges (Anderlecht)

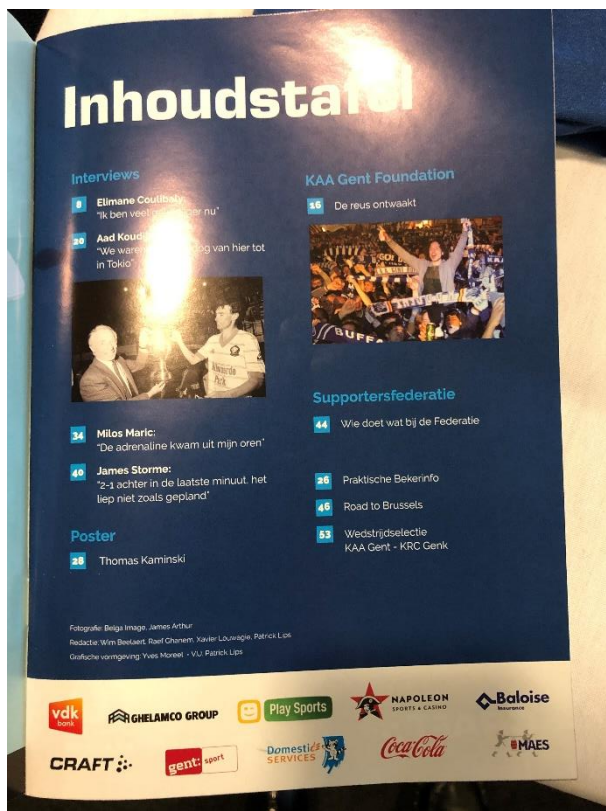
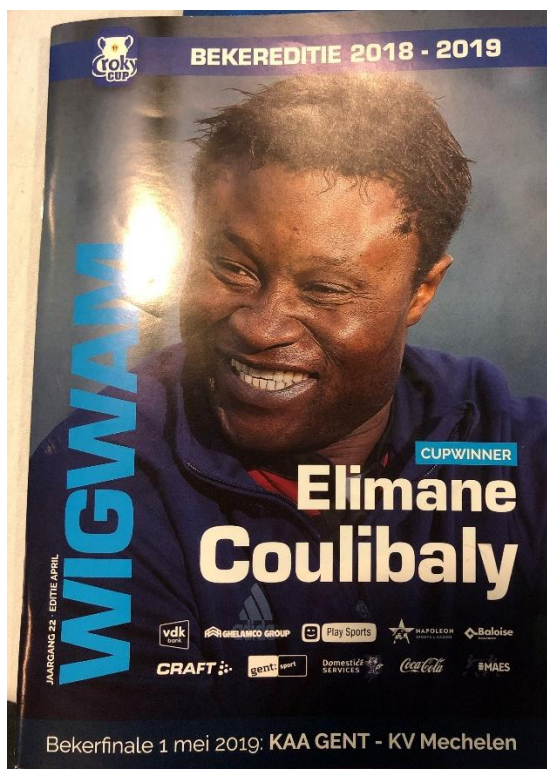


Photo 47: Fanzine Wigwam arborant le logo Napoleon Sports & Casino (La Gantoise)



PRONOSTIEK

(t.v.v. Jeugd KSTVV)

Firma (optioneel) _____

Naam _____

GSM _____

Email _____

Nr. 0132

Zondag 28/04/2019 om 20u00
STVV - Beerschot Wilrijk

1^{ste} kans € 5
Eindstand _____
Aantal toeschouwers _____

2^{de} kans € 10
Eindstand _____
Aantal toeschouwers _____

3^{de} kans € 15
Eindstand _____
Aantal toeschouwers _____

Nr. 0132
PRONOSTIEK
28/04/2019

**Win 1 van de 3
waardevolle prijzen!**

Hoofdprijs
gesigneerd shirt

Prijs 2
gehandtekening STVV-bal

Prijs 3
cadeaubon
Twenty Two Coffee

Heb je gewonnen?
De winnaars zullen op de hoogte
gebracht worden
in de week
na de wedstrijd.



Photo 48: Pronostic vendu dans les loges par les jeunes joueurs au cours du dîner (STVV)

Au moins trois clubs mentionnent le logo de leur sponsor sur les feuilles de match ou les livrets de programme qui sont distribués à tous les spectateurs (Cercle Bruges, Charleroi, Antwerp) (voir photos).



KLASSEMENT

RANG	CLUB	P	V	N	D	PT	DIFF
1	Union Saint Gilloise	3	3	0	0	10	2
2	KV Kortrijk	3	3	0	0	10	5
3	Cercle Brugge	3	3	1	1	7	5
4	Zulte-Waregem	3	0	1	2	5	7
5	Weerstand Beveren	3	0	2	1	3	8
	Royal Excel Mouscron	3	0	3	0	3	8

VOLGENDE WEDSTRIJDEN

20	Cercle Brugge	20:00	Kv Kortrijk
27	Zulte-waregem	20:00	Cercle Brugge

Photo 49: Logo Napoleon Sports & Casino sur la feuille de match (Cercle Bruges)

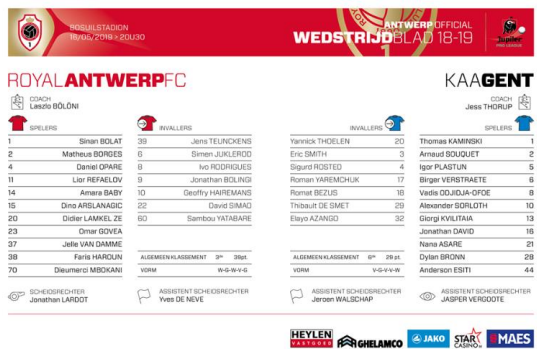


Photo 50: Logo Starcasino sur la feuille de match (Antwerp)



Photo 51: Logo Starcasino.be sur le livret de match (Antwerp)



COMPOSITION DES ÉQUIPES
ROYAL CHARLEROI SPORTING CLUB | PLAY-OFFS 2

R.C.S.C. – BEERSCHOT WILRIJK

Lundi 22 avril 2019 – 18.00

MAZZU Felice Coach **VREVEN Stijn**

PENNETEAU Nicolas 38	31. VAN HAMEL Mike 29
ZAJKOV Gjoko 24	6. MBOKO Ayrton 21
HENEN David 23	7. VAN HYFTE Tom 32
NIANE Adama 25	13. VANZEIR Dante 21
DIANDY Christophe 28	15. BOURDIN Pierre 25
MARINOS Stergos 31	21. DE METS Gertjan 32
WILLEMS Steeven 28	22. BUGHRIDZE Irakli 21
NURIO Fortuna Mattias 24	26. BROGNO Loris 26
ANGELLA Gabriele 29	28. DE JONGHE Jimmy 27
OSIMHEN Victor 20	34. TISSOUDALI Tarik 26
BRUNO Massimo 25	89. GRIZEZ Grégory 29

Réserves – Wisselspelers

RIOU Rémy 31	72. LEJOLY Antoine 21
MARTOS Javier 35	5. SIMONS Quinten 19
PERBET Jérémy 35	8. KESTELEYN Ruben 20
WILDEMEERSCH Thomas 19	11. PLACCA Euloge 24
HENDRICKX Gaëtan 24	17. DE KEERSMAECKER 18
NKUBA Tshind Ken 17	20. MONTIEL Diego 23
MORIOKA Ryota 28	27. HOFFER Erwin 32
DELFI Younes 18	

STVV	11
KV OOSTENDE	7
R.CHARLEROI S.C.*	6
WESTERLO	6
BEERSCHOT WILRIJK*	4
KAS EUPEN	4

VAR
L.COLEMONTS
S.GLETON
B.ZEEBROEK
J.WAUTHIER

ARBITRES / SCHEIDRECHTERS
A.BOUCAUT
K.VERMEIREN - K.MEERS
Q.BLAISE

20-avr	0 - 0	WESTERLO - KV OOSTENDE
20-avr	1 - 1	KAS EUPEN - ST.V.V.



Lotto

#MegaraM #PasUneAgenceDeKicker #LoveSporting

Megaram

Photo 52: Publicité Lotto au verso de la composition de l'équipe (Charleroi)

De nombreux fanshops constituent également une source (indirecte) de publicité pour des paris, parce que le logo du sponsor-opérateur de paris figure aussi sur les vêtements qui y sont vendus (voir photo).



Photo 53: Maillot avec logo Napoleon Sports & Casino dans le fanshop (La Gantoise)



Photo 54: Accessoire avec publicité Bingoal dans le fanshop (KV Ostende)



Photo 55: Maillots avec publicité Starcasino dans le fanshop (Mouscron)



Photo 56: Accessoire avec publicité Starcasino.be dans le fanshop (Mouscron)

Dans les stades, il y a aussi le stand d'interview qui est utilisé pour donner des commentaires avant et après le match et qui est souvent installé de telle façon qu'il est visible pour les spectateurs. Ce stand d'interview est en fait un grand panneau publicitaire surtout pour les partenaires de la Jupiler Pro

League (parmi lesquels Unibet) et aussi pour les sponsors du club dans le stade duquel le match a lieu (voir photos).

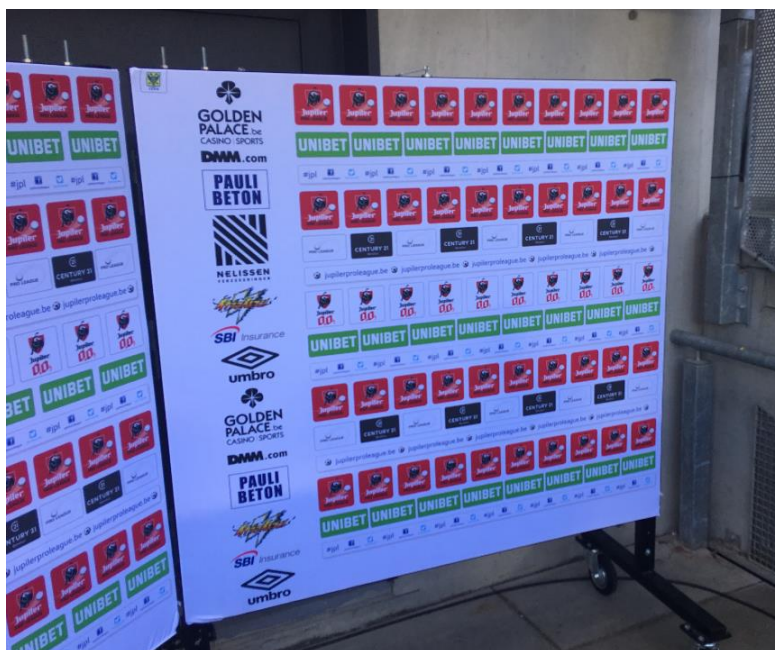


Photo 57: Stand d'interview avec publicité d'Unibet et de Goldenpalace.be (STVV)



Photo 58: Stand d'interview avec publicité d'Unibet et de betFIRST (KV Ostende)

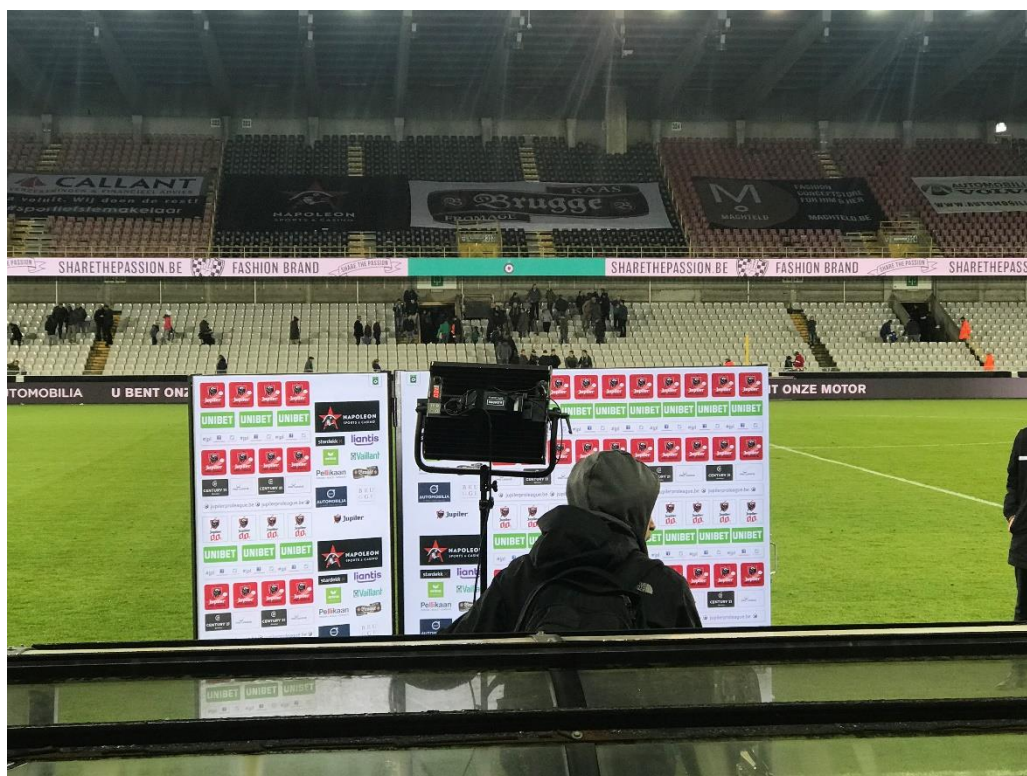


Photo 59: Stand d'interview avec publicité d'Unibet et de Napoleon Sports & Casino (Cercle Bruges)

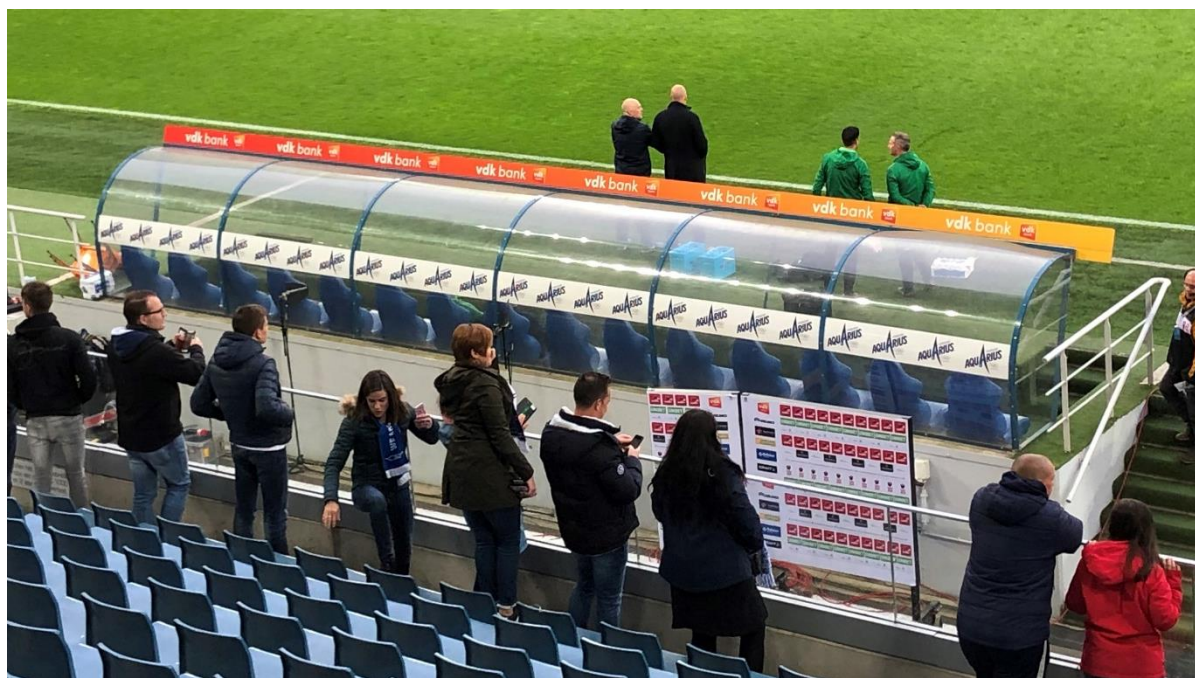


Photo 60: Stand d'interview avec publicité d'Unibet et Napoleon Sports & Casino (La Gantoise)

Dans certains stades, de la publicité pour les paris est également présente sur les vêtements du personnel, comme les stewards et les entraîneurs, ainsi que sur les vêtements des spectateurs portant des tenues du club (voir photos).



Photo 61: Publicité Lotto sur le dos du maillot (Charleroi)



Photo 62: Publicité Napoleon Sports & Casino (la Gantoise)

Certains clubs font de la publicité sur le ticket de parking du stade (voir photo).

Parkings STVV vs. Beerschot-Wilrijk
 (2022) 19 20:00

STVV

P **Parking Stayen**

STVV Tickets
 STVV Tickets

Resnr: 31034575 Accountnr: 109947901

GOLDENPALACE.be
 CASINO SPORTS

10139682000542
 Cus: 109947901 - Res: 31034575

Beste supporter,

U kan op deze pagina uw parkeerkaart terugvinden. Druk dit document op ware grootte af leen A4-blad per ticket - niet recto verso! en bewaar het zorgvuldig. De parkeerkaart hoeft niet in kleur afgedrukt te worden.

Toon uw parkeerkaart bij het binnenrijden van uw parking. Per persoon kan 1de barcode van 1e parkeerkaart worden ingescand, elke wagen in uw gezelschap dient dus over zijn eigen unieke parkeerkaart te beschikken. Houd u uw parkeerkaart meerdere keren afgedrukt, dan is enkel de meest recent gedownloade versie geldig als toegangsbewijs en ook maar één maal.

Opgelet! Vanaf 2 uur voor de wedstrijd wordt de Tiensesteenweg afgesloten voor het verkeer en dat voor Stayen. Parking Stayen blijft gewoon bereikbaar via de Haspengouwlaan (N3). De Parkings 4 t.e.m. 6 zijn vanaf dan enkel bereikbaar via het stadscentrum of via de Fabriekstraat.

Photo 63: Publicité Goldenpalace.be sur le ticket de parking (STVV)

Les actions publicitaires susmentionnées incluent des techniques publicitaires relativement classiques. Si les publicités de ce type sont très présentes dans les stades, la publicité active pour les opérateurs de paris y demeure assez rare. Certains clubs font de la publicité pour leur opérateur de paris de manière plus créative que par le biais des supports publicitaires classiques. Pendant les play-offs, un club avait mis une action spéciale en place dans le stade, et ce, en collaboration avec le sponsor-opérateur de paris (KV Ostende). Dans le cadre de cette action, les supporters pouvaient tenter un tir sur la latte et gagner un crédit de jeu auprès de l'opérateur de paris (voir la capture d'écran).



24 MEI 2019 | SUPPORTERS



KVO is trots om te melden dat Betfirst ook de twee komende seizoenen onze betting partner blijft. "Betfirst staat in eerste instantie voor plezier," aldus **Paul Seghers, Marketing Manager van Betfirst**. "Gokken moet verantwoord zijn en hoeft niet om grote bedragen te gaan. Het spelplezier moet op de eerste plaats staan en daarom voelen we ons ook echt thuis op KVO. Het is een warme familieclub met een sympathiek imago en daar spiegelen we ons graag aan."

Op de laatste thuiswedstrijd van het seizoen organiseerde Betfirst een '**latjetrapwedstrijd tijdens de rust**'. Twee supporters slaagden erin om met hun eerste poging meteen het doelhout te raken. Zij winnen allebei speelgoed bij Betfirst. "Volgend seizoen willen de deze actie zeker nog eens herhalen," aldus een enthousiast Paul Seghers.

Capture d'écran 1: Action dans le stade pour attirer l'attention sur l'opérateur de paris (KV Ostende)

Il apparaît en outre que les supporters de foot qui se rendent au stade pour assister au match peuvent également être confrontés à la publicité pour les paris aux alentours du stade. La présence de publicités pour des opérateurs de paris a ainsi été constatée dans les environs immédiats de **deux stades** (KV Ostende et Mouscron) (voir photos).



Photo 64: Publicité Starcasino.be dans un café dans les environs du stade de Mouscron



Photo 65: Publicité Lotto sur la façade de l'hôtel hébergeant les basketteurs (Lotto Basket Home) dans les environs du stade de KV Ostende

De la publicité pour les paris est également présente dans l'espace presse des stades (voir photos). Cet espace n'est toutefois pas librement accessible au public, mais il est spécifiquement réservé aux retransmissions télévisées.



Photo 66: Publicité Napoleon Sports & Casino dans l'espace presse (la Gantoise)



Photo 67: Publicité Goldenpalace.be dans l'espace presse (STVV)



Photo 68: Publicité Unibet & Euromillions dans l'espace presse (FC Bruges)

Et enfin, il est également possible de faire de la publicité pour les sponsors-opérateurs de jeux de hasard et de paris en les mentionnant dans les commentaires transmis par les haut-parleurs. Le seul club où ce procédé a été remarqué est celui de Saint-Trond. Le message suivant y a été lancé avant le début du match et avant l'annonce des équipes : « *STVV en Golden Palace heten u hartelijk welkom* » (= STVV et Golden Palace vous souhaitent chaleureusement la bienvenue).

Autre sponsoring dans le stade

Le lien entre le football national en tant que sport de haut niveau et les sponsors des clubs n'est pas toujours clair. Force est en effet de constater que différents clubs ont des sponsors qui sont actifs dans le secteur des boissons alcoolisées, des boissons rafraîchissantes, des chips ou du pop-corn. La buvette du FC Bruges a par exemple une « *voie rapide* » pour les buveurs de Jupiler (voir photo). Deux clubs ont une chaîne de restauration rapide comme sponsor (voir photos). On ne peut nier que certains

sponsorings ne traduisent pas vraiment l'idée d'un esprit sain dans un corps sain que l'on associe généralement avec les sportifs de haut niveau.

La présence fréquente de publicités pour de l'alcool est frappante. Des chercheurs ont récemment encore évoqué le fait que la convention relative à la publicité pour l'alcool stipulant, entre autres, que les messages publicitaires ne peuvent pas cibler spécifiquement les mineurs d'âge, est facile à contourner par le biais du marketing sportif : « Les jeunes regardent les matchs de football et suivent les compétitions cyclistes où la publicité pour l'alcool est très présente et où il n'y a aucune réglementation. »³⁵ La présence aussi bien de la publicité pour les paris que la publicité pour l'alcool pendant les compétitions sportives est par ailleurs contraire à l'esprit de l'article 2, § 1, 12° de l'arrêté royal qui vise à empêcher que les joueurs associent les jeux de hasard avec la consommation d'alcool.³⁶



Photo 69: Voir rapide Jupiler à la buvette (FC Bruges)

³⁵ Informations obtenues par le biais du site Web <https://radio1.be/onderzoek-ugent-pleit-voor-totaalverbod-op-alcoholreclame-door-marketing-dranken-mensen-vroeger-en>, dernièrement consulté le 10 juillet 2019

³⁶ Le présent article mentionne sous le point a) que « les situations dans lesquelles des personnes qui participent à un jeu de hasard ou à un pari consomment en même temps des boissons alcoolisées et/ou du tabac » ne peuvent pas être montrées à l'image.



Photo 70: Publicité pour une marque de bière (KV Ostende)



Photo 71: Panneau publicitaire Stella dans la cafétéria (Mouscron)



Photo 72: Panneaux LED Coca-Cola (Mouscron)



Photo 73: Panneau publicitaire Maes (KV Ostende)

ROYAL ANTWERPFC		STANDARD LUIK	
1	Sinan BOLAT	28	Jens TEUNCKENS
4	Dimitri SPANIC	2	Mathias BERGHS
8	Simon JAVIEREC	8	Yves PERDRIEUX
10	Lior PEFAELOV	5	Jonathan BÖLING
14	Amara BABY	18	William DAVOUD
16	Dino ARSLANAGIC	22	David SIMAD
20	Didier LAMMEL ZE	60	Sambou YATABARE
23	Dimitri SOVIA		
27	Jelle VAN DAMME		
38	Faris HAROUN		
70	Deumerci MBEMBE		

ROYAL ANTWERPFC		KAAGENT	
1	Sinan BOLAT	38	Jens TEUNCKENS
2	Mathias BERGHS	6	Simon JUKLEFRO
4	Dimitri SPANIC	9	Yo RODRIGUES
11	Lior PEFAELOV	9	Jonathan BÖLING
14	Amara BABY	10	Geoffrey HAIREMANS
15	Dino ARSLANAGIC	22	David SIMAD
20	Didier LAMMEL ZE	60	Sambou YATABARE
23	Dimitri SOVIA		
27	Jelle VAN DAMME		
38	Faris HAROUN		
70	Deumerci MBEMBE		

Photo 74: Publicité Maes sur la feuille de match (Antwerp)

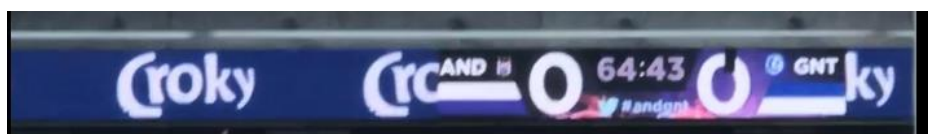


Photo 75: Affichage publicitaire pour des chips (Anderlecht)



Photo 76: Code QR avec publicité pour des frites (KV Ostende)



Photo 77: Panneaux publicitaires Martini, Bacardi et Châteaux Vini (KV Ostende)



Photo 78: Publicité William Lawson's (KV Ostende)



Photo 79: Panneau publicitaire McDonald's (Eupen)



Photo 80: Panneaux publicitaires Jupiler 0.0 % et Coca-Cola (Eupen)



Photo 81: Panneaux publicitaires Quick et Coca-Cola (Union SG)



Photo 82: Publicité Jupiler sur gilet (Zulte Waregem)



Photo 83: Voucher pour la marque de gin HTK, distribué à l'entrée de la VIP lounge (La Gantoise)



Photo 84: Publicité pour la marque de bière Filou sur les maillots pour enfants dans le fanshop (KV Ostende)

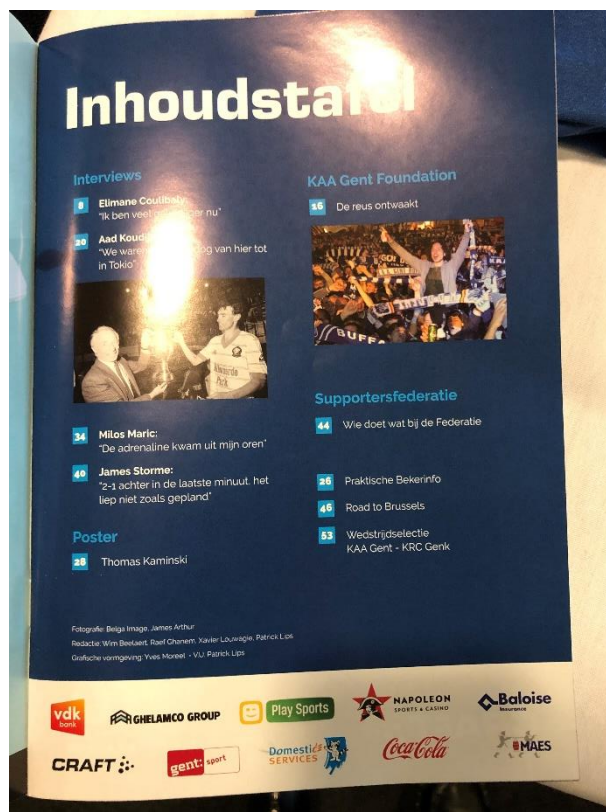
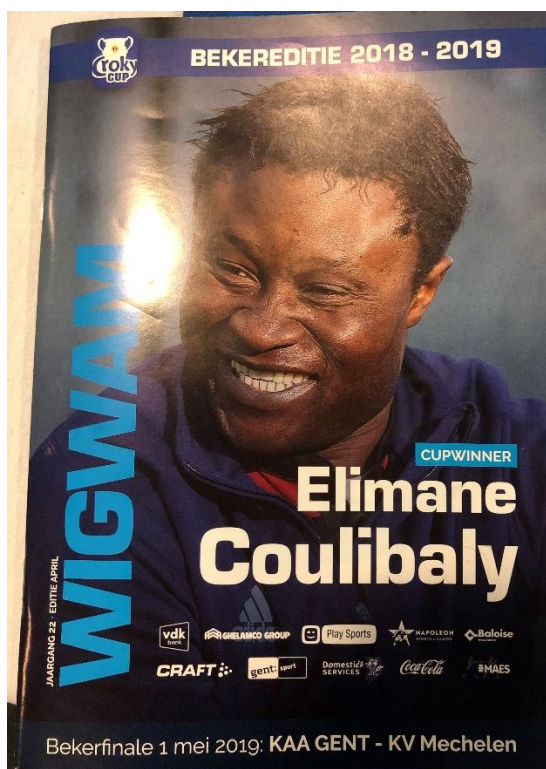


Photo 85: Livret du club Wigwam arborant les logos de Coca-Cola et de Maes (La Gantoise)



Photo 86: Affichage publicitaire LED pour du pop-corn (Anderlecht)



Figure 7: Maes Pils Tribune (La Gantoise)



Figure 8: abonnement Maes Pils, ainsi nommé d'après la dénomination de la tribune (La Gantoise)

8) Publicité dans les retransmissions télévisées de matchs en direct

Pour pouvoir regarder les matchs des play-offs en direct, il faut avoir un abonnement à l'une des chaînes payantes qui retransmettent ces matchs. En Wallonie, les matchs peuvent être suivis sur VOOfoot et Belgacom TV, en Flandre sur Telenet Play Sports et Proximus Sports.

Dans le cadre de son enquête sur l'impact de la publicité pour les paris, le Secrétariat de la Commission des jeux de hasard a pris, pendant les play-offs de la Jupiler Pro League, deux abonnements All Sports et un abonnement Belgian Sports de Proximus TV. Ces abonnements ont permis aux collaborateurs du projet d'effectuer une analyse de la publicité présente pour les paris pendant les retransmissions en direct des matchs. Certains collaborateurs du projet disposaient déjà d'un propre abonnement pour suivre les play-offs chez eux. Une fiche d'analyse standardisée en Excel a été remplie pour 68 des 90 matchs des play-offs.

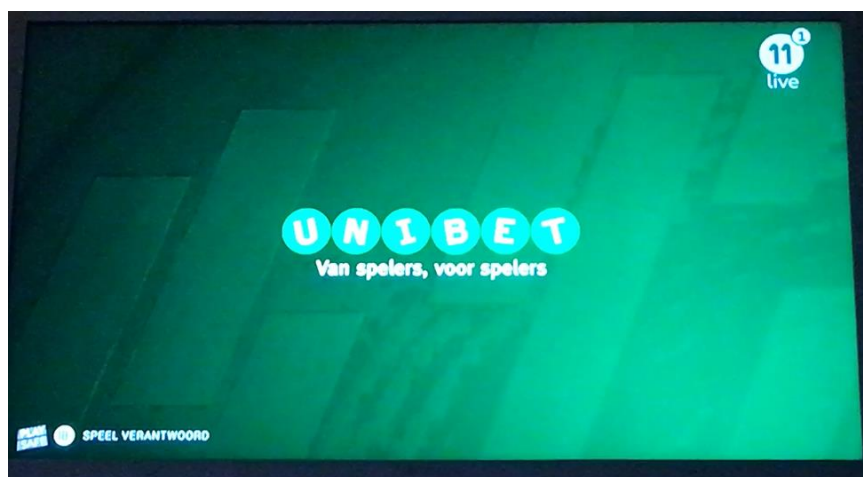
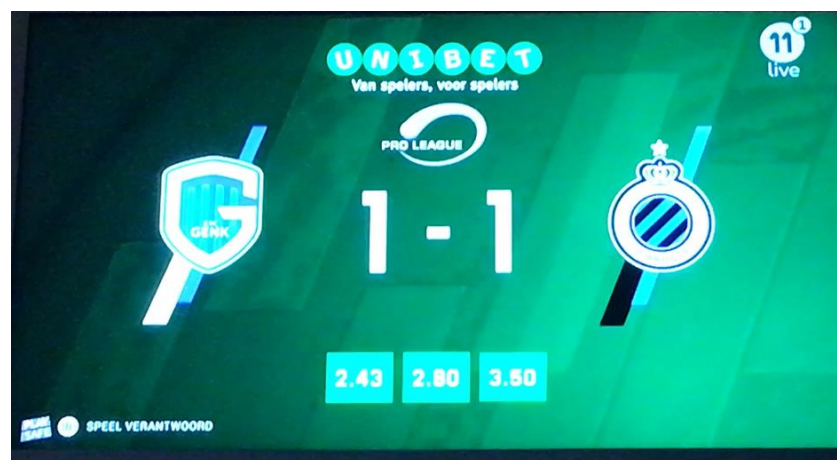
A. La publicité avant et après le match et pendant la mi-temps

Tant avant qu'après chaque match des play-offs, une annonce bumper de deux secondes montre le logo de la Jupiler Pro League qui est traversé par une balle pour se terminer par l'apparition du logo d'Unibet au bas de l'écran (voir photo). Le logo d'Unibet est visible pendant 1 seconde. Cette annonce bumper est diffusée plusieurs fois : avant et après le match et durant la mi-temps. Lors du match Mouscron - Cercle Bruges, par exemple, cette annonce bumper a été diffusée 3 fois avant le match, 4 fois pendant la mi-temps et 2 fois après le match.



Unibet a également une publicité distincte de 5 secondes, qui est présentée pendant la mi-temps, ainsi qu'avant et après le match (voir photo). Le slogan utilisé est « *Unibet, par les joueurs, pour les joueurs* ». Lors du match Mouscron - Cercle Bruges, par exemple, cette publicité a été diffusée 1 fois avant et 1 fois après le match, et 2 fois pendant la mi-temps.

La publicité est parfois adaptée au match. Lors du match KRC Genk - FC Bruges, de la publicité pour Unibet a été montrée aux téléspectateurs, avec le score à la mi-temps, les cotes du match à ce moment-là et le message « *Unibet - Par les joueurs, pour les joueurs* » (voir photos). Cette publicité était également accompagnée du message préventif « *Jouez de manière responsable* », affiché en petit à gauche au bas de l'écran.



Dans les blocs de publicités avant, à la mi-temps et après les matchs des play-offs, il n'y avait jamais aucune publicité pour des jeux de hasard ou des paris que celle d'Unibet, le partenaire officiel de la Jupiler Pro League.

Lors de l'analyse des matchs et des discussions sportives, une attention particulière a également été portée au langage utilisé par les commentateurs sportifs et les éventuels invités présents. Pendant la mi-temps du match Anderlecht - La Gantoise, le responsable du studio a demandé aux invités « *un pari ?* », après quoi les invités ont donné leur pronostic quant à l'issue du match. Pendant le match des Diables Rouges contre la Russie, le 21 mars, il y a eu un tel incident où le commentateur a déclaré, après l'erreur commise par le gardien de but national Courtois, qu'il s'agissait d'une « *mauvaise nouvelle pour les parieurs* ». Après avoir essuyé des critiques en raison de cette remarque, Mediaaan a décidé de convoquer une réunion de rédaction pour responsabiliser ses commentateurs sportifs quant à l'utilisation d'une terminologie correcte. Une telle autorégulation du secteur des médias peut s'avérer une puissante arme dans la lutte contre la dépendance au jeu et contre la banalisation du lien entre le sport et le jeu.

B. Publicité pendant le match

Pendant le match, les supports publicitaires présents dans le stade apparaissent évidemment très souvent à l'image. Les emplacements publicitaires qui viennent le plus souvent et le plus clairement à l'image sont le but, les côtés latéraux du but et les coins du stade vers lesquels la caméra est orientée ³⁷(voir photos).



Figure 9: Les tapis publicitaires à effet 3D de Betway et Lotto, par exemple, apparaissent clairement à l'image (Anderlecht - KRC Genk)

³⁷Voir partie 7) *Publicité pour les jeux de hasard et les paris dans et autour du stade de football* pour savoir quels supports publicitaires se trouvent précisément à ces endroits.



Figure 10: Les tapis publicitaires à effet 3D de Betway, par exemple, apparaissent clairement à l'image (Anderlecht - KRC Genk)



Figure 11: Les tapis publicitaires à effet 3D de Betway, par exemple, ainsi que les panneaux LED de Lotto apparaissent clairement à l'image (Anderlecht - KRC Genk)



Figure 12: Les tapis publicitaires à côté du but apparaissent clairement à l'image (Anderlecht - KRC Genk)



Figure 13: Les tapis publicitaires à effet 3D et les panneaux LED Circus apparaissent clairement à l'image



Figure 14: Tapis publicitaire à effet 3D et panneaux LED betWay



Figure 15: Tapis publicitaire à effet 3D, panneaux LED et affichage publicitaire Unibet (FC Bruges - La Gantoise)



Figure 16A & B : Les tapis publicitaires à effet 3D betFIRST disposés des deux côtés du terrain de jeu apparaissent clairement à l'image (KRC Genk - La Gantoise)



Figure 17: Tapis publicitaire et affichage LED betFIRST (KRC Genk - La Gantoise)



Figure 18: Tapis publicitaire et vinyle Golden Palace (Saint-Trond - Charleroi)



Figure 19: Panneau publicitaire Casinobelgium.be (Charleroi - Saint-Trond)



Figure 20: Publicité LED Unibet (FC Bruges - KRC Genk)

Les emplacements qui apparaissent de temps à autre à l'image, mais où la publicité est clairement visible, sont le tunnel des joueurs et le banc où les entraîneurs et les joueurs sont assis (voir photos). Ces deux endroits apparaissent à l'image lorsqu'il n'y a pas de capture d'action du match. L'attention est alors plus attirée vers la publicité que lorsque cette dernière est visible à l'image pendant des phases de jeu importantes. La publicité sur le banc et au-dessus du tunnel des joueurs étant à peine visible à partir des tribunes, on peut dire que ces types de publicité ciblent spécifiquement les retransmissions télévisées.



Figure 21: Publicité Lotto sur le banc (Anderlecht - La Gantoise)

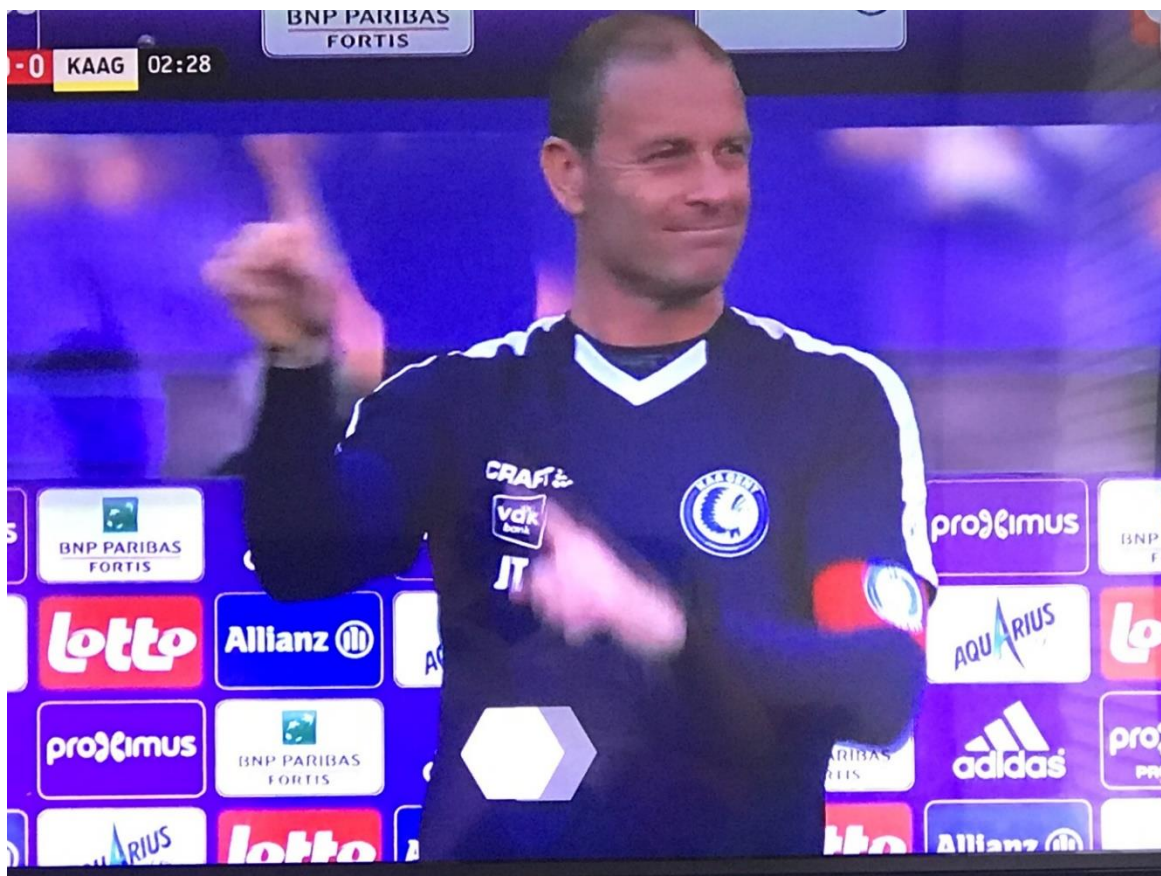
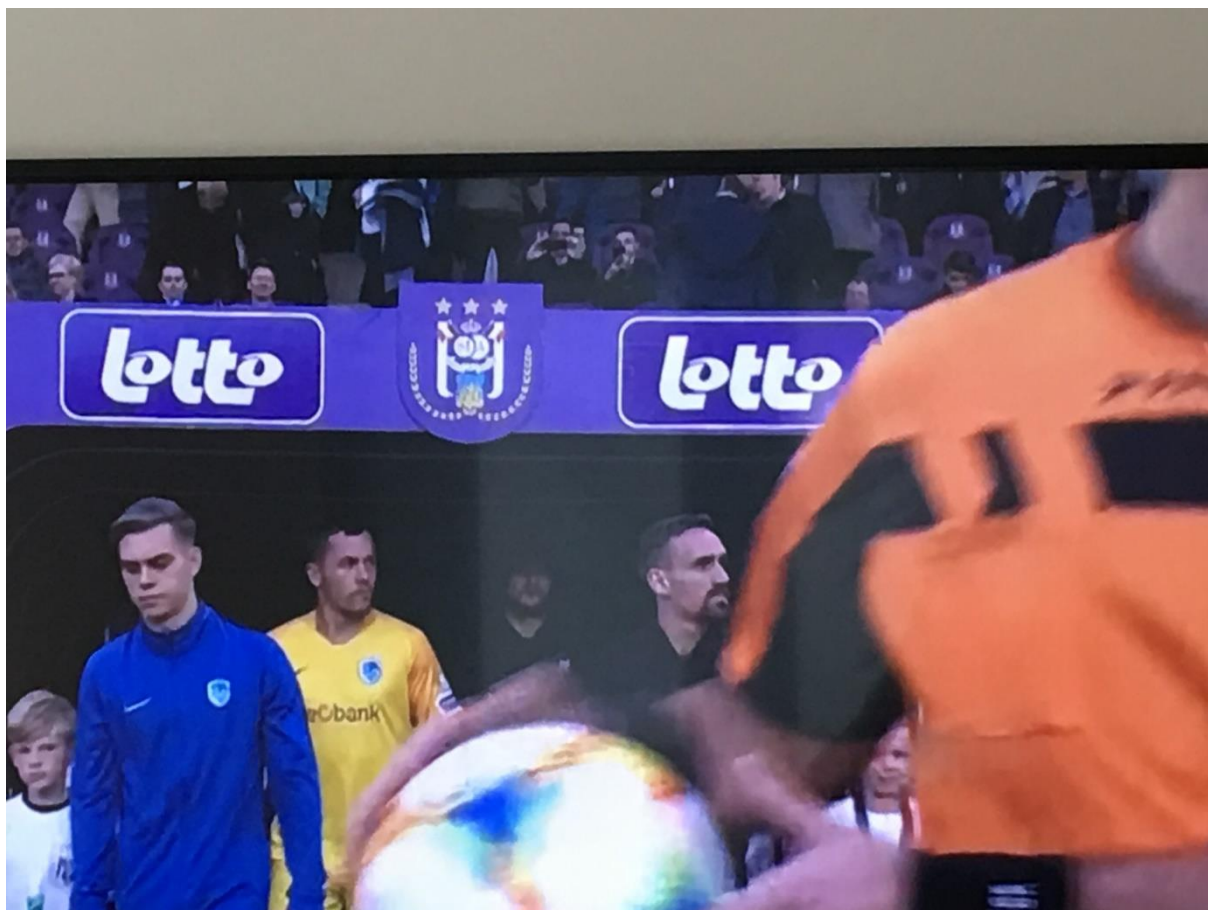


Figure 22: Publicité Lotto sur le banc (Anderlecht - La Gantoise)



Figure 23: Publicité Unibet sur le banc (Anderlecht - KRC Genk)



*Figure 24: La publicité Lotto au-dessus du tunnel des joueurs apparaît clairement à l'image lorsque les joueurs arrivent sur le terrain
(Anderlecht - KRC Genk)*

La publicité sur les tenues des joueurs apparaît aussi souvent et clairement à l'image, surtout lors de phases de jeu importantes quand la caméra zoome sur un ou plusieurs joueurs. Le gros plan réalisé lorsqu'un joueur est blessé ou qu'une faute est commise montre aussi inévitablement et clairement la publicité sur les maillots (voir photos).



Figure 25: Publicité Unibet sur la manche d'un joueur (Anderlecht - FC Bruges)

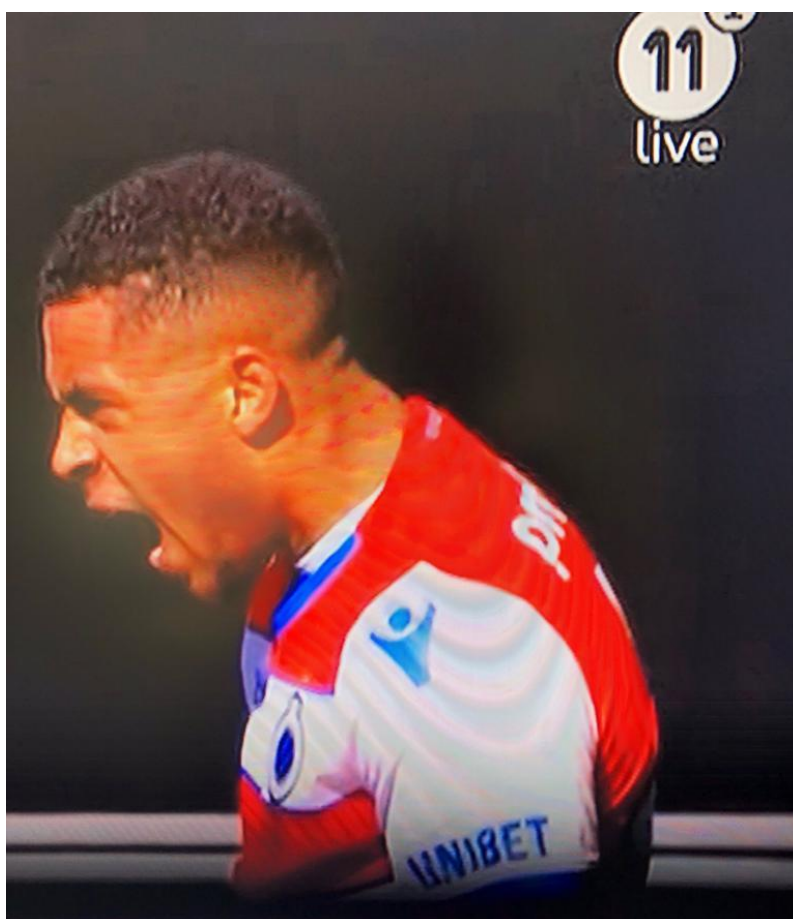


Figure 26: Publicité Unibet sur la manche d'un joueur (FC Bruges - La Gantoise)



Figure 27: Publicité Star Casino, clairement visible à l'image, sur les tenues des joueurs qui attendent dans le tunnel des joueurs (Mouscron - Cercle de Bruges)



Figure 28: Publicité Lotto clairement visible à l'image lorsque les joueurs arrivent sur le terrain (Saint-Trond - Charleroi)

La publicité sur les tenues des supporters apparaît également parfois à l'image, lorsque la caméra zoome sur le public (voir figure).



Figure 29: Publicité Star Casino sur les tenues d'enfants (Mouscron - Cercle de Bruges)

Il y a aussi de la publicité qui vise uniquement les téléspectateurs du match et non les personnes dans les tribunes du stade. Des **cotes de paris** peuvent ainsi apparaître en direct à l'écran de télévision (voir photos). Seules les cotes du partenaire de la Jupiler Pro League, à savoir **Unibet**, sont affichées. La fréquence et la durée d'affichage des cotes varient en fonction des matchs de la Jupiler Pro League. La durée est de 3 à 5 secondes. En moyenne, les cotes sont affichées toutes les dix minutes, soit 3 à 4 cotes de paris par mi-temps, mais la fréquence diffère selon les matchs. Pendant le match Anderlecht - La Gantoise, les cotes de paris ont ainsi été affichées 6 fois au cours de la première mi-temps, pendant le match Mouscron - Westerlo 4 fois par mi-temps et lors du match Eupen - Westerlo, une seule cote de paris a été affichée durant tout le match. Il n'a pas été explicitement constaté que les cotes de paris sont affichées après une phase de jeu importante, comme un tir au but, un but ou un changement de joueur.



Figure 30: Cotes de paris d'Unibet à l'écran de télévision (Anderlecht - La Gantoise)



Figure 31: Cotes de paris d'Unibet à l'écran de télévision (KRC Genk - La Gantoise)



Figure 32: Cotes de paris d'Unibet à l'écran de télévision (KV Ostende - Charleroi)



Figure 33: Cotes de paris d'Unibet à l'écran de télévision (Saint-Trond - Charleroi)



Figure 34: Cotes de paris d'Unibet à l'écran de télévision (Westerlo - Beerschot-Wilrijk)

9) Publicité pour les paris dans les programmes d'analyse de matchs à la télévision

Pour regarder les matchs des play-offs en direct, il faut avoir un abonnement (supplémentaire) à l'une des chaînes payantes qui les retransmettent (voir plus haut), ce qui limite la portée potentielle de la publicité sur ces canaux. Ceux qui ne disposent pas d'un tel abonnement payant peuvent regarder les résumés des matchs par le biais de divers programmes diffusés sur les canaux réguliers. La portée de la publicité pendant ces programmes est potentiellement plus élevée.

Programmes d'analyse de matchs sur des canaux non payants

Il existe différentes chaînes non payantes qui proposent des programmes de discussion où les compétitions sportives sont analysées et commentées (voir tableau). Certains sont spécifiquement axés sur le football, d'autres sur le sport en général.

Chaînes wallonnes

La une	Studio Foot	Samedi 19 h - 19 h 30 Dimanche 18 h 30 - 19 h Lundi 19 h 30 - 20 h
	Week-end Sportif	Dimanche 18 h 30 - 18 h 25
La deux	La Tribune	Lundi 20 h 25 - 22 h 25

Chaînes flamandes

Canvas	Extra Time	Lundi 22 h 15 - 23 h 15
Vier	Sports Late Night	Vendredi 23 h - 23 h 20
		Samedi 23 h 10 - 00 h 10
		Dimanche 22 h 50 - 23 h 45
Eén	Het Journaal-Sportweekend	Dimanche 19 h - 19 h 55

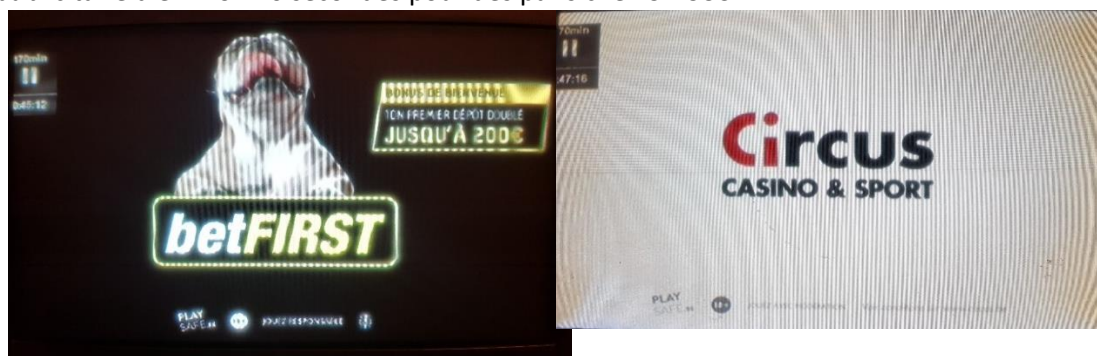
Commentaires sur les résultats de l'analyse de la publicité par programme

La Tribune

- Bloc de publicité avant le programme : spot publicitaire d'environ 20 secondes de Napoleon Sports & Casino pour un bonus de bienvenue d'une valeur de 500 €



- Bloc de publicité pendant le programme : spot publicitaire d'environ 24 secondes pour un bonus de bienvenue chez betFIRST, le premier dépôt étant doublé jusqu'à 200 € ; spot publicitaire d'environ 20 secondes pour des paris chez CIRCUS.



- Bloc de publicité après le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée immédiatement après le programme
- Publicité pendant l'émission : les rediffusions de phases de match (but, carton rouge...) pendant l'émission sont truffées de publicités pour betFIRST, Unibet, Starcasino, CIRCUS et Napoleon

Studio Foot

- Bloc de publicité avant le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée juste avant le commencement du programme
- Bloc de publicité pendant le programme : spot publicitaire d'environ 24 secondes pour un bonus de bienvenue chez betFIRST, le premier dépôt étant doublé jusqu'à 200 €
Force est de constater que la publicité varie selon que l'émission est diffusée pendant le week-end ou en semaine. Les deux émissions du week-end visionnées incluaient de la publicité pour le bonus de bienvenue dans le bloc de publicité du programme ; l'émission diffusée en semaine ne contient pas cette publicité pour un bonus de bienvenue.
- Bloc de publicité après le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée immédiatement après le programme

Week-end Sportif

- Bloc de publicité avant le programme : pas de publicité pour des paris ou des jeux de hasard
- Bloc de publicité pendant le programme : pas d'application
- Bloc de publicité après le programme : pas de publicité pour des paris ou des jeux de hasard

Sports Late Night

- Bloc de publicité avant le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée juste avant le commencement du programme
- Bloc de publicité pendant le programme : annonce bumper d'Unibet au début et à la fin du(des) bloc(s) de publicité³⁸
- Bloc de publicité après le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée après la fin du programme

Extra Time

- Bloc de publicité avant le programme : l'annonce bumper d'Unibet est diffusée deux fois, une fois pendant le bloc de publicité et une fois juste avant le commencement du programme
- Bloc de publicité pendant le programme : pas d'application
- Bloc de publicité après le programme : annonce bumper d'Unibet diffusée immédiatement après le programme

Sportweekend

- Bloc de publicité avant le programme : pas de publicité pour des paris ou des jeux de hasard
- Bloc de publicité pendant le programme : pas d'application
- Bloc de publicité après le programme : pas de publicité pour des paris ou des jeux de hasard

Discussion générale concernant les résultats de l'analyse de la publicité

Le groupe de projet a analysé au total 14 émissions des divers programmes.³⁹ Cette analyse a révélé que 4 des 6 programmes faisaient de la publicité pour des paris, et ce, dans le bloc de publicité avant

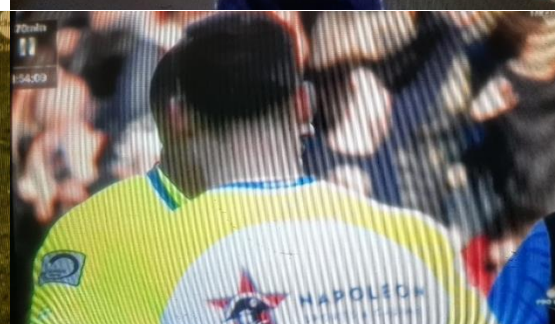
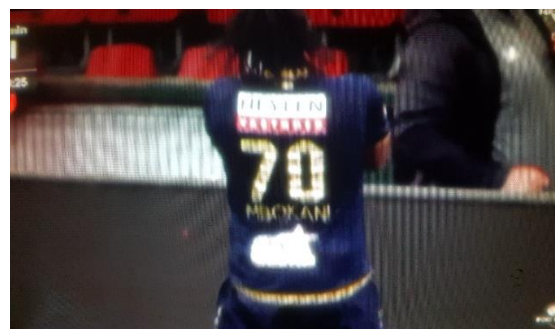
³⁸ Ce programme est diffusé à plusieurs dates et sa durée varie selon le jour de diffusion. Le nombre de blocs de publicité durant l'émission dépend de la durée du programme.

³⁹ Selon la répartition suivante : 3 émissions de *Studio Foot*, 1 émission de *Week-end Sportif*, 1 émission de *La Tribune*, 3 émissions d'*Extra Time*, 2 émissions de *Sport Late Night* et 4 émissions de *Sportweekend*).

comme dans le bloc de publicité après le programme (La Tribune, Studio Foot, Sports Late Night, Extra Time (voir tableau)). Ces programmes diffusent l'**annonce bumper d'Unibet juste avant et immédiatement après le programme**. Les deux autres programmes (Week-end Sportif et Sportweekend) ne font de publicité pour les jeux de hasard ni avant ni après le programme. Les trois programmes incluant des blocs de publicité diffusés durant les émissions (La Tribune, Studio Foot, Sport Late Night) font tous de la publicité pour des paris pendant ces pauses publicitaires. L'**annonce bumper d'Unibet** indique ici aussi (presque) toujours le **début et la fin du bloc de publicité**.

<i>Programme</i>	Publicité pour des paris dans le bloc de publicité diffusé avant l'émission	Publicité pour des paris pendant l'émission	Publicité pour des paris dans le bloc de publicité diffusé pendant l'émission	Publicité pour des paris dans le bloc de publicité diffusé après l'émission
<i>La Tribune</i>	OUI	OUI/NON	OUI	OUI
<i>Studio Foot</i>	OUI	OUI	OUI/NON	OUI
<i>Week-end Sportif</i>	NON	OUI	N/A	NON
<i>Sports Late Night</i>	OUI	OUI	OUI	OUI
<i>Extra Time</i>	OUI	OUI	N/A	OUI
<i>Sportweekend</i>	NON	OUI	N/A	NON

Étant donné que tous les programmes rediffusent des images des matchs, ils montrent tous de la publicité pour des paris pendant l'émission. Ici aussi, il est frappant de constater que la publicité sur les maillots des joueurs (voir les captures d'écran), la publicité à l'arrière du but (blocs supplémentaires, tapis et panneaux (LED) publicitaires) et la publicité dans les coins du terrain de jeu apparaissent très souvent à l'image. C'est logique puisque les phases de jeu importantes se déroulent dans ces zones du terrain et qu'elles sont donc reprises lors des discussions après le match. Le panneau publicitaire qui est invariablement placé derrière la personne interviewée apparaît donc aussi à l'image dans ces programmes de discussion puisque des parties des interviews réalisées après le match y sont rediffusées.





Programmes d'analyse de matchs sur des canaux payants

Les chaînes payantes ont évidemment aussi des programmes d'analyse de matchs. La chaîne payante Proximus Sports a ainsi son propre talk-show footballistique hebdomadaire intitulé « *Vista!* », qui est diffusé le lundi midi et le lundi soir. Ce programme peut aussi être visionné gratuitement en ligne. La chaîne payante Telenet Play Sports a également son propre talk-show sportif, « *Kick-Off* », qui est diffusé le vendredi soir.

Le groupe de projet a analysé au total 8 émissions des divers programmes.⁴⁰ *Vista!* a été visionné en ligne sans publicité, et ce, aussi bien avant qu'après le programme. Les émissions visionnées de *Kick-Off* montrent fréquemment l'**annonce bumper d'Unibet**. Cette dernière apparaissait sept fois à l'image dans la plupart des émissions : 3 fois dans les 15' précédant le programme, 2 fois au cours du programme et 2 fois dans les 15' suivant le programme.

Il n'y a donc pas de différence de volume de publicité pour les paris et les jeux de hasard entre les chaînes payantes et non payantes, même si on peut s'attendre à ce que les chaînes payantes soient moins dépendantes des revenus publicitaires. L'annonce bumper d'Unibet s'affiche très souvent à l'écran. Week-end Sportif et Sportweekend sont les deux seuls programmes d'analyse de matchs qui ne montrent aucune publicité pour les paris, à l'exception évidemment de la publicité apparaissant à l'image lors de la rediffusion de phases de match.

⁴⁰Selon la répartition suivante : 4 émissions de *Vista!* et 4 émissions d *Kick-Off*.

10) Publicité pour les paris sur les sites d'information footballistique

Pour voir des reportages sur leur sport favori, les fans de foot ne doivent pas se limiter aux canaux d'information traditionnels. Il existe en effet divers sites Web qui fournissent uniquement des informations sur les compétitions de football belges et étrangères. Des noms de domaine avec l'extension.be sont, par exemple, voetbalkrant.be et voetbalnieuws.be. Sur ces sites Web, le fan de foot est à nouveau confronté à la publicité pour les paris et aux cotes de paris. Voetbalkrant.be a, par exemple, signé un contrat d'exclusivité publicitaire avec l'opérateur de paris betFIRST. Le site Web affiche donc aussi les cotes de paris de cet opérateur, ainsi que de nombreuses publicités pour des bonus (voir les captures d'écran⁴¹).

- Bannière publicitaire



- Autre type de publicité : cotes de paris, bonus, « PARIEZ MAINTENANT »

U bevindt zich hier: Homepagina > Voetbalnieuws > De straf van Anderlecht voor de vuurpijlen en rookbommen kan verder gaan dan boete, forfait en match achter gesloten deuren

100% stortingsbonus tot wel €200 **betFIRST**

U bevindt zich hier: Homepagina > Voetbalnieuws > De straf van Anderlecht voor de vuurpijlen en rookbommen kan verder gaan dan boete, forfait en match achter gesloten deuren

100% stortingsbonus tot wel €200 **betFIRST**

⁴¹ Provenant du site Web voetbalkrant.be en date du 25 avril 2019.

VOETBALKRANT.COM

Aanmelden (Waarom registreren?)
ERKEND DOOR:

Homepagina | Nieuws | Kantine | Jupiler Pro League | Competities | Ploegen | Spelers | Interactief | Live | Ander sportnieuws

U bevindt zich hier: Homepagina 100% stortingsbonus tot wel €200 **betFIRST**

GEKKE GERUCHTEN OVER CR7: "IS ER AL LANGER"

Live | Morgen | Multilive

Play-off 1 **betFIRST**
20:30 Standard 0-0 KRC Genk
2.90 3.70 2.30

Play-off 3 **betFIRST**
20:30 Tubeké 0-0 OH Leuven
3.35 3.20 2.10

Ligue 1 **betFIRST**
19:00 Dijon 0-0 Rennes
2.80 3.25 2.65

Meer voetbalnieuws

Play-off 1 | Jupiler Pro League - Play-off 1 - Play-off 2 - Play-off 3 - 1e klasse B - 1e amateurliga - 2e amateurliga A - 2e amateurliga B - 2e amat

Kalender / Voetbaluitslagen **betFIRST**

Speeldag 5

19/04 20:30	Standard	0-0	KRC Genk	2.90 3.70 2.30
21/04 18:00	Anderlecht	-	KAA Gent	2.10 3.80 3.35
22/04 14:30	Antwerp	-	Club Brugge	3.20 3.60 2.20

Stand **betFIRST**

Ploeg	G	P
1. KRC Genk	4	41
2. Club Brugge	4	37
3. Antwerp	4	34
4. Standard	3	33
5. Anderlecht	3	26
6. KAA Gent	4	25

[Volledige stand](#)

Topschutters **betFIRST**

Speler	Goals
1. Samatta	21
2. Harbaoui	20
3. Santini	14
4. Kamada	14
5. Osimhen	13
6. Emond	13

[Meer statistieken](#)

WEBSITE: Adverteren, Downloaden
WAAROM REGISTREREN?: Volg jouw favoriete competities, ploegen en spelers op de voet, Speel mee met het managerspel
Facebook, Twitter

U bevindt zich hier: Homepagina > Live 100% stortingsbonus tot wel €200 **betFIRST**

Live Voetbal

Selecteer het vakje voor de match om deze aan de multilive toe te voegen.
De live wordt automatisch herladen.

Play-off 1						
20:30	Standard	0-0	KRC Genk	Live	2.90	3.70 2.30
Play-off 3						
20:30	Tubeké	0-0	OH Leuven	Live	3.35	3.20 2.10
Ligue 1						
19:00	Dijon	0-0	Rennes	Live	2.80	3.25 2.65
20:45	Lyon	0-0	Angers	Live	1.32	5.60 9.75
Nederlandse Eredivisie						
20:00	Heracles	0-0	Heerenveen	Live	2.05	3.90 3.15
Primeira Liga						
16:30	Vitória Setúbal	0-0	Portimonense	Live	2.35	3.25 3.25
16:30	CD Tondela	0-0	Boavista	Live	2.25	3.25 3.45
19:00	Nacional	0-0	Sporting Lisabon	Live	5.20	4.15 1.65
21:30	Vitória Guimarães	0-0	CD Aves	Live	1.80	3.50 4.90
Russische Premier League						
18:30	Anzhi Makhachkala	0-0	Terek Grozny	Live	17.75	7.00 1.17
Primera Division						
21:00	Alaves	0-0	Valladolid	Live	2.20	3.15 3.75
The Championship						
19:00	Bristol City	0-0	Reading	Live	1.84	3.25 4.50

Live

Play-off 1 **betFIRST**
20:30 Standard 0-0 KRC Genk
2.90 3.70 2.30

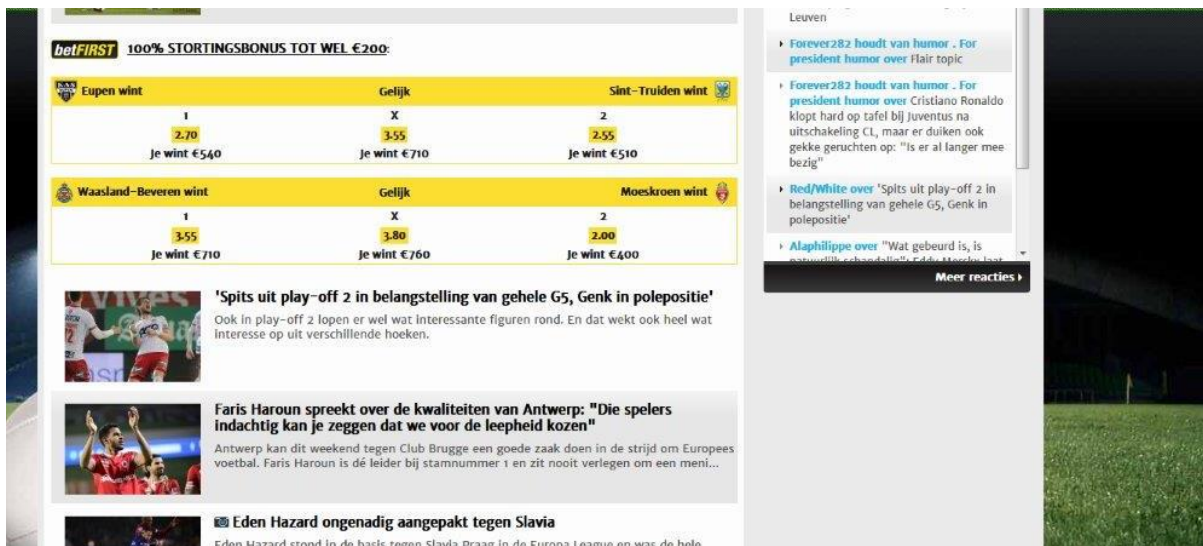
Play-off 3 **betFIRST**
20:30 Tubeké 0-0 OH Leuven
3.35 3.20 2.10

Ligue 1 **betFIRST**
19:00 Dijon 0-0 Rennes
2.80 3.25 2.65

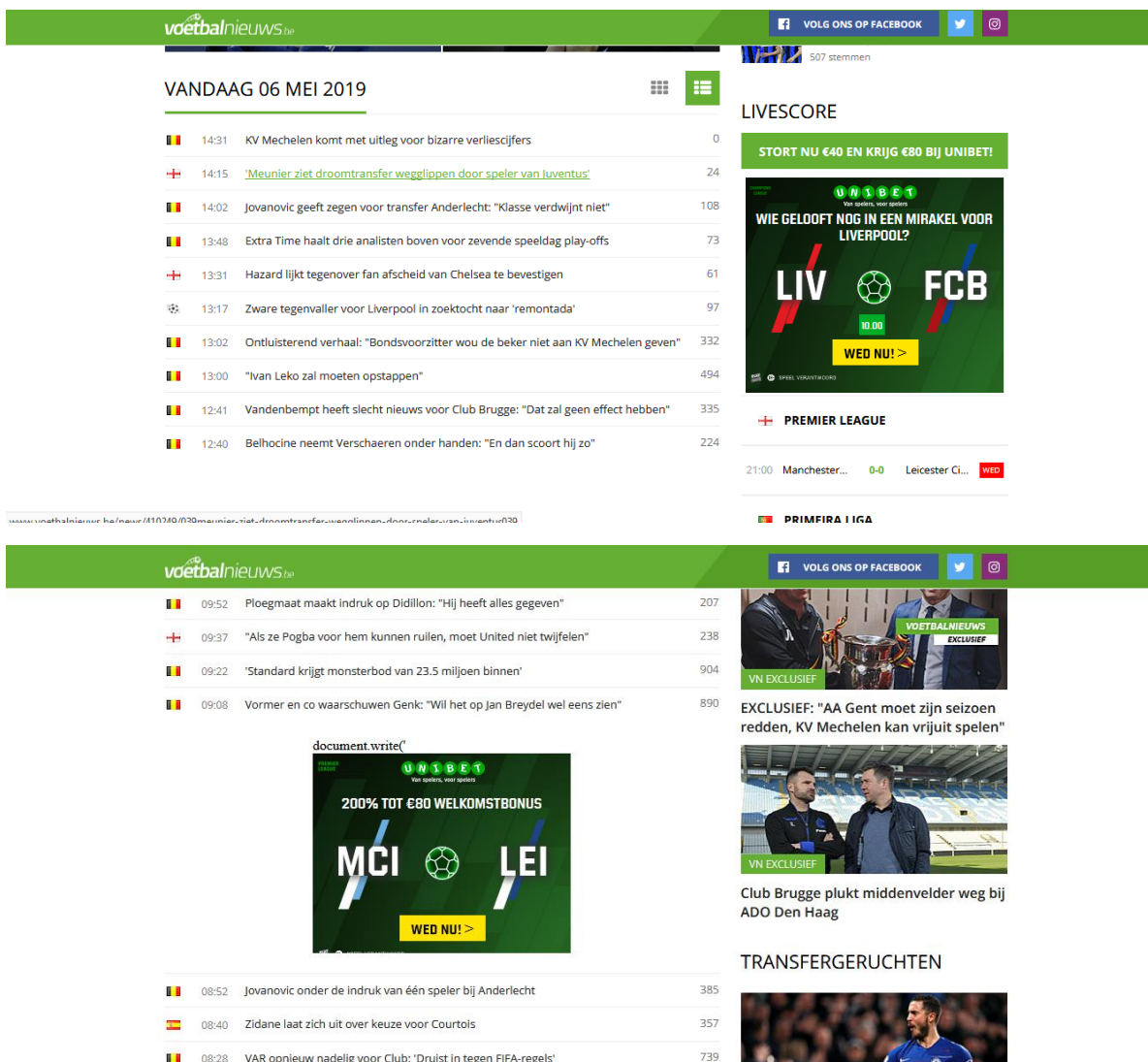
20:45 Lyon 0-0 Angers
1.32 5.60 9.75

Nederlandse Eredivisie **betFIRST**
20:00 Heracles 0-0 Heerenveen
2.05 3.90 3.15

Primeira Liga **betFIRST**
16:30 Vitória Setúbal 0-0 Portimonense



Le site Web Voetbalnieuws.be affiche tout autant de publicités pour les paris, mais cette fois pour l'opérateur de paris Unibet (voir les captures d'écran).



LIVESCORE

STORT NU €40 EN KRIJG €80 BIJ UNIBET!

UNIBET
Van spelers, voor spelers

ZORGT TIELEMANS MET LEICESTER VOOR DE VERRASSING?

MCI LEI

1.22 7.50 14.00

WED NU! >

18+ SPEEL VERANTWOORD

UNIBET BET BUILDER

CREËER JOUW UNIEKE WEDDENSCHAP

Speel nu

18+ Algemene voorwaarden. Gaak met mate.

De mogelijke terugkeer van Dieumerci Mbokani oogst bij Jova bijval. "34, dat vind ik niet oud. Dat noem ik ervaren. Klasse verdwijnt niet. Hij moet zich gewoon goed blijven verzorgen", vertelt Jovanovic in *Het Laatste Nieuws*. "Hij zal misschien iets trager worden, maar hij is slimmer dan elke verdediger. Schrijf maar op: Dieu is de beste met wie ik ooit heb samengespeeld. Die kan echt nog wel een paar jaar mee."

Maar hij waarschuwt dat dat niet voldoende zal zijn. "Feit: de spelerskern moet

11) Publicité pour les paris dans les compétitions de football étrangères

Les paris en ligne permettent de miser à partir de la Belgique sur des matchs à l'étranger. Ces matchs peuvent de surcroît être suivis par le biais des chaînes payantes belges Play Sports (Telenet) et Eleven Sport (Proximus). La publicité pour les paris dans les compétitions étrangères peut donc également avoir un impact sur les spectateurs belges. C'est pour cette raison que le groupe de projet a effectué une analyse à petite échelle de quelques matchs dans plusieurs compétitions étrangères, comme la Premier League ou la Bundesliga.

Compétition espagnole (La Liga)

Matchs regardés (par le biais d'Eleven Sport)

- Eibar – Barcelone
- Real Madrid – Betis Séville
- Getaffe – Séville
- Atletico Madrid – Barcelone
- Huesca – Barcelone (avec commentaires en néerlandais)

Constatations

Lors des retransmissions des matchs de cette compétition sur Eleven Sport, une bannière de betFIRST est apparue avant le match et avant le commencement de la seconde mi-temps. À la mi-temps, un spot publicitaire de betFIRST promouvant un bonus de 11 € par le biais d'un code a également été diffusé à deux reprises.

Pendant ces matchs, il a également été constaté que la publicité était omniprésente tout autour du terrain de jeu. **Pendant ces mêmes matchs**, de la publicité pour **différentes sociétés de paris** était également présente sur tout le pourtour du terrain de jeu : Unibet (agréé en Belgique), Bet365 (non agréé en Belgique et figurant sur la liste des sites Web de jeux de hasard interdits depuis le 04/07/2012), 1xBet (sponsor de la compétition espagnole, également non agréé en Belgique et figurant sur la liste des sites Web de jeux de hasard interdits depuis le 22/03/2017), Tempo Bet, BetVictor (non agréé en Belgique et figurant sur la liste des sites Web de jeux de hasard interdits depuis le 05/06/2013).

Pendant le match Huesca - Barcelone, les messages publicitaires suivants ont, par exemple, été remarqués :

- ➔ 1xBet
 - 1 panneau 1xBet derrière le but
 - publicité 1xBet sur les panneaux LED tout autour du terrain de jeu qui a été montrée cinq fois pendant le match
- ➔ Unibet
 - publicité Unibet sur les panneaux LED autour du terrain de jeu qui a été montrée 7 fois pendant le match
- ➔ betFIRST
 - Cotes de paris betFIRST à la 2e et 48^e minute de jeu
 - À la mi-temps : publicité pour betFIRST (bonus de 11 €), diffusée deux fois

➔ Bet365

- Publicité LED mobile pour Bet365 tout autour du terrain de jeu, montrée 14 fois pendant le match
- Panneau Bet365 fixe sur la tribune latérale

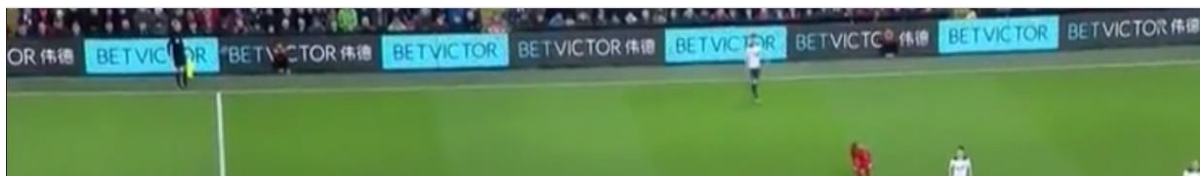
➔ Tempobet.com

- Publicité LED mobile pour Tempobet.com tout autour du terrain de jeu, montrée 11 fois pendant le match

➔ Sportpeso

- Publicité LED mobile pour Sportpeso tout autour du terrain de jeu, montrée 6 fois pendant le match

Et enfin, il est frappant de constater que dans la compétition espagnole, lors de matchs importants disputés par de grands clubs et suivis assidûment à l'étranger, la publicité montrée vise souvent le marché asiatique des paris sportifs. La publicité LED de BetVictor en est un exemple. Elle comprend en effet des signes asiatiques, ce qui prouve qu'elle s'adresse aussi explicitement au marché asiatique des paris (voir photo).



Contexte espagnol

En août 2018, l'opérateur de paris Bet365 (non agréé en Belgique) a conclu un accord de sponsoring avec la moitié des équipes les mieux classées de La Liga. Le FC Séville a en outre signé un contrat de sponsoring avec Titanbet. Deux des équipes les plus renommées et par conséquent les plus suivies au monde sont espagnoles, à savoir Barcelone et Real Madrid. Les accords de sponsoring conclus par ces clubs revêtent donc une importance mondiale. Les deux équipes sont parrainées par des opérateurs de paris : Barcelone est sponsorisée par Betfair et Real Madrid par Bwin.

Compétition italienne (Serie A)

Matchs regardés (par le biais d'Eleven Sport)

- S.P.A.L. Ferrara – Juventus Turin (avec commentaires en néerlandais)
- Inter Milan – A.C. Milan
- AS Rome – Naples

Constatations

Pendant ces matchs, il a été constaté que la publicité était omniprésente tout autour du terrain de jeu. **Pendant ces mêmes matchs**, de la publicité pour **différentes sociétés de paris** était également présente sur tout le pourtour du terrain de jeu : Unibet (agréé en Belgique), Bet365 (non agréé en Belgique et figurant sur la liste des sites Web de jeux de hasard interdits depuis le 04/07/2012), 1xBet (sponsor de la compétition espagnole, également non agréé en Belgique et figurant sur la liste des sites Web de jeux de hasard interdits depuis le 22/03/2017) et Goldbet.

Lors des retransmissions des matchs de cette compétition sur Eleven Sport, une bannière de betFIRST est apparue avant le match et avant le commencement de la seconde mi-temps. À la mi-temps, un spot publicitaire de betFIRST promouvant un bonus de 11 € par le biais d'un code a également été diffusé à deux reprises.

Pendant le match S.P.A.L. Ferrara – Juventus Turin, les messages publicitaires suivants ont été remarqués :

- ➔ 1xBet
 - panneau 1xBet fixe derrière les buts

- ➔ Goldbet
 - panneau Goldbet sur le dugout
 - panneaux LED Goldbet tout autour du terrain de jeu, montrés 5 fois à la télévision

- ➔ Bet365
 - Panneaux LED promouvant Bet365 tout autour du terrain de jeu, montrés 14 fois pendant le match

- ➔ Unibet
 - panneaux LED Unibet tout autour du terrain de jeu, montrés 2 fois à la télévision

- ➔ betFIRST
 - Bannière betFIRST avec cotes de paris, montrée à la 5^e, 25^e, 50^e et 75^e minute de jeu
 - Publicité betFIRST avant le match, pendant la mi-temps et après le match
 - panneaux publicitaires LED betFIRST tout autour du terrain de jeu, montrés deux fois à la télévision

Il a été constaté que pendant le match, le commentateur a fait référence aux paris sportifs en déclarant « Combien osez-vous parier chez vous que deux autres buts vont encore être marqués ? ». De telles déclarations banalisent la relation entre les matchs de football et les paris sportifs.

Contexte italien

Plus de la moitié de tous les clubs de la Série A ont conclu des accords de sponsoring avec des sociétés de l'industrie des paris. Lazio, par exemple, a pour unique sponsor maillot l'opérateur de paris sportifs Marathonbet. À l'été 2018, l'Italie a toutefois décidé de bannir la publicité pour les paris. Cette interdiction de publicité s'applique à tous les produits et services associés au jeu, et ce, sur la totalité des plates-formes médiatiques, donc aussi bien la télévision et les sites Web que la radio. Il s'ajoute à cela que les clubs sportifs ne sont désormais plus autorisés à conclure des accords de sponsoring avec l'industrie des paris. Une politique d'extinction est prévue pour les accords de sponsoring déjà conclus entre des clubs de football et des opérateurs de paris. Initialement, il avait été communiqué que les clubs de football italiens étaient tenus de résilier, au plus tard le 1^{er} janvier 2019, comme stipulé dans la décision des pouvoirs publics, tous les contrats de sponsoring et de publicité conclus avec des opérateurs de paris. Comme cette date tombe au beau milieu de la saison footballistique, les clubs de football ont demandé des précisions aux pouvoirs publics. Il a finalement été communiqué par les autorités italiennes du jeu que la date serait reportée au 1^{er} juillet 2019.⁴² Il convient d'attendre comment la situation évoluera dans la pratique, puisque les accords de sponsoring sont souvent conclus pour plusieurs saisons. L'opérateur de paris Betway, par exemple, a conclu en juillet 2018 un accord de sponsoring de trois ans avec l'AS Rome.⁴³

⁴² <http://www.sportspromedia.com/news/serie-a-gambling-sponsor-ban>

⁴³ <https://calvinayre.com/2018/08/10/business/gambling-advertising-italy-officially-dead/>

Compétition néerlandaise (Eredivisie)

Matches regardés (par le biais d'Eleven Sport)

- Groningen – Ajax Amsterdam
- La Haye – Alkmaar
- Feyenoord – PSV Eindhoven

Constatations

Pendant ces matches, aucune forme de publicité pour des sociétés de jeux de hasard n'a été constatée, à l'exception de la publicité pour la Staatsloterij (Loterie nationale) et la Vriendenloterij.

Matches regardés (par le biais de Play Sports)

- Ajax – Excelsior Rotterdam (avec commentaires en flamand)

Constatations

Pendant ce match, aucune forme de publicité pour les jeux de hasard ou les paris n'a été constatée avant, pendant ou après le match, à l'exception de la publicité pour la Nederlandse Vriendenloterij qui a été montrée 6 fois au cours du match.

Contexte néerlandais

Les jeux de hasard et paris en ligne sont pour l'instant encore interdits aux Pays-Bas. Les autorités publiques néerlandaises œuvrent actuellement à l'élaboration d'une loi relative à l'organisation des jeux de hasard à distance. La Nederlandse Kansspelautoriteit (Ksa) estime qu'il sera possible à partir du 1^{er} janvier 2021 de parier en ligne auprès d'opérateurs agréés.

Jusqu'à ce jour, les opérateurs commerciaux de jeux de hasard et de paris ne sont pas autorisés à communiquer à ce sujet avec les clients néerlandais. Cela n'empêche toutefois pas les clubs néerlandais à signer des contrats de sponsoring avec des opérateurs de paris étrangers. En octobre 2017, PSV a ainsi conclu un accord de sponsoring avec l'opérateur asiatique de paris Wellbet. Cet opérateur n'est pas encore actif en Europe, mais en échange d'un montant de parrainage, Wellbet est autorisé à utiliser en Asie des photos et images (pas d'images en direct) de PSV dans des communications adressées aux clients.⁴⁴ Le club de football Ajax Amsterdam a conclu un accord similaire avec l'opérateur asiatique de paris KB88. En échange d'un montant de parrainage, KB88 a acquis les droits de sponsoring exclusifs d'Ajax dans une zone géographique délimitée. Des photos et vidéos du club de football peuvent être utilisées par l'opérateur de paris comme matériel de promotion, par exemple, sur les réseaux sociaux. Il est important de souligner ici que, conformément aux dispositions de loi actuelles, cette communication ne peut pas viser le marché néerlandais. Toute publicité en néerlandais est donc aussi interdite. KB88 se concentre en particulier sur le marché asiatique des paris.⁴⁵

Compétition allemande (Bundesliga)

Matches regardés (par le biais d'Eleven Sport)

- Dortmund – Mayence (avec des commentaires en néerlandais)

Constatations

Pendant ce match, de la publicité pour BWin est apparue sous le forme de panneaux publicitaires derrière et à côté des buts. Les panneaux LED faisaient également de la publicité pour BWin. Cette

⁴⁴ <https://www.ad.nl/nederlands-voetbal/psv-strikt-aziatisch-gokbedrijf-als-sponsor~a46bf255/>

⁴⁵ <https://www.casino.nl/aziatisch-gokbedrijf-nieuwe-sponsor-ajax/>

publicité lumineuse mobile a été montrée 12 fois pendant le match, et ce, tout autour du terrain de jeu. Il n'y a eu aucune forme de publicité avant et après le match ni pendant la mi-temps⁴⁶.

Matches regardés (par le biais de Play Sports)

- Bayern Munich – Dortmund (avec des commentaires en néerlandais)

Constatations

Pendant ce match, aucune publicité pour les paris ou les jeux de hasard n'a été vue sur les maillots. Il n'y avait pas non plus de publicité avant ou après le match. Aucune cote de paris n'a été affichée pendant le match. Les panneaux fixes derrière les buts et près des bancs contiennent cependant de la publicité pour un opérateur de paris sportifs (Tipico). Les panneaux LED affichaient toutes les 8 minutes, pendant 20 secondes, de la publicité pour le même opérateur de paris sportifs Tipico.

Contexte allemand

La Fédération allemande de football (DBF = Deutscher Fussball-Bund) a conclu un accord de sponsoring avec Bwin depuis la saison footballistique 2018-2019. En avril, les autorités allemandes de régulation des jeux de hasard ont rappelé à la Fédération de football, par le biais d'un courrier officiel, qu'il était illégal en vertu de la législation allemande de faire de la publicité pour des actions de casino. Dans cette lettre, il est également stipulé qu'une interdiction totale de publicité est susceptible d'être prononcée si la DBF poursuit son accord de sponsoring avec Bwin. Le sponsoring des équipes de football allemandes et de la Fédération allemande de football par des sociétés de paris est ainsi compromis.⁴⁷

Compétition anglaise (Premier League) & écossaise (Scottish Premiership)

Matches regardés (par le biais d'Eleven Sport)

- Brighton – Manchester City
- Southampton – Huddersfield
- Liverpool – Wolverhampton
- Burnley – Arsenal
- Spurs – Newcastle
- Crystal Palace – Fullham

- Glasgow Rangers – Celtic Glasgow

Constatations

Il est apparu qu'au cours d'un même match, les panneaux publicitaires tout autour du terrain de jeu affichaient les messages publicitaires de divers sponsors-opérateurs de paris. Des annonces publicitaires de Betway, Ladbrokes, Bet365.com, BetVictor et 138.com ont ainsi été diffusées.

Matches regardés (par le biais de Play Sports)

- Tottenham – Huddersfield (avec des commentaires en néerlandais)

Constatations

Avant le match et avant le début de la seconde mi-temps, un message publicitaire de Napoleon Sports & Casino a été affiché avec des cotes de paris pour ce match. Une publicité de 1XBet s'affichait toutes les 6 minutes sur les panneaux publicitaires entourant le terrain de jeu.

⁴⁶ Pendant la mi-temps, la seule publicité faite concernait les propres programmes de la chaîne.

⁴⁷ <https://www.livecasino.nl/mogelijk-einde-sponsoring-duitse-voetbalclubs-door-gokbedrijven/>

Contexte anglais

Dans les compétitions anglaises, divers clubs jouent avec des maillots arborant de la publicité pour des sociétés de paris (voir photos) :

- Wolverhampton Wanderers : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris sportifs en ligne W88⁴⁸
- Everton : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris sportifs SportPesa⁴⁹
- Westham : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris Betway⁵⁰
- Crystal Palace : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris ManBetX⁵¹
- AFC Bournemouth : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris en ligne M88⁵²
- Fullham : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur (philippin) de paris Dafabet⁵³
- Huddersfield : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris en ligne Ope Sports⁵⁴
- Burnley : publicité sur l'avant des maillots pour l'opérateur de paris sportifs et de jeux de hasard LaBa360⁵⁵
- Newcastle United : publicité sur l'avant des maillots pour la société asiatique de paris Fun88⁵⁶



⁴⁸ Ce contrat de sponsoring d'une durée de deux ans représenterait 10 millions de livres sterling (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁴⁹ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 9,6 millions de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵⁰ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 10 millions de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵¹ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 6,5 millions de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵² Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 4 millions de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵³ Ce contrat de sponsoring couvrant deux saisons s'élèverait à 6 millions de livres sterling (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵⁴ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 1,5 million de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵⁵ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 5 millions de livres sterling, sa durée n'est pas connue (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)

⁵⁶ Ce contrat de sponsoring s'élèverait à 6,5 millions de livres sterling par saison (selon le site <https://www.90min.com/posts/6298895-ranking-every-premier-league-club-by-their-shirt-sponsor-deals>)



Les top clubs Liverpool, Manchester United, Manchester City, Arsenal et Chelsea ne jouent pas avec des sponsors-opérateurs de jeux de hasard et de paris sportifs.

Certains matchs de la compétition anglaise se disputent à l'heure du midi. Étant donné que la publicité autour du terrain de jeu vise (aussi) clairement le marché asiatique (signes coréens et chinois), l'heure du match pourrait bien avoir été choisie en fonction de ces spectateurs étrangers.

Dans la compétition écossaise, divers clubs du top jouent avec des maillots arborant de la publicité pour des sociétés de paris sportifs, comme Dafabet et 32Red.

Conclusion

Comme les matchs des compétitions de football étrangères peuvent aussi être suivis par le biais de canaux belges, les accords de sponsoring des équipes de football étrangères ont également un impact sur les spectateurs belges. Ces derniers sont ainsi confrontés à la publicité de divers opérateurs de paris non agréés en Belgique. Il est de surcroît frappant de constater que les sponsors de clubs de football européens jouissant d'une réputation internationale visent explicitement le marché des paris étranger. Plusieurs sponsors font ainsi de la publicité pour le marché asiatique des paris sportifs et utilisent à cette fin des signes qui ne sont même pas lisibles pour le spectateur européen moyen. Sportpesa, par exemple, qui est basée au Kenya, fait aussi de la publicité dans le cadre de la compétition européenne. Cette croissance internationale du marché des paris sportifs a un impact majeur sur problèmes spécifiquement liés au secteur, comme la dépendance au jeu. L'internationalisation entraîne aussi une augmentation du risque d'atteinte à l'intégrité du sport.

12) La publicité pour les paris dans d'autres sports

La publicité pour les jeux de hasard et les paris dans le monde du sport ne se limite pas uniquement au football. Dans le cyclisme également, une grande partie de la publicité a été reprise par les opérateurs de jeux de hasard et les sociétés de paris. Il y a cependant quelques différences entre le cyclisme et le football qui jouent un rôle dans l'impact de ces messages publicitaires. Pour commencer, il est normal en cyclisme qu'une équipe de coureurs soit systématiquement dénommée d'après le nom de son sponsor. Pensez par exemple à Lotto-Soudal ou à Corendon-Circus (voir la capture d'écran⁵⁷). On observe le même phénomène dans le monde du cyclo-cross (Marlux-Bingoal, par exemple). Mais ce n'est pas le cas chez les clubs de football.



Deuxièmement, il convient de noter que tant le cyclisme que le cyclo-cross sont diffusés sur les chaînes de télévision ordinaires et qu'ils ne peuvent pas être regardés exclusivement par le biais de chaînes payantes, comme c'est le cas pour les matchs de football. La portée (en Belgique) du sponsoring du cyclisme et du cyclo-cross est par conséquent beaucoup plus grande.

Outre l'aspect visuel, l'aspect auditif revêt également une grande importance dans le monde du cyclisme. Cela est dû au fait que les noms des équipes, et donc les noms des sponsors, sont très fréquemment prononcés au cours de la compétition. Les noms des sponsors se répercutent à travers les haut-parleurs, et ce, aussi bien à la télévision que dans la zone d'arrivée lors de courses cyclistes ou sur le circuit lors de courses de cyclo-cross. Dans le football, il n'y a que l'aspect visuel.

Et pour finir, il y a aucune différence quant à l'environnement dans lequel un match de foot ou une course de vélo se déroule. Le football a lieu sur un terrain fixe, où les messages publicitaires attirent moins l'attention. Des formes de publicité plus créatives sont possibles lors de courses cyclistes (voir les captures d'écran⁵⁸). Pensez par exemple aux prés qui longent le parcours. Les messages publicitaires spéciaux qui y sont souvent placés sont même parfois signalés par les commentateurs.

⁵⁷ Sportweekend, émission du 21 avril

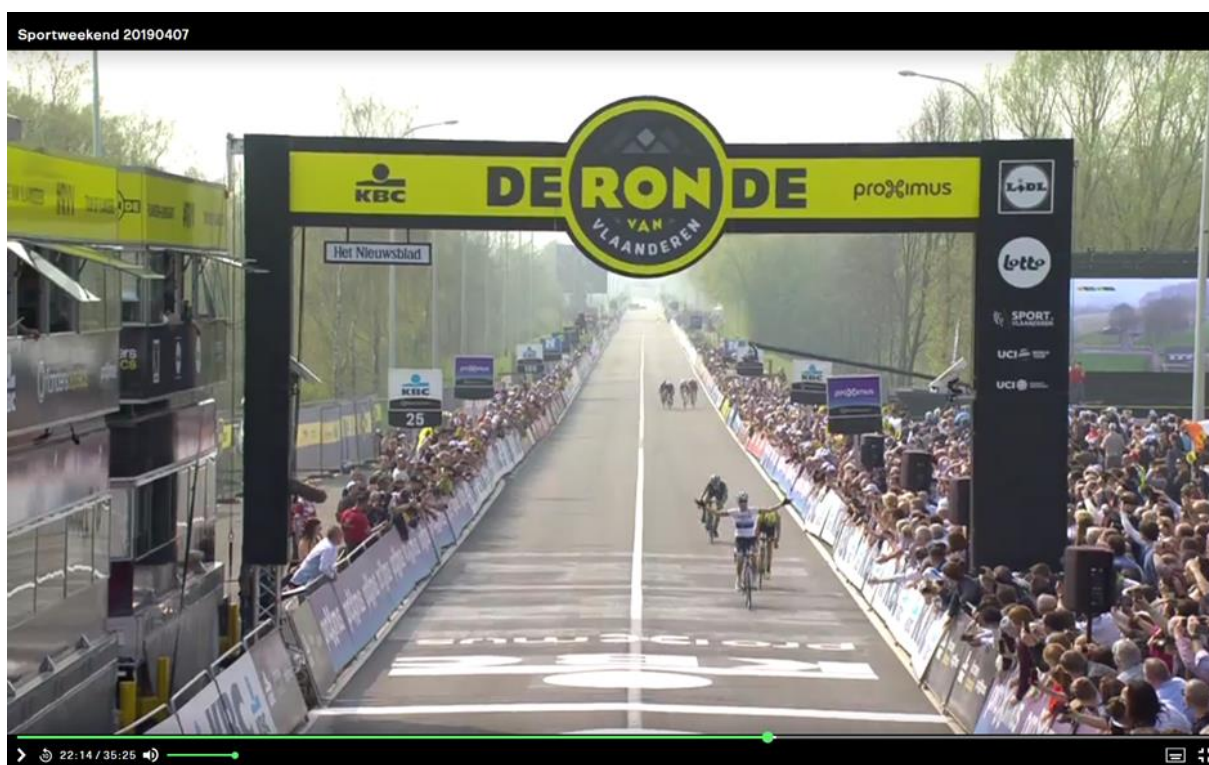
⁵⁸ Sportweekend, émissions du 31 mars, du 7 avril, du 14 avril et du 21 avril.

Sportweekend 20190407



Sportweekend 20190407

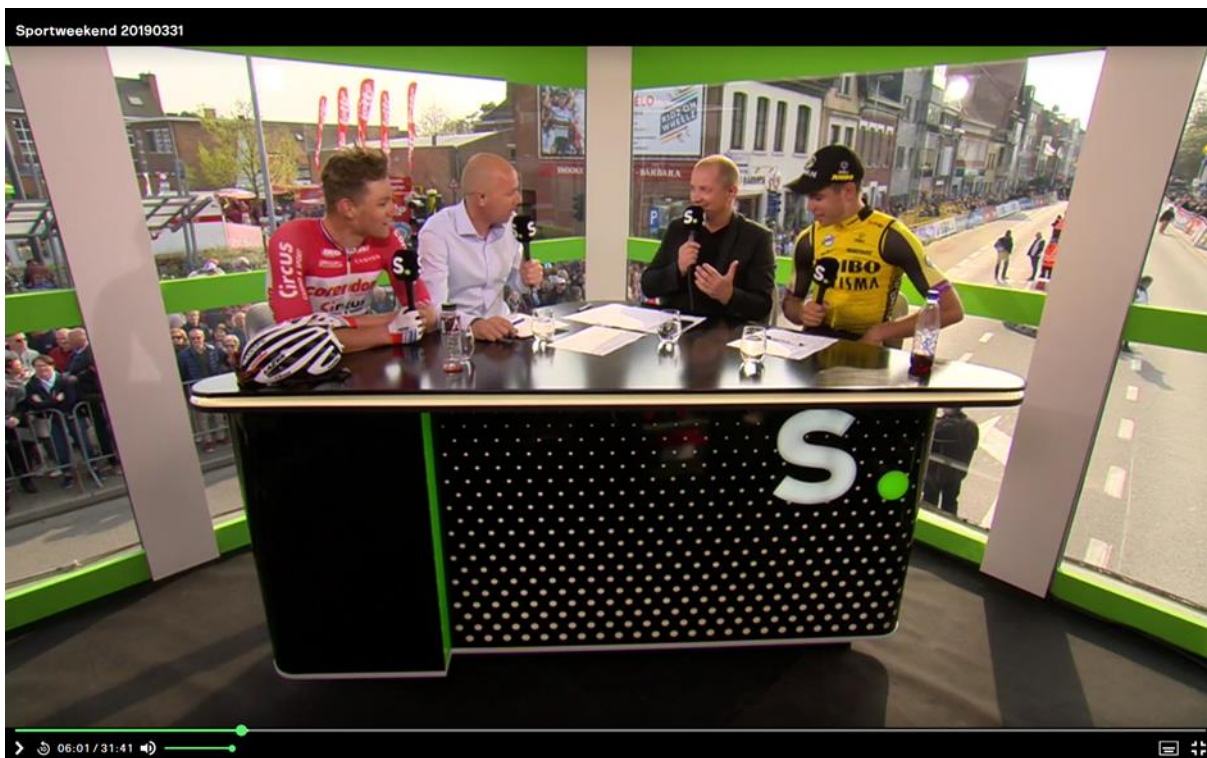




Force est également de constater que le nom du sponsor-opérateur de jeux de hasard figure sur tous les vêtements : T-shirts, polos des collaborateurs, casquettes, casque et maillot du coureur cycliste, mais aussi sur le bus et les voitures (voir les captures d'écran⁵⁹).

⁵⁹ Sportweekend, émissions du 31 mars, du 7 avril, du 14 avril et du 21 avril.















Dans d'autres sports également, le fait d'avoir comme sponsor un opérateur de jeux de hasard ou de paris n'est pas exceptionnel. Dans le football en salle, il y a le sponsor Lotto et les compétitions de basket et de volley portent respectivement les noms d'Euromillions Basket League et d'Euromillions Volley League. Le top club de basketball, les Antwerp Giants, est parrainé par GoldenPalace.com, ce qui se traduit par des autocollants au sol de cet opérateur de jeux de hasard (voir la capture d'écran). On remarque également le sponsoring d'Euromillions dans les compétitions de water-polo (voir la capture d'écran).





Pour clôturer, les sponsors-opérateurs de jeux de hasard se retrouvent aussi dans les rallyes. De la publicité pour le site Web de jeux de hasard en ligne goldenpalace.be a ainsi été remarquée lors du *Rallye de Wallonie* (voir photos). Il est donc clair que le sponsoring lié aux jeux de hasard et aux paris ne se limite pas aux compétitions de football.







13) Conclusion : la publicité pour les paris pendant les play-offs de la Jupiler Pro League

La publicité pour les paris était omniprésente pendant les play-offs de football. Lorsqu'ils achètent leur billet, qu'ils suivent leur équipe favorite sur les réseaux sociaux ou qu'ils regardent le match à la télévision ou dans le stade, les supporters de football sont chaque fois confrontés d'une part à la publicité d'Unibet, en tant que partenaire de la Jupiler Pro League, et d'autre part à celle des divers sponsors-opérateurs de paris des équipes participantes. L'omniprésence de la publicité pour des boissons alcoolisées et pour les jeux de hasard était frappante dans ce contexte. La consommation de boissons alcoolisées et le placement de paris sportifs semblent ainsi inextricablement liés aux matchs de football. Cela, en dépit de l'intention claire du législateur de séparer la consommation d'alcool et le placement (en ligne) de paris dans les établissements de jeux de hasard.

- **Publicité pour les paris sur les sites Web des clubs de football :**
Tous les clubs ayant comme sponsor un opérateur de paris mentionnent le logo de ce sponsor sur leur site Web. Dans tous les cas, le simple fait de cliquer sur le logo de ce sponsor mène directement au site Web de l'opérateur de paris concerné. Cela signifie donc que les supporters de football qui parcourent les informations du site Web de leur club sont littéralement à un clic du jeu. Divers clubs annoncent également un bonus de bienvenue, encourageant un « odds boost » chez l'opérateur de paris ou offrent un crédit de jeu aux gagnants des concours des supporters.
- **La publicité pour les paris par le biais des comptes de réseaux sociaux des clubs de football (Facebook, Instagram, Twitter) :**
La publicité pour les opérateurs de paris est également présente sur les réseaux sociaux. Cette publicité va de la simple mention du logo à l'affichage des cotes de paris, jusqu'à la demande explicite de placer un pari pronostic chez l'opérateur de jeu. De temps à autre, l'opérateur de paris annonce aussi des bonus. Certains clubs mentionnent systématiquement le logo de leur sponsor-opérateur de paris dans chaque communication sur les réseaux sociaux.
- **Publicité pour les jeux de hasard sur les billets d'entrée aux matchs des play-offs :**
En tant que partenaire de la Jupiler Pro League, Unibet est systématiquement mentionné sur chaque billet. C'est également le cas sur les billets destinés aux mineurs d'âge. Un seul club fait de la publicité pour le sponsor-opérateur de jeux de hasard sur ses abonnements. La plupart des publicités pour les jeux de hasard et les paris figurent sur les billets achetés en ligne. La mention de tous les sponsors est en effet souvent considérée comme un élément identitaire du club.
- **La publicité pour les paris dans les courriels après enregistrement sur le site Web du club de football**
Les clubs font également usage de l'enregistrement effectué lors de tout achat de billets en ligne pour envoyer des courriels à leurs supporters. Ces courriels contiennent parfois aussi de la publicité pour les paris.
- **La publicité pour les paris sur les tenues des joueurs :**
Les tenues des joueurs de football constituent également un support publicitaire pour les sponsors-opérateurs de paris. Parmi les quatorze clubs de football de la Jupiler Pro League ayant comme sponsor un opérateur de paris, ce sponsor occupe une place prépondérante chez onze clubs, soit sur le maillot (9 clubs), soit sur le short (1 club), soit sur les deux (1 club). Chez les trois autres, l'opérateur de paris ne figure pas sur la tenue des joueurs.
- **La publicité pour les paris dans et autour du stade de football :**
Le stade de football se caractérise par des panneaux et autres types de support publicitaires. Il y a des panneaux publicitaires fixes le long du terrain de jeu ou entre les différents niveaux

des tribunes, il y a des panneaux LED avec de la publicité fixe ou mobile, des vinyles publicitaires suspendus à côté du terrain de jeu, des tapis publicitaires avec effet 3D disposés sur le sol le long du terrain de jeu, des blocs publicitaires ajoutés sur le terrain et de la publicité sur le marquoir.

Les supports publicitaires situés à côté des buts ou dans les coins du terrain de jeu sont beaucoup plus souvent en image lors des retransmissions télévisées de matchs que les autres. Force est de constater que la plupart des publicités sont disposées le long des trois côtés du terrain de jeu capturés par la caméra. Les tapis de sol publicitaires avec effet 3D autour du terrain de jeu sont orientés de manière à ce qu'ils soient surtout clairement visibles du point de vue de la caméra plutôt qu'à partir des tribunes.

Les clubs font également de la publicité pour les paris sur le circuit télévisé interne du stade, sur le marquoir, par le biais des brochures du club distribuées dans les loges, sur les feuilles de match et les tickets de parking, sur les vêtements et les gadgets vendus dans les fanshops, sur le stand d'interview et par le biais des tenues vestimentaires du personnel (entraîneurs) et des supporters.

- **La publicité dans les retransmissions télévisées de matchs en direct :**

Bien que regarder des matchs en direct requiert un abonnement payant, le spectateur n'échappe pas non plus à la publicité. Le supporter de football qui regarde le match à la télévision est également confronté aux blocs de publicité contenant des annonces pour des paris. Une annonce bumper de deux secondes de la Jupiler Pro League et d'Unibet apparaît plusieurs fois à l'image : avant, pendant et après le match. En dehors de cela, Unibet possède également sa propre publicité de cinq secondes affichant le slogan « *Unibet, par les joueurs, pour les joueurs* ». Lors de chaque match, cette publicité apparaît aussi plusieurs fois à l'écran. Pendant le match, les supports publicitaires présents dans le stade apparaissent très souvent à l'image. Force est de remarquer que dans l'émission télévisée, la publicité sur le banc et le tunnel des joueurs, qui est à peine visible à l'intérieur du stade, apparaît souvent à l'image pendant la retransmission en direct du match.

L'émission de télévision a aussi la particularité de communiquer les cotes de paris à chaque match. Ces cotes apparaissent à l'écran avec une fréquence et une durée variables, et ce, uniquement pour l'opérateur de paris Unibet.

Pendant un match des play-offs, le spectateur est en moyenne confronté quinze fois à la publicité d'Unibet (annonce bumper, bloc de publicité, cotes de paris).

- **La publicité pour les paris dans les programmes d'analyse de matchs à la télévision :**

Plusieurs programmes d'analyse de matchs font de la publicité pour les paris, et ce, dans les blocs de publicité diffusés avant et après le programme : La Tribune, Studio Foot, Sports Late Night et Extra Time. Ces programmes diffusent l'annonce bumper d'Unibet juste avant et immédiatement après le programme. Les trois programmes incluant des blocs de publicité diffusés durant les émissions (La Tribune, Studio Foot, Sport Late Night) font tous de la publicité pour des paris pendant ces pauses publicitaires. L'annonce bumper d'Unibet indique ici aussi (presque) toujours le début et la fin du bloc de publicité.

Les chaînes payantes ont bien évidemment aussi des programmes d'analyse de matchs. Les émissions visionnées de Kick-Off montrent fréquemment l'annonce bumper d'Unibet. Ce bumper est apparu pas moins de sept fois à l'image dans la plupart des émissions.

Il n'y a donc pas de différence de volume de publicité pour les paris et les jeux de hasard entre les chaînes payantes et non payantes, même si on peut s'attendre à ce que les chaînes payantes soient moins dépendantes des revenus publicitaires. Chez les deux, l'annonce bumper d'Unibet s'affiche très souvent à l'écran.

- **La publicité pour les jeux de hasard et les paris sur les sites d'information footballistique :**
Les sites Web voetbalkrant.be et voetbalnieuws.be incluent de la publicité pour les paris, ainsi que des cotes de paris. Voetbalkrant.be a, par exemple, signé un contrat d'exclusivité publicitaire avec l'opérateur de paris betFIRST. Le site Web affiche donc aussi les cotes de paris de cet opérateur, de même que de nombreuses annonces de bonus.

On peut conclure de l'analyse qui précède que les supporters de foot sont très largement confrontés à la publicité pour les paris, et ce, sur tous les médias liés aux évènements footballistiques. La publicité pour les paris est présente sur les billets, dans les courriels envoyés par le club, sur les tenues des joueurs, des supporters et des stewards, sur les sites Web et les comptes de réseaux sociaux des clubs de football, sur les sites d'information qui présentent des reportages footballistiques, dans le stade, dans des(certains) programmes où les matchs sont commentés, pendant les retransmissions télévisées des matchs sous la forme de cotes de paris et dans les blocs de publicité avant, après et pendant la retransmission en direct du match, ainsi que dans certains programmes d'analyse des matchs. Le fait que des mineurs d'âge soient également exposés à toutes ces formes de publicité pour les paris pose toutefois un réel problème. Le logo d'Unibet figure en effet sur leur billet d'entrée et aucune distinction n'est faite entre le *fil d'actualité* d'un suiveur mineur et celui d'un suiveur adulte sur les réseaux sociaux.

L'excès de publicité pour les paris et l'alcool contraste par ailleurs crûment avec le manque de messages indiquant les risques pour la santé y afférents. Aucun contrepoids n'est établi par rapport aux risques pour la santé qui sont liés aux jeux de hasard et à la consommation d'alcool. La consommation d'alcool est encouragée de différentes manières pendant l'évènement footballistique. Il n'est d'aucune manière et nulle part précisé que toute participation à des jeux de hasard associée à la consommation d'alcool augmente les risques pour la santé. Le problème n'est donc pas seulement qu'il y a beaucoup de publicité pour les jeux de hasard et l'alcool, mais que les deux secteurs sont de surcroît également les principaux fournisseurs de publicité.

Dans cette optique, la mise en œuvre de la déclaration d'engagement entre la Commission des jeux de hasard et la Pro League constitue une première étape importante, et en particulier le respect des restrictions qualitatives que cette déclaration d'engagement impose aux messages publicitaires. La déclaration d'engagement stipule, entre autres, que les messages publicitaires doivent signaler le risque lié à la participation aux jeux de hasard et viser (partiellement) un mode de jeu « responsable » ou l'instauration d'une limite de jeu par le joueur aux fins de sa propre protection. Il est en outre conseillé aux responsables politiques de se prononcer sur l'utilité d'une restriction quantitative de la publicité pour les paris et les jeux de hasard pendant les évènements liés au football et par extension à tous les sports.

14) La publicité pour les paris et l'accord de coopération entre la Pro League et la Commission des jeux de hasard

Nous évaluons ci-dessous les précédentes conclusions au sujet de la publicité pour les paris pendant les play-offs par rapport aux exigences imposées par l'accord de coopération entre la Pro League et la Commission des jeux de hasard à la communication et au marketing dans le contexte des jeux de hasard.

Les restrictions qualitatives suivantes sont incluses dans cet accord de coopération :

- *Le message publicitaire doit viser (en partie) le « jeu responsable » ou l'instauration d'une limite de jeu par le joueur ;*
- *La publicité doit (en partie) préciser que la participation aux jeux de hasard comporte un risque ;*
- *Un même opérateur de jeux de hasard ne peut pas faire simultanément de la publicité pour des jeux de hasard couverts par une licence différente. Autrement dit, l'opérateur est tenu d'annoncer soit des loteries, soit des paris, soit des jeux de hasard auxquels s'applique le système d'information sur les personnes exclues (EPIS = Excluded Persons Information System)^[1]. Si la Commission des jeux de hasard constate que cela se produit quand même dans le contexte d'un match de football entre clubs professionnels, elle en informe sans délai la Pro League et/ou ses membres. La Pro League et/ou ses membres sont tenus de demander immédiatement à l'opérateur de jeux de hasard concerné d'y remédier.*

Les différents types de publicité pour les paris décrits plus haut et documentés à l'aide d'exemples de divers clubs démontrent que la publicité pour les paris montrée pendant les play-offs ne font d'aucune manière état des risques qui sont associés au jeu. Dans les exemples cités, aucun message publicitaire ne vise le « jeu responsable » ou l'instauration d'une limite de jeu par le joueur. Il existe également divers messages publicitaires qui font simultanément de la publicité pour les jeux de hasard et les paris. Plusieurs opérateurs de jeux de hasard et de paris, comme Napoleon Sports & Casino et Circus Casino & Sport, le font déjà par le biais de la composition de leur logo.

Les restrictions suivantes peuvent être ajoutées en tant qu'addendum à la déclaration d'engagement entre la Pro League et la Commission des jeux de hasard, au cas où les conditions qualitatives de base ne seraient pas respectées :

- *(les membres de) la Pro League s'engage(nt), en collaboration avec les opérateurs de jeux de hasard, à intégrer l'avis suivant dans chaque message publicitaire qui est diffusé/publié (par le biais d'un site Web, des réseaux sociaux, en raison de sa visibilité dans le stade) et dans lequel ils sont impliqués d'une quelconque manière :*
 - *« Si vous ne maîtrisez plus votre comportement de jeu, contactez la ligne d'assistance gratuite SOS Jeux au 0800 35 777. »*

^[1] Depuis 2004, la Belgique dispose de l'Excluded Persons Information System (EPIS). Il s'agit d'un système électronique qui réunit toutes les personnes qui sont exclues de la participation aux jeux de hasard (ladite « liste noire » regroupant les personnes interdites de jeux de hasard). Avant tout enregistrement et admission définitifs, les titulaires d'une licence sont légalement tenus de vérifier que le joueur concerné ne figure pas sur la liste EPIS. Si la personne figure bien sur la liste, l'accès au jeu doit lui être refusé.

- *la communication diffusée dans le stade doit viser la protection du joueur (par exemple, en indiquant la possibilité d'exclusion par le biais de l'EPIS dans les espaces publics des stades). En particulier, les activations de partenariat dans le cadre des matchs ne peuvent inclure aucune forme de publicité pour les paris à certaines phases du match.*
- *la publicité ne peut en aucun cas comporter des références aux apports pécuniaires ou aux remboursements.*

Il apparaît des exemples documentés susmentionnés que la route à parcourir est encore longue avant que la publicité pour les paris dans les stades de football, et par extension la publicité pour les paris liée à l'expérience globale du football, respecte ces restrictions. Divers clubs font de la publicité dans laquelle il est fait référence à des bonus de bienvenue ou à d'autres avantages liés à l'ouverture d'un compte de jeu. Aucun message publicitaire n'inclut d'aspect préventif visant à indiquer que le jeu comporte aussi un risque.

4. Impact des play-offs sur l'activité des paris

En plus de l'analyse qualitative de la publicité pour les paris diffusée pendant les play-offs de football, qui a été effectuée par le groupe de projet, une analyse des données internes liées aux paris sportifs a également été réalisée aux fins du présent rapport, en collaboration avec l'entreprise informatique Acson. Les données analysées comprennent les nouveaux enregistrements sur les sites de paris, le nombre d'inscriptions de joueurs par tranche d'âge, par sexe et par région, le total des mises et des gains par jour pour les paris aussi bien hors ligne qu'en ligne et les données relatives aux joueurs exclus. Ces données concernant les paris sportifs ont été analysées en vue de découvrir les éventuelles tendances qui se dessinent pendant les journées de match des play-offs de la Jupiler Pro League, et ce, par rapport aux autres jours de la période considérée.

L'analyse de l'impact des journées de match des play-offs par rapport aux données y afférentes est entravée par le calendrier espacé des jours de matchs. Les play-offs de la Jupiler Pro League comptent au total dix journées de match réparties sur une période de 32 dates différentes. Il convient également de noter que dans la période où se disputent les play-offs de la Jupiler Pro League, d'autres événements sportifs majeurs ont également lieu : plusieurs grandes courses cyclistes⁶⁰, les quarts de finale et demie finale de la Champions League, et les 8 dernières journées de match de la Bundesliga. La combinaison de divers grands événements sportifs pendant la période des play-offs de la Jupiler Pro League ne permet pas d'analyser de façon univoque les chiffres des paris sportifs au cours de cette période. Les chiffres fournis constituent tout au plus une **indication** de l'éventuel impact des play-offs sur le marché des paris sportifs.⁶¹

⁶⁰ 23/3 : Milan-San Remo ; 29/3 : E3 Binck Bank Classic ; 31/3 : Gand-Wevelgem ; 7/4 : Tour des Flandres ; 10/4 : Prix de l'Escaut ; 14/4 : Paris-Roubaix ; 17/4 : Flèche brabançonne ; 21/4 : Amstel Gold Race ; 28/4 : Liège-Bastogne-Liège

⁶¹ Ceci, contrairement aux chiffres du rapport sur la Coupe du Monde, puisque pendant la période de la Coupe du Monde, il n'y a pour ainsi dire pas d'autres compétitions sportives (à l'exception du Tour de France et de Wimbledon) en été. L'analyse des chiffres est par conséquent beaucoup plus univoque. L'impact de la Coupe du Monde de Football sur le marché des paris sportifs est bien évidemment plus grand que celui des play-offs de football.

1) Journées de match, dates des matchs et nombre de matchs des play-offs

Le tableau ci-dessous donne un aperçu des dix journées de match des play-offs de la Jupiler Pro League. Une journée compte différentes dates auxquelles les matchs ont lieu. Il y est chaque fois indiqué combien de matchs de Play-off 1 et de Play-off 2 ont eu lieu à ces dates. Les dates auxquelles deux ou trois matchs de Play-off 1 se sont disputés sont utilisées dans les tableaux suivants pour l'analyse des données.

Journée 1	Vendredi 29 mars	1 match PO1 ⁶²
	Samedi 30 mars	1 match PO1 ; 4 matchs PO2
	Dimanche 31 mars	1 match PO1 ; 2 matchs PO2
Journée 2	Mardi 2 avril	1 match PO1 ; 3 matchs PO2
	Mercredi 3 avril	1 match PO1 ; 3 matchs PO2
	Jeudi 4 avril	1 match PO1
Journée 3	Vendredi 5 avril	1 match PO2
	Samedi 6 avril	1 match PO1 ; 4 matchs PO2
	Dimanche 7 avril	1 match PO1 ; 1 match PO2
	Lundi 8 avril	1 match PO1
Journée 4	Vendredi 12 avril	1 match PO1
	Samedi 13 avril	1 match PO1 ; 5 matchs PO2
	Dimanche 14 avril	1 match PO1 ; 1 match PO2
Journée 5	Vendredi 19 avril	1 match PO1
	Samedi 20 avril	4 matchs PO2
	Dimanche 21 avril	1 match PO1 ; 1 match PO2
	Lundi 22 avril	1 match PO1 ; 1 match PO2
Journée 6	Vendredi 26 avril	1 match PO1
	Samedi 27 avril	1 match PO1 ; 5 matchs PO2
	Dimanche 28 avril	1 match PO1 ; 1 match PO2
Journée 7	Vendredi 3 mai	1 match PO1
	Samedi 4 mai	5 matchs PO2
	Dimanche 5 mai	2 matchs PO1 ; 1 match PO2
Journée 8	Vendredi 10 mai	1 match PO1
	Samedi 11 mai	5 matchs PO2
	Dimanche 12 mai	2 matchs PO1 ; 1 match PO2
Journée 9	Mardi 14 mai	3 matchs PO2
	Mercredi 15 mai	3 matchs PO2
	Jeudi 16 mai	3 matchs PO1
Journée 10	Vendredi 17 mai	3 matchs PO2
	Samedi 18 mai	3 matchs PO2
	Dimanche 19 mai	3 matchs PO1

2) Nouveaux enregistrements sur un site de paris pendant les play-offs de la Jupiler Pro League

Un total de **138.697 nouveaux enregistrements** sur les sites de paris a été comptabilisé au cours de la période des play-offs de la Jupiler Pro League.

Un nouvel enregistrement signifie qu'un joueur ouvre pour la première fois un compte sur un site de paris agréé. Dans ce contexte, il est possible qu'un joueur se soit déjà inscrit sur un autre site Web

⁶² PO1 : Play-off 1 – PO2 : Play-off 2A et 2B

avant les play-offs ou qu'il se soit inscrit sur différents sites de paris pendant les play-offs (le cas échéant, cela compte comme plusieurs nouveaux enregistrements).

Vous trouverez ci-dessous un aperçu des nouveaux enregistrements par jour, à partir de 11 jours avant les play-offs jusqu'à 3 jours après les play-offs. Les 11 jours qui précèdent le début des play-offs constituent la période entre la fin de la compétition ordinaire et le démarrage des play-offs. Les marquages en rouge, en orange et en vert dans le tableau indiquent à quelles dates se sont disputés respectivement 3, 2 ou 1 match(s) de PO1.

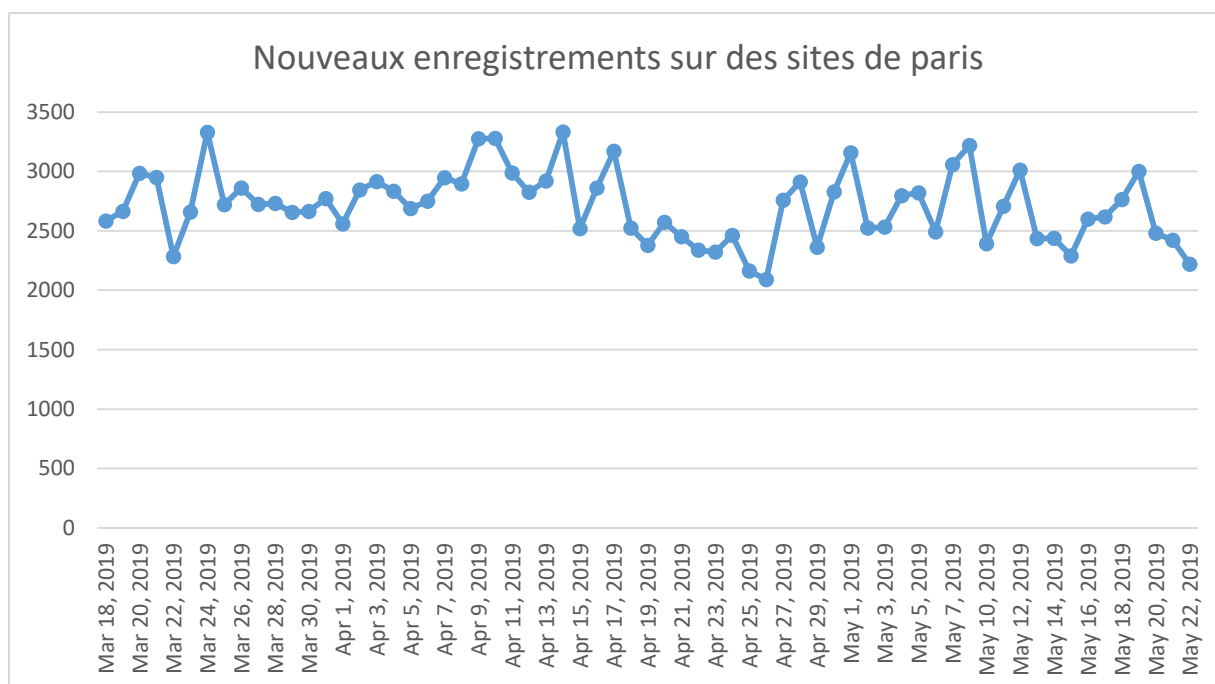
DATE	Jour de la semaine	Nouveaux enregistrements
18/03/19	lundi	2.582
19/03/19	mardi	2.663
20/03/19 ⁶³	mercredi	2.983
21/03/19	jeudi	2.949
22/03/19	vendredi	2.283
23/03/19	samedi	2.659
24/03/19	dimanche	3.328
25/03/19	lundi	2.721
26/03/19	mardi	2.859
27/03/19	mercredi	2.722
28/03/19	jeudi	2.732
29/03/19	vendredi	2.656
30/03/19	samedi	2.664
31/03/19	dimanche	2.771
1/04/19	lundi	2.559
2/04/19	mardi	2.845
3/04/19	mercredi	2.913
4/04/19	jeudi	2.833
5/04/19	vendredi	2.689
6/04/19	samedi	2.749
7/04/19	dimanche	2.947
8/04/19	lundi	2.895
9/04/19	mardi	3.275
10/04/19	mercredi	3.279
11/04/19	jeudi	2.988
12/04/19	vendredi	2.824
13/04/19	samedi	2.920
14/04/19	dimanche	3.333
15/04/19	lundi	2.517
16/04/19	mardi	2.859

⁶³ Le total pour ce jour-là est de 4 719. Un nombre élevé provient de la Loterie Nationale qui a comptabilisé 1 864 nouveaux enregistrements ce jour-là, alors que sa moyenne est de 128. On a corrigé cette valeur aberrante en prenant la moyenne pour cette journée au lieu du véritable nombre de nouveaux enregistrements comptabilisés chez cet opérateur.

17/04/19	mercredi	3.170
18/04/19	jeudi	2.523
19/04/19	vendredi	2.378
20/04/19	samedi	2.571
21/04/19	dimanche	2.451
22/04/19	lundi	2.339
23/04/19	mardi	2.321
24/04/19	mercredi	2.462
25/04/19	jeudi	2.163
26/04/19	vendredi	2.090
27/04/19	samedi	2.759
28/04/19	dimanche	2.912
29/04/19	lundi	2.362
30/04/19	mardi	2.829
1/05/19	mercredi	3.156
2/05/19	jeudi	2.523
3/05/19	vendredi	2.532
4/05/19	samedi	2.797
5/05/19	dimanche	2.820
6/05/19	lundi	2.492
7/05/19	mardi	3.058
8/05/19 ⁶⁴	mercredi	3.219
10/05/19	vendredi	2.393
11/05/19	samedi	2.708
12/05/19	dimanche	3.011
13/05/19	lundi	2.434
14/05/19	mardi	2.438
15/05/19	mercredi	2.289
16/05/19	jeudi	2.598
17/05/19	vendredi	2.619
18/05/19	samedi	2.763
19/05/19	dimanche	3.001
20/05/19	lundi	2.481
21/05/19	mardi	2.422
22/05/19	mercredi	2.219

Pendant la période des play-offs, le tableau montre plusieurs pics du nombre de nouveaux enregistrements. En ce qui concerne les 4 **journées auxquelles 2 ou 3 matchs de PO1** ont eu lieu, le **nombre de nouveaux enregistrements a atteint un pic** le 5, le 12 et le 19 mai. Respectivement 2, 2 et 3 matchs de PO1 se sont disputés à ces dates. On ne peut pas établir de lien univoque entre le nombre de nouveaux enregistrements et les autres dates des matchs des play-offs.

⁶⁴ Le 9 mai n'est pas inclus dans les dates en raison d'enregistrements erronés auprès d'un opérateur, ce qui fait que les données pour ce jour-là ne sont pas fiables.



3) Nombre d'inscriptions de joueurs pendant les Play-offs de football

Ce tableau affiche les chiffres liés au nombre d'inscriptions par jour sur des sites de paris agréés qui ont pu être constatées à partir de 11 jours avant les play-offs jusqu'à 3 jours après les play-offs. Les 11 jours qui précèdent le début des play-off constituent la période entre la fin de la compétition ordinaire et le démarrage des play-offs de la Jupiler Pro League. Les marquages en rouge, en orange et en vert font référence aux journées de match des play-offs (29/03-19/05). Aux dates marquées en rouge, trois matchs de PO1 se sont disputés, aux dates marquées en orange, il y en a eu deux, et aux dates marquées en vert s'est déroulé 1 match de PO1.

Le nombre d'inscriptions signifie automatiquement qu'il y a eu autant de contrôles dans le système EPIS afin de vérifier si ces personnes peuvent être admises. **Ce nombre inclut aussi bien les joueurs qui disposaient déjà d'un compte de jeu avant les play-offs que ceux qui ont parié pour la première fois pendant les play-offs.**

Durant les play-offs de la Jupiler Pro League (29/03-19/05), **355.068 joueurs uniques⁶⁵** ont été admis à jouer après un contrôle dans EPIS.

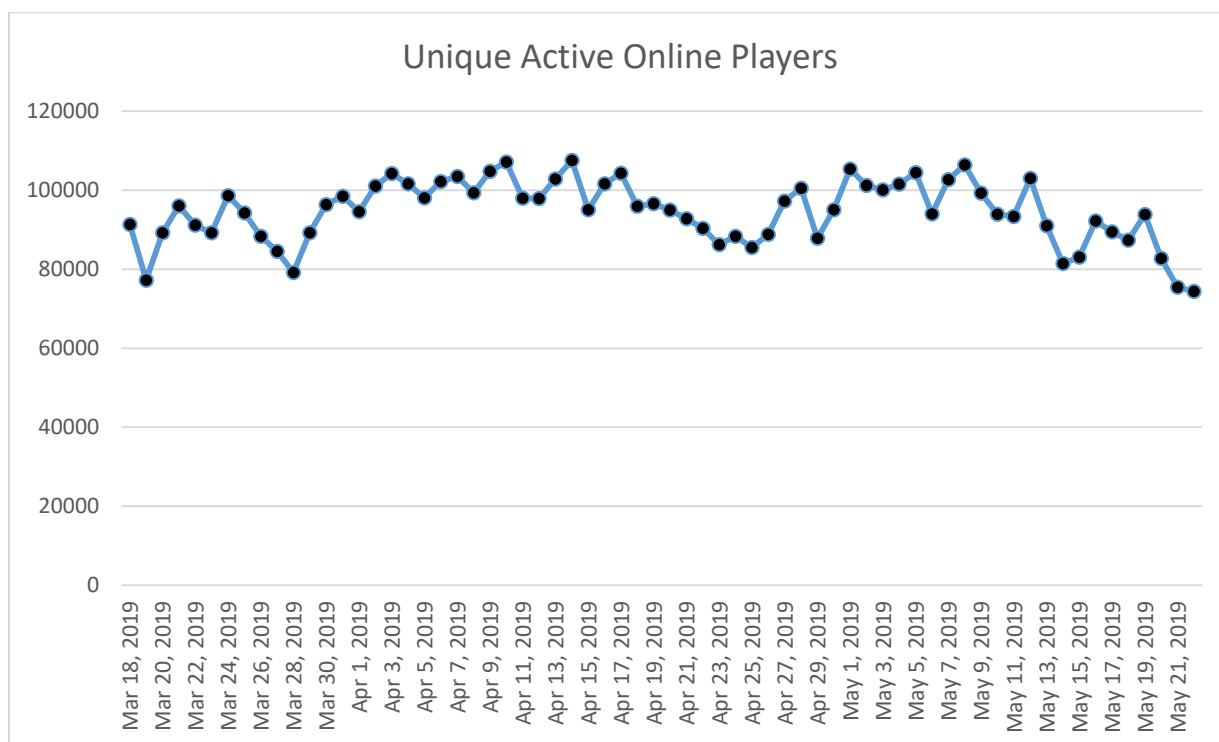
DATE	Jour de la semaine	Joueurs actifs
18/03/19	lundi	91.313
19/03/19	mardi	77.237
20/03/19	mercredi	89.224
21/03/19	jeudi	96.073
22/03/19	vendredi	91.165
23/03/19	samedi	89.209
24/03/19	dimanche	98.612

⁶⁵ Un joueur peut demander un token de joueur pour différents comptes de jeu en ligne. Le terme « joueur unique » fait référence au fait que les données ont été agrégées au niveau de l'identité du joueur et non sur la base du token de joueur. Les joueurs uniques sont donc assimilés aux individus uniques susceptibles d'avoir joué à partir de divers comptes de jeu.

25/03/19	lundi	94.230
26/03/19	mardi	88.371
27/03/19	mercredi	84.496
28/03/19	jeudi	79.144
29/03/19	vendredi	89.238
30/03/19	samedi	96.374
31/03/19	dimanche	98.437
1/04/19	lundi	94.601
2/04/19	mardi	101.078
3/04/19	mercredi	104.182
4/04/19	jeudi	101.624
5/04/19	vendredi	98.085
6/04/19	samedi	102.190
7/04/19	dimanche	103.522
8/04/19	lundi	99.331
9/04/19	mardi	104.789
10/04/19	mercredi	107.125
11/04/19	jeudi	97.944
12/04/19	vendredi	97.859
13/04/19	samedi	102.801
14/04/19	dimanche	107.569
15/04/19	lundi	95.081
16/04/19	mardi	101.602
17/04/19	mercredi	104.339
18/04/19	jeudi	95.952
19/04/19	vendredi	96.596
20/04/19	samedi	94.985
21/04/19	dimanche	92.789
22/04/19	lundi	90.327
23/04/19	mardi	86.210
24/04/19	mercredi	88.298
25/04/19	jeudi	85.500
26/04/19	vendredi	88.815
27/04/19	samedi	97.267
28/04/19	dimanche	100.455
29/04/19	lundi	87.887
30/04/19	mardi	95.049
1/05/19	mercredi	105.329
2/05/19	jeudi	101.206
3/05/19	vendredi	100.091
4/05/19	samedi	101.518
5/05/19	dimanche	104.493
6/05/19	lundi	94.004

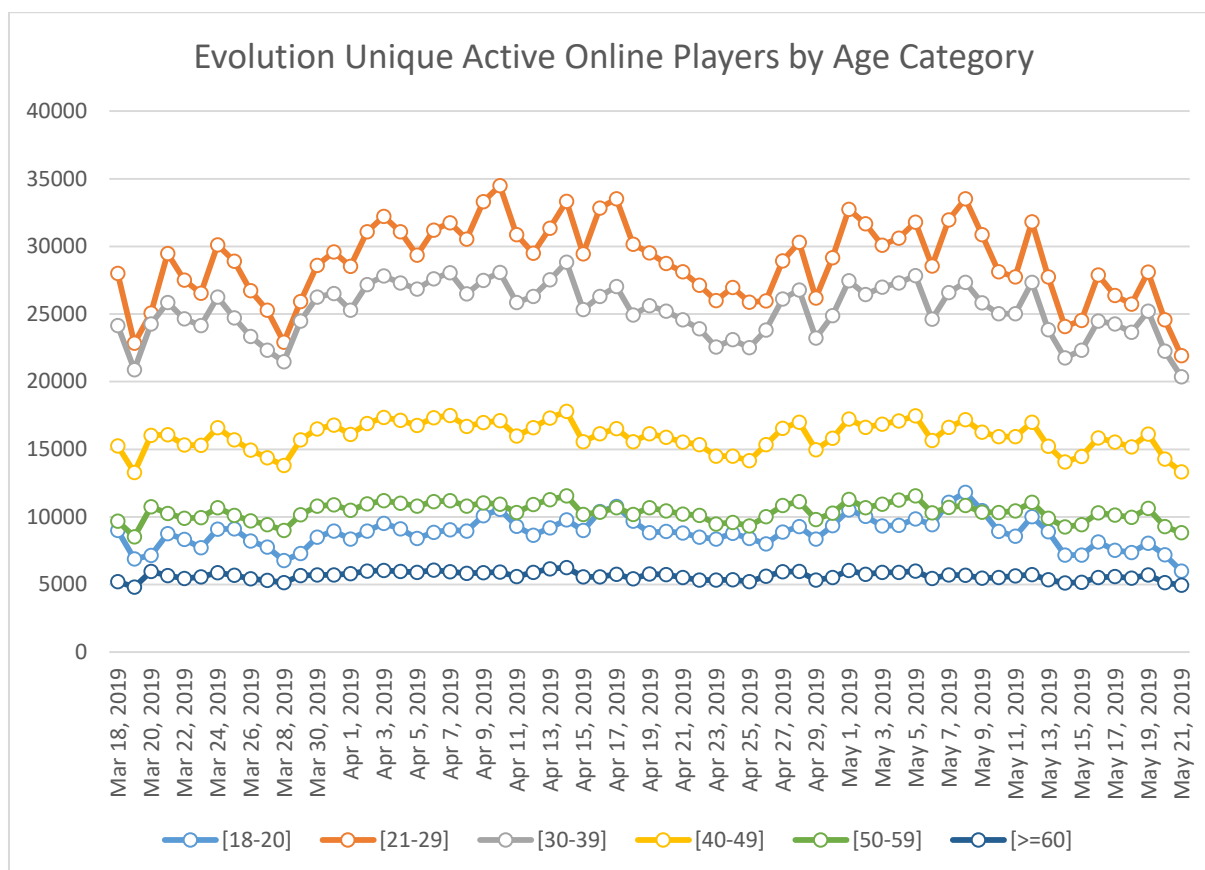
7/05/19	mardi	102.653
8/05/19	mercredi	106.412
9/05/19	jeudi	99.248
10/05/19	vendredi	93.913
11/05/19	samedi	93.389
12/05/19	dimanche	102.995
13/05/19	lundi	90.990
14/05/19	mardi	81.479
15/05/19	mercredi	83.087
16/05/19	jeudi	92.222
17/05/19	vendredi	89.494
18/05/19	samedi	87.389
19/05/19	dimanche	93.836
20/05/19	lundi	82.734
21/05/19	mardi	75.414
22/05/19	mercredi	91.313

Le graphique montre **des pics dans le nombre d'inscriptions sur des sites Web de paris agréés à toutes les dates auxquelles deux ou trois matchs des play-offs ont eu lieu** (5 mai, 12 mai, 16 mai et 19 mai).



Pour les mêmes données, une distinction est faite ci-après quant à l'âge, le sexe et la région du joueur.

A. ÂGE



On constate ici que les paris sportifs sont particulièrement populaires dans la catégorie d'âge des 21-29 ans.

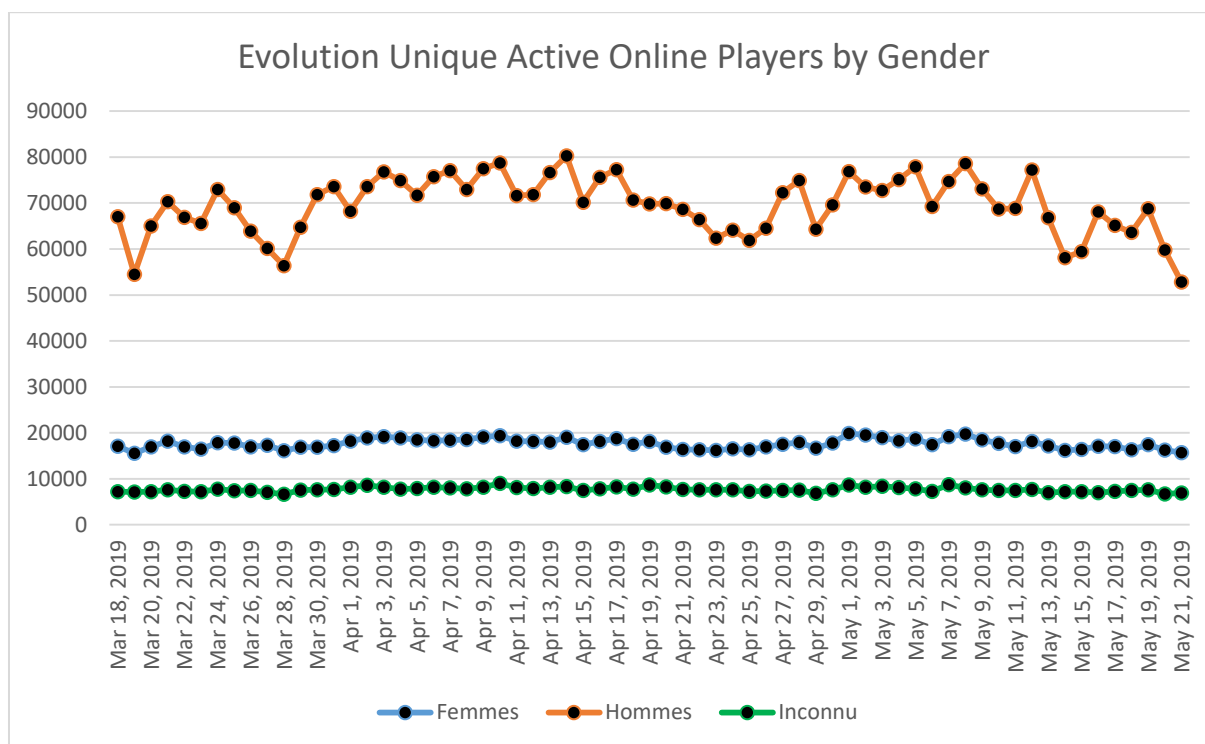
Date	[18-20]	[21-29]	[30-39]	[40-49]	[50-59]	[≥60]	Totaux
Mar 18, 2019	9.011	27.995	24.158	15.253	9.680	5.216	91.313
Mar 19, 2019	6.890	22.850	20.875	13.279	8.522	4.821	77.237
Mar 20, 2019	7.146	25.063	24.257	16.028	10.750	5.980	89.224
Mar 21, 2019	8.756	29.464	25.844	16.078	10.255	5.676	96.073
Mar 22, 2019	8.344	27.514	24.646	15.311	9.906	5.444	91.165
Mar 23, 2019	7.718	26.530	24.152	15.291	9.954	5.564	89.209
Mar 24, 2019	9.093	30.115	26.258	16.589	10.685	5.872	98.612
Mar 25, 2019	9.110	28.913	24.723	15.693	10.108	5.683	94.230
Mar 26, 2019	8.219	26726	23.339	14.944	9.722	5.421	88.371
Mar 27, 2019	7.773	25.289	22.328	14.364	9.437	5.305	84.496
Mar 28, 2019	6.776	22.927	21.483	13.810	8.996	5.152	79.144
Mar 29, 2019	7.299	25.929	24.476	15.707	10.161	5.666	89.238
Mar 30, 2019	8.516	28.588	26.250	16.503	10.796	5.721	96.374

Mar 31, 2019	8.950	29.585	26.517	16.784	10.894	5.707	98.437
Apr 1, 2019	8.368	28.536	25.287	16.109	10.499	5.802	94.601
Apr 2, 2019	8.946	31.089	27.188	16.902	10.958	5.995	101.078
Apr 3, 2019	9.522	32.211	27.828	17.355	11.211	6.055	104.182
Apr 4, 2019	9.124	31.085	27.293	17.136	11.009	5.977	101.624
Apr 5, 2019	8.411	29.348	26.855	16.761	10.808	5.902	98.085
Apr 6, 2019	8.854	31.199	27.608	17.339	11.133	6.057	102.190
Apr 7, 2019	9.052	31.747	28.065	17.506	11.211	5.941	103.522
Apr 8, 2019	8.958	30.550	26.498	16.687	10.810	5.828	99.331
Apr 9, 2019	10.085	33.315	27.496	16.971	11.039	5.883	104.789
Apr 10, 2019	10.561	34.500	28.066	17.115	10.946	5.937	107.125
Apr 11, 2019	9.311	30.865	25.849	15.976	10.339	5.604	97.944
Apr 12, 2019	8.657	29.496	26.295	16.603	10.912	5.896	97.859
Apr 13, 2019	9.189	31.344	27.532	17.301	11.281	6.154	102.801
Apr 14, 2019	9.795	33.327	28.834	17.801	11.550	6.262	107.569
Apr 15, 2019	8.993	29.457	25.324	15.555	10.187	5.565	95.081
Apr 16, 2019	10.402	32.842	26.295	16.140	10.362	5.561	101.602
Apr 17, 2019	10.785	33.526	27.041	16.535	10.686	5.766	104.339
Apr 18, 2019	9.690	30.156	24.940	15.548	10.184	5.434	95.952
Apr 19, 2019	8.844	29.514	25.626	16.138	10.679	5.795	96.596
Apr 20, 2019	8.940	28.742	25.219	15.900	10.450	5.734	94.985
Apr 21, 2019	8.819	28.126	24.576	15.541	10.198	5.529	92.789
Apr 22, 2019	8.495	27.134	23.911	15.341	10.114	5.332	90.327
Apr 23, 2019	8.358	25.990	22.563	14.487	9.468	5.344	86.210
Apr 24, 2019	8.784	26.963	23.102	14.497	9.594	5.358	88.298
Apr 25, 2019	8.409	25.873	22.505	14.151	9.342	5.220	85.500
Apr 26, 2019	8.010	25.978	23.824	15.356	10.023	5.624	88.815
Apr 27, 2019	8.880	28.918	26.111	16.558	10.845	5.955	97.267
Apr 28, 2019	9.279	30.299	26.786	16.990	11.135	5.966	100.455
Apr 29, 2019	8.368	26.187	23.224	14.960	9.805	5.343	87.887
Apr 30, 2019	9.369	29.165	24.889	15.813	10.284	5.529	95.049
May 1, 2019	10.516	32.748	27.471	17.235	11.307	6.052	105.329
May 2, 2019	10.045	31.670	26.440	16.622	10.673	5.756	101.206

May 3, 2019	9.322	30.087	26.995	16.851	10.942	5.894	100.091
May 4, 2019	9.380	30.599	27.306	17.088	11.245	5.900	101.518
May 5, 2019	9.845	31.789	27.844	17.471	11.557	5.987	104.493
May 6, 2019	9.436	28.555	24.614	15.643	10.295	5.461	94.004
May 7, 2019	11.076	31.956	26.577	16.614	10.713	5.717	102.653
May 8, 2019	11.825	33.530	27.337	17.192	10.841	5.687	106.412
May 9, 2019	10.459	30.859	25.835	16.269	10.355	5.471	99.248
May 10, 2019	8.935	28.134	25.036	15.942	10.335	5.531	93.913
May 11, 2019	8.584	27.747	25.033	15.933	10.454	5.638	93.389
May 12, 2019	10.025	31.807	27.339	17.009	11.086	5.729	102.995
May 13, 2019	8.919	27.739	23.838	15.232	9.894	5.368	90.990
May 14, 2019	7.180	24.089	21.753	14.073	9.253	5.131	81.479
May 15, 2019	7.178	24.527	22.316	14.462	9.434	5.170	83.087
May 16, 2019	8.159	27.900	24.478	15.853	10.305	5.527	92.222
May 17, 2019	7.541	26.378	24.277	15.545	10.149	5.604	89.494
May 18, 2019	7.372	25.739	23.658	15.172	9.970	5.478	87.389
May 19, 2019	8.052	28.104	25.215	16.132	10.632	5.701	93.836
May 20, 2019	7.197	24.573	22.264	14.281	9.282	5.137	82.734
May 21, 2019	5.991	21.927	20.373	13.325	8.836	4.962	75.414
Totaux	579.791	1.896.853	1.662.236	1.049.783	683.214	371.398	6.243.275

Le tableau **montre une hausse d'activité sur les comptes de paris** dans toutes catégories d'âge, les quatre dates de jeu auxquelles 2 ou 3 matchs de Play-off 1 ont eu lieu (5/05, 12/05, 16/05 et 19/05). La date du 16 mai dans la catégorie d'âge des « plus de 60 ans » constitue ici la seule exception.

B. SEXE



Lorsque l'on regarde le ratio hommes/femmes, il est clair que les paris sportifs sont une activité encore principalement réservée à la gent masculine.

Tant chez les femmes que chez les hommes, une hausse d'activité est constatée sur les comptes de paris à toutes les dates auxquelles sont disputés 2 ou 3 matchs des play-offs (5/05, 12/05, 16/5 et 19/5).

Date	Femmes	Hommes	Inconnu	Total
Mar 18, 2019	17.080	67.010	7.223	91.313
Mar 19, 2019	15.591	54.517	7.129	77.237
Mar 20, 2019	16.952	65.043	7.229	89.224
Mar 21, 2019	18.177	70.306	7.590	96.073
Mar 22, 2019	16.967	66.901	7.297	91.165
Mar 23, 2019	16.442	65.575	7.192	89.209
Mar 24, 2019	17.891	72.950	7.771	98.612
Mar 25, 2019	17.819	69.000	7.411	94.230
Mar 26, 2019	16.990	63.870	7.511	88.371
Mar 27, 2019	17.289	60.164	7.043	84.496
Mar 28, 2019	16.138	56.358	6.648	79.144
Mar 29, 2019	16.905	64.762	7.571	89.238
Mar 30, 2019	16.914	71.851	7.609	96.374

Mar 31, 2019	17.207	73.564	7.666	98.437
Apr 1, 2019	18.233	68.219	8.149	94.601
Apr 2, 2019	18.919	73.581	8.578	101.078
Apr 3, 2019	19.211	76.774	8.197	104.182
Apr 4, 2019	18.907	74.920	7.797	101.624
Apr 5, 2019	18.483	71.688	7.914	98.085
Apr 6, 2019	18.303	75.722	8.165	102.190
Apr 7, 2019	18.403	77.045	8.074	103.522
Apr 8, 2019	18.551	72.966	7.814	99.331
Apr 9, 2019	19.102	77.504	8.183	104.789
Apr 10, 2019	19.369	78.763	8.993	107.125
Apr 11, 2019	18.209	71.645	8.090	97.944
Apr 12, 2019	18.117	71.873	7.869	97.859
Apr 13, 2019	17.992	76.622	8.187	102.801
Apr 14, 2019	19.025	80.259	8.285	107.569
Apr 15, 2019	17.461	70.151	7.469	95.081
Apr 16, 2019	18.152	75.632	7.818	101.602
Apr 17, 2019	18.788	77.305	8.246	104.339
Apr 18, 2019	17.546	70.664	7.742	95.952
Apr 19, 2019	18.112	69.850	8.634	96.596
Apr 20, 2019	16.867	69.891	8.227	94.985
Apr 21, 2019	16.419	68.659	7.711	92.789
Apr 22, 2019	16.304	66.402	7.621	90.327
Apr 23, 2019	16.203	62.368	7.639	86.210
Apr 24, 2019	16.537	64.124	7.637	88.298
Apr 25, 2019	16.323	61.889	7.288	85.500
Apr 26, 2019	16.929	64.542	7.344	88.815
Apr 27, 2019	17.481	72.288	7.498	97.267
Apr 28, 2019	17.963	74.905	7.587	100.455
Apr 29, 2019	16.670	64.338	6.879	87.887
Apr 30, 2019	17.818	69.587	7.644	95.049
May 1, 2019	19.847	76.846	8.636	105.329
May 2, 2019	19.503	73.491	8.212	101.206

May 3, 2019	18.957	72.737	8.397	100.091
May 4, 2019	18.285	75.146	8.087	101.518
May 5, 2019	18.723	77.931	7.839	104.493
May 6, 2019	17.471	69.261	7.272	94.004
May 7, 2019	19.192	74.722	8.739	102.653
May 8, 2019	19.768	78.585	8.059	106.412
May 9, 2019	18.507	73.098	7.643	99.248
May 10, 2019	17.697	68.718	7.498	93.913
May 11, 2019	17.038	68.844	7.507	93.389
May 12, 2019	18.107	77.215	7.673	102.995
May 13, 2019	17.141	66.853	6.996	90.990
May 14, 2019	16.163	58.140	7.176	81.479
May 15, 2019	16.402	59.473	7.212	83.087
May 16, 2019	17.130	68.095	6.997	92.222
May 17, 2019	17.038	65.153	7.303	89.494
May 18, 2019	16.325	63.600	7.464	87.389
May 19, 2019	17.416	68.782	7.638	93.836
May 20, 2019	16.273	59.776	6.685	82.734
May 21, 2019	15.712	52.794	6.908	75.414

C. RÉGION¹

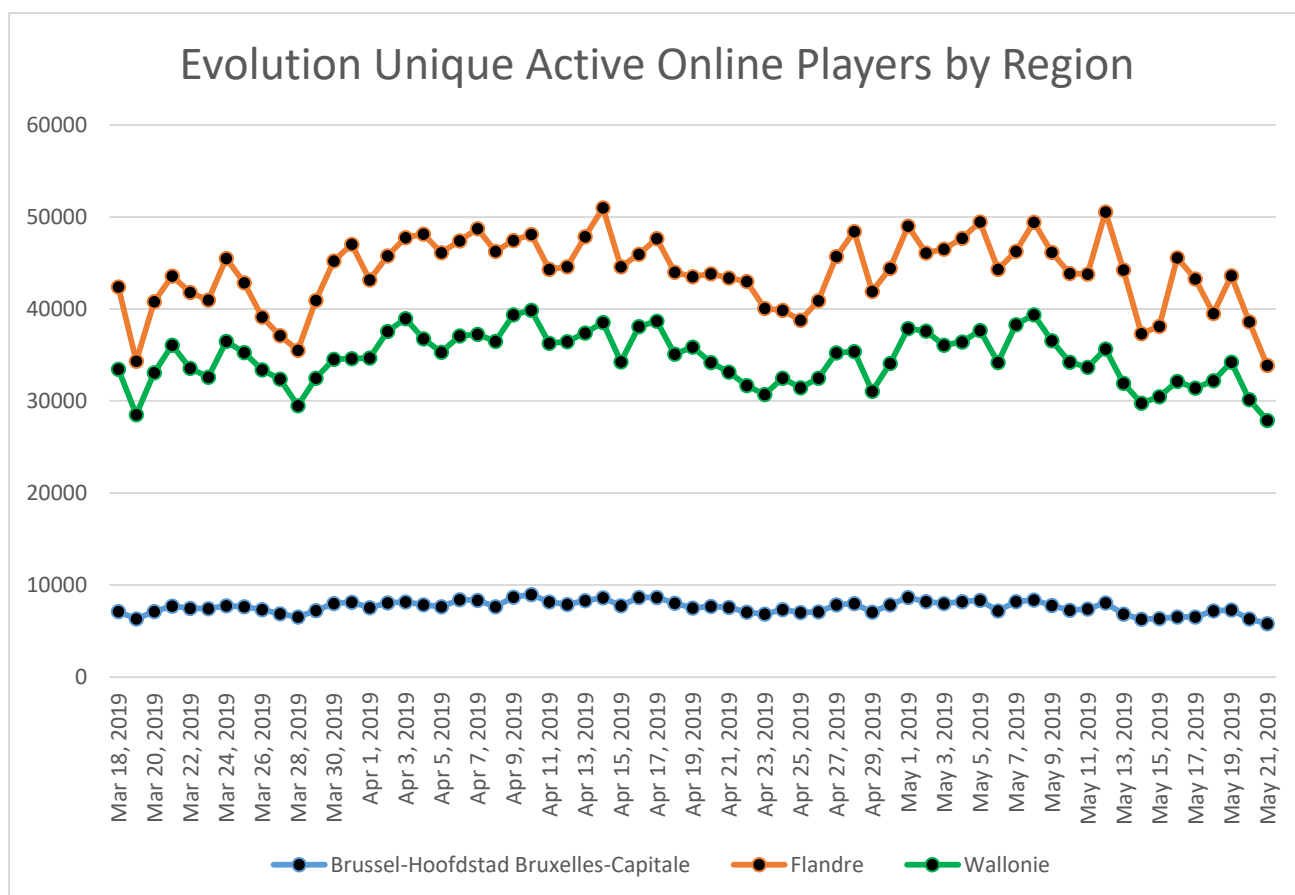
¹Attention : ces totaux sont plus bas dans la répartition en fonction de l'âge et du sexe, parce que dans cette répartition en fonction de la région, les joueurs enregistrés à l'aide d'un passeport ne peuvent pas être pris en compte.

Date	Bruxelles-Capitale	Flandre	Wallonie	Total
Mar 18, 2019	7.130	42.417	33.471	83.018
Mar 19, 2019	6.315	34.337	28.522	69.174
Mar 20, 2019	7.119	40.813	33.074	81.006
Mar 21, 2019	7.728	43.569	36.078	87.375
Mar 22, 2019	7.483	41.816	33.578	82.877
Mar 23, 2019	7.425	40.980	32.579	80.984
Mar 24, 2019	7.752	45.512	36.502	89.766
Mar 25, 2019	7.633	42.845	35.280	85.758
Mar 26, 2019	7.333	39.131	33.385	79.849

Mar 27, 2019	6.882	37.130	32.381	76.393
Mar 28, 2019	6.527	35.512	29.507	71.546
Mar 29, 2019	7.213	40.948	32.499	80.660
Mar 30, 2019	7.995	45.215	34.526	87.736
Mar 31, 2019	8.131	47.030	34.592	89.753
Apr 1, 2019	7.544	43.180	34.665	85.389
Apr 2, 2019	8.068	45.766	37.553	91.387
Apr 3, 2019	8.175	47.746	38.953	94.874
Apr 4, 2019	7.853	48.129	36.780	92.762
Apr 5, 2019	7.652	46.122	35.301	89.075
Apr 6, 2019	8.416	47.415	37.071	92.902
Apr 7, 2019	8.348	48.724	37.261	94.333
Apr 8, 2019	7.657	46.269	36.482	90.408
Apr 9, 2019	8.698	47.431	39.360	95.489
Apr 10, 2019	8.974	48.123	39.877	96.974
Apr 11, 2019	8.181	44.327	36.281	88.789
Apr 12, 2019	7.886	44.580	36.459	88.925
Apr 13, 2019	8.304	47.850	37.387	93.541
Apr 14, 2019	8.603	51.013	38.550	98.166
Apr 15, 2019	7.753	44.585	34.252	86.590
Apr 16, 2019	8.644	45.962	38.097	92.703
Apr 17, 2019	8.636	47.640	38.672	94.948
Apr 18, 2019	8.031	44.001	35.999	87.131
Apr 19, 2019	7.502	43.529	35.875	86.906
Apr 20, 2019	7.693	43.840	34.199	85.732
Apr 21, 2019	7.563	43.367	33.151	84.081
Apr 22, 2019	7.047	42.993	31.680	81.720
Apr 23, 2019	6.836	40.070	30.704	77.610
Apr 24, 2019	7.338	39.863	32.483	79.684
Apr 25, 2019	7.019	38.780	31.453	77.252
Apr 26, 2019	7.097	40.889	32.485	80.471
Apr 27, 2019	7.839	45.701	35.221	88.761
Apr 28, 2019	7.988	48.432	35.374	91.794

Apr 29, 2019	7.047	41.931	31.056	80.034
Apr 30, 2019	7.858	44.404	34.079	86.341
May 1, 2019	8.661	49.020	37.861	95.542
May 2, 2019	8.183	46.096	37.595	91.874
May 3, 2019	7.985	46.523	36.056	90.564
May 4, 2019	8.207	47.676	36.428	92.311
May 5, 2019	8.333	49.482	37.672	95.487
May 6, 2019	7.204	44.326	34.180	85.710
May 7, 2019	8.206	46.280	38.302	92.788
May 8, 2019	8.386	49.431	39.370	97.187
May 9, 2019	7.769	46.166	36.549	90.484
May 10, 2019	7.247	43.868	34.235	85.350
May 11, 2019	7.399	43.804	33.655	84.858
May 12, 2019	8.054	50.554	35.645	94.253
May 13, 2019	6.832	44.254	31.930	83.016
May 14, 2019	6.295	37.306	29.778	73.379
May 15, 2019	6.339	38.124	30.458	74.921
May 16, 2019	6.517	45.566	32.121	84.204
May 17, 2019	6.517	43.273	31.401	81.191
May 18, 2019	7.192	39.527	32.200	78.919
May 19, 2019	7.280	43.632	34.232	85.144
May 20, 2019	6.319	38.623	30.169	75.111
May 21, 2019	5.800	33.867	27.891	67.558

Une tendance similaire peut être observée dans **les trois Régions**. Les **jours où se sont disputés deux ou trois matchs de Play-off 1, un pic d'activité** a été généré sur les comptes de paris (5/05, 12/05, 16/05 et 19/05).



4) Total des mises et des gains pour les paris hors ligne

Ici s'affiche le total des montants misés et des gains payés à l'occasion des paris **hors ligne**. Les montants sont calculés grâce aux fichiers électroniques que les titulaires de licences sont obligés d'adresser sur la base des protocoles informatiques. Tous les montants sont indiqués en euros (€).

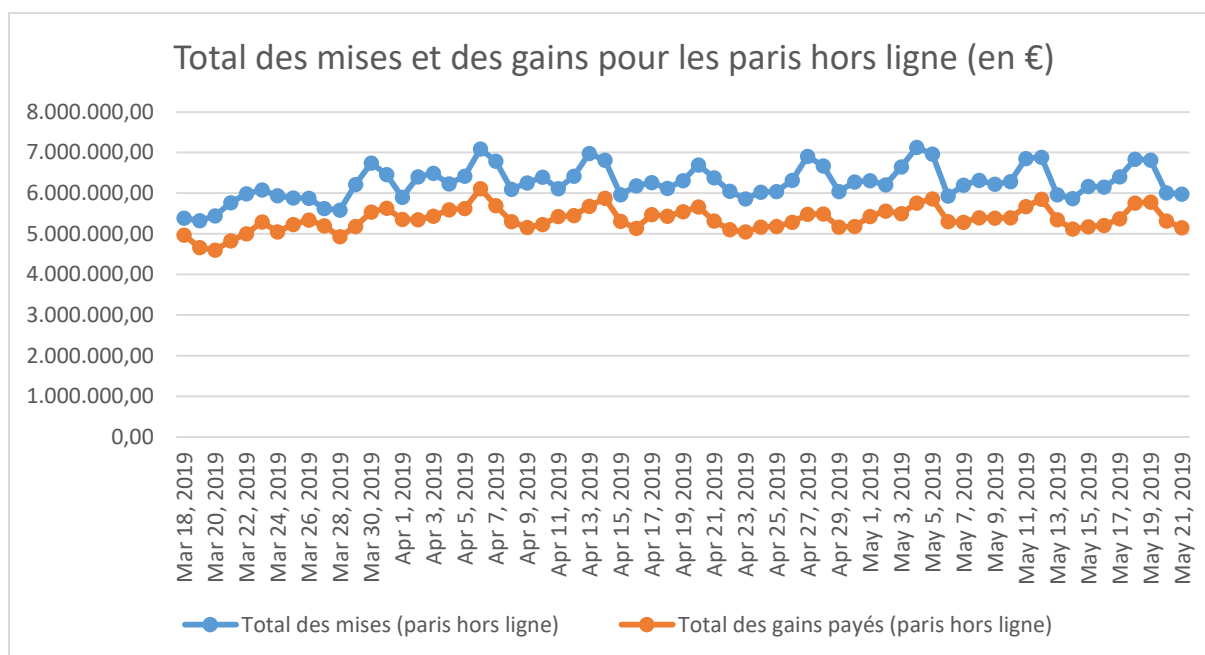
Date	Jour de la semaine	Total des mises (en €)	Total des gains payés (en €)	Nombre de tickets
Mar 18, 2019	lundi	5.388.874,72	4.966.023,52	464 951
Mar 19, 2019	mardi	5.327.709,72	4.660.260,20	456 577
Mar 20, 2019	mercredi	5.439.502,85	4.599.899,27	467 164
Mar 21, 2019	jeudi	5.765.472,00	4.825.320,79	486 960
Mar 22, 2019	vendredi	5.986.779,61	4.998.147,88	501 155
Mar 23, 2019	samedi	6.083.353,91	5.293.900,90	514 322
Mar 24, 2019	dimanche	5.936.491,38	5.049.511,27	501 250
Mar 25, 2019	lundi	5.887.126,09	5.228.871,65	488 029
Mar 26, 2019	mardi	5.878.696,08	5.339.409,43	495 630
Mar 27, 2019	mercredi	5.626.501,63	5.200.432,82	474 094
Mar 28, 2019	jeudi	5.582.137,59	4.931.236,08	476 745

Mar 29, 2019	vendredi	6.218.275,14	5.180.803,76	523 146
Mar 30, 2019	samedi	6.744.306,75	5.537.919,12	559 990
Mar 31, 2019	dimanche	6.459.226,48	5.631.871,90	537 108
Apr 1, 2019	lundi	5.901.486,18	5.359.257,76	497 137
Apr 2, 2019	mardi	6.405.055,44	5.351.413,36	527 150
Apr 3, 2019	mercredi	6.489.352,68	5.434.145,24	538 757
Apr 4, 2019	jeudi	6.227.974,93	5.591.337,58	516 166
Apr 5, 2019	vendredi	6.416.702,01	5.627.629,73	538 003
Apr 6, 2019	samedi	7.093.465,00	6.113.330,78	587 600
Apr 7, 2019	dimanche	6.787.359,63	5.692.615,77	557 290
Apr 8, 2019	lundi	6.097.219,68	5.301.777,51	509 296
Apr 9, 2019	mardi	6.253.921,45	5.157.572,19	524 163
Apr 10, 2019	mercredi	6.398.523,41	5.231.630,32	528 998
Apr 11, 2019	jeudi	6.113.498,62	5.430.527,85	520 258
Apr 12, 2019	vendredi	6.420.673,18	5.451.302,69	539 946
Apr 13, 2019	samedi	6.977.294,36	5.677.244,52	580 132
Apr 14, 2019	dimanche	6.813.212,66	5.879.864,22	559 884
Apr 15, 2019	lundi	5.959.334,74	5.309.709,08	503 405
Apr 16, 2019	mardi	6.185.816,91	5.135.044,98	516 756
Apr 17, 2019	mercredi	6.264.972,59	5.472.469,93	523 058
Apr 18, 2019	jeudi	6.124.170,10	5.437.945,59	523 294
Apr 19, 2019	vendredi	6.305.739,64	5.543.556,09	535 611
Apr 20, 2019	samedi	6.696.101,92	5.661.598,96	561 517
Apr 21, 2019	dimanche	6.378.003,71	5.317.908,71	530 907
Apr 22, 2019	lundi	6.050.997,10	5.107.050,32	510 609
Apr 23, 2019	mardi	5.858.762,29	5.050.143,71	502 123
Apr 24, 2019	mercredi	6.027.021,13	5.165.091,88	512 742
Apr 25, 2019	jeudi	6.043.462,05	5.182.311,11	509 759
Apr 26, 2019	vendredi	6.319.631,38	5.286.707,58	534 979
Apr 27, 2019	samedi	6.908.302,20	5.484.780,97	581 730
Apr 28, 2019	dimanche	6.669.807,02	5.493.829,00	553 728
Apr 29, 2019	lundi	6.038.304,40	5.170.274,74	509 659
Apr 30, 2019	mardi	6.278.677,53	5.180.939,00	528 365

May 1, 2019	mercredi	6.308.621,18	5.430.745,78	531 444
May 2, 2019	jeudi	6.206.461,50	5.560.997,74	526 925
May 3, 2019	vendredi	6.651.334,60	5.498.080,20	560 315
May 4, 2019	samedi	7.132.917,05	5.754.917,01	594 269
May 5, 2019	dimanche	6.963.286,21	5.857.865,69	574 063
May 6, 2019	lundi	5.928.727,17	5.298.088,75	503 793
May 7, 2019	mardi	6.199.785,92	5.282.858,37	511 241
May 8, 2019	mercredi	6.315.562,19	5.392.095,82	519 013
May 9, 2019	jeudi	6.218.977,32	5.385.052,97	522 769
May 10, 2019	vendredi	6.286.952,74	5.391.553,36	533 594
May 11, 2019	samedi	6.849.969,00	5.671.125,46	570 110
May 12, 2019	dimanche	6.881.467,05	5.852.948,89	566 477
May 13, 2019	lundi	5.962.630,86	5.345.189,27	502 354
May 14, 2019	mardi	5.872.135,60	5.119.722,59	496 963
May 15, 2019	mercredi	6.166.713,19	5.176.623,72	518 943
May 16, 2019	jeudi	6.155.443,37	5.209.974,74	519 245
May 17, 2019	vendredi	6.401.779,90	5.375.618,30	531 813
May 18, 2019	samedi	6.841.498,12	5.758.449,73	567 806
May 19, 2019	dimanche	6.810.253,13	5.778.238,17	554 645
May 20, 2019	lundi	6.012.569,72	5.314.982,98	505 597
May 21, 2019	mardi	5.976.677,57	5.153.042,05	503 438
Total 18/03-21/05		412.980.684,38	353.520.966,37	34 631 782
Total des play-offs (29/03-19/05)		332.081.168,41	282.789.752,51	27.789.048
Mise moyenne par ticket des play-offs		11,95 €	Gain moyen payé par ticket des play-offs	10,18 €

Le montant total des mises pendant la période des play-offs s'élève à un peu plus de 332 millions d'euros. Ce montant divisé par le nombre de tickets créés au cours de cette période (27 789 048) débouche sur une **mise moyenne de presque 12 euros par ticket**. Le gain moyen payé par ticket s'élevait pour cette période à un peu plus de 10 euros par ticket, ce qui équivaut, lors d'une mise moyenne de près de 12 euros à une **perte moyenne de 2 euros par pari placé**.

Le graphique du **total des mises et du total des gains payés** montre clairement des pics autour du 5 mai, du 16 mai et du 19 mai, qui sont les dates de jeu auxquelles se sont disputés respectivement **2, 3 et 3 matches**



5) Total des mises et des gains pour les paris en ligne

Ici s'affiche le montant total des mises et des gains payés à l'occasion de paris **en ligne**, aussi bien pour tous les paris que pour uniquement les paris liés aux play-offs. Comme aucun AR relatif aux protocoles informatiques n'a encore été publié, les montants sont basés sur une enquête réalisée par la Commission des jeux de hasard auprès des titulaires d'une licence. Tous les montants sont indiqués en euros (€).⁶⁶

Mises et gains pour tous les paris en ligne

Les données de tous les paris en ligne permettent de se faire une idée de l'augmentation du total des mises, des gains payés et du GGR pendant la période des play-offs (52 jours) par rapport à la période avant les play-offs (une période de référence de 11 jours). Lorsqu'on soustrait le total des gains payés du total des mises, on obtient le GGR. Les bonus et les paris combinés (où les joueurs misent sur plusieurs matchs qui ont éventuellement lieu à des dates différentes⁶⁷) font toutefois que cette comparaison n'est pas sans ambiguïté.⁶⁸ Les chiffres de tous les paris en ligne contribuent toutefois à découvrir les tendances qui se dégagent au fil du temps (voir les graphiques)

Jour de la semaine	Date	Total des mises (en €)	Total des gains payés	GGR (en €)	Nombre de tickets
lundi	Mar 18, 2019	2.870.174,91 €	2.506.923,51 €	363.251,40 €	18.986
mardi	Mar 19, 2019	2.641.151,93 €	2.310.701,13 €	330.450,80 €	15.952
mercredi	Mar 20, 2019	2.923.471,34 €	2.555.375,86 €	368.095,48 €	19.970

⁶⁶ Certains titulaires d'une licence ont fourni des données exprimées en livres sterling. Pour la conversion en euros, le taux d'échange valable le 7/06/2019 a été utilisé, à savoir 1 GBP = 1,1248 euro.

⁶⁷ Certains opérateurs organisent par exemple des tournois de paris sportifs auxquels on peut s'inscrire pour parier sur différents matchs de la même compétition, comme les play-offs.

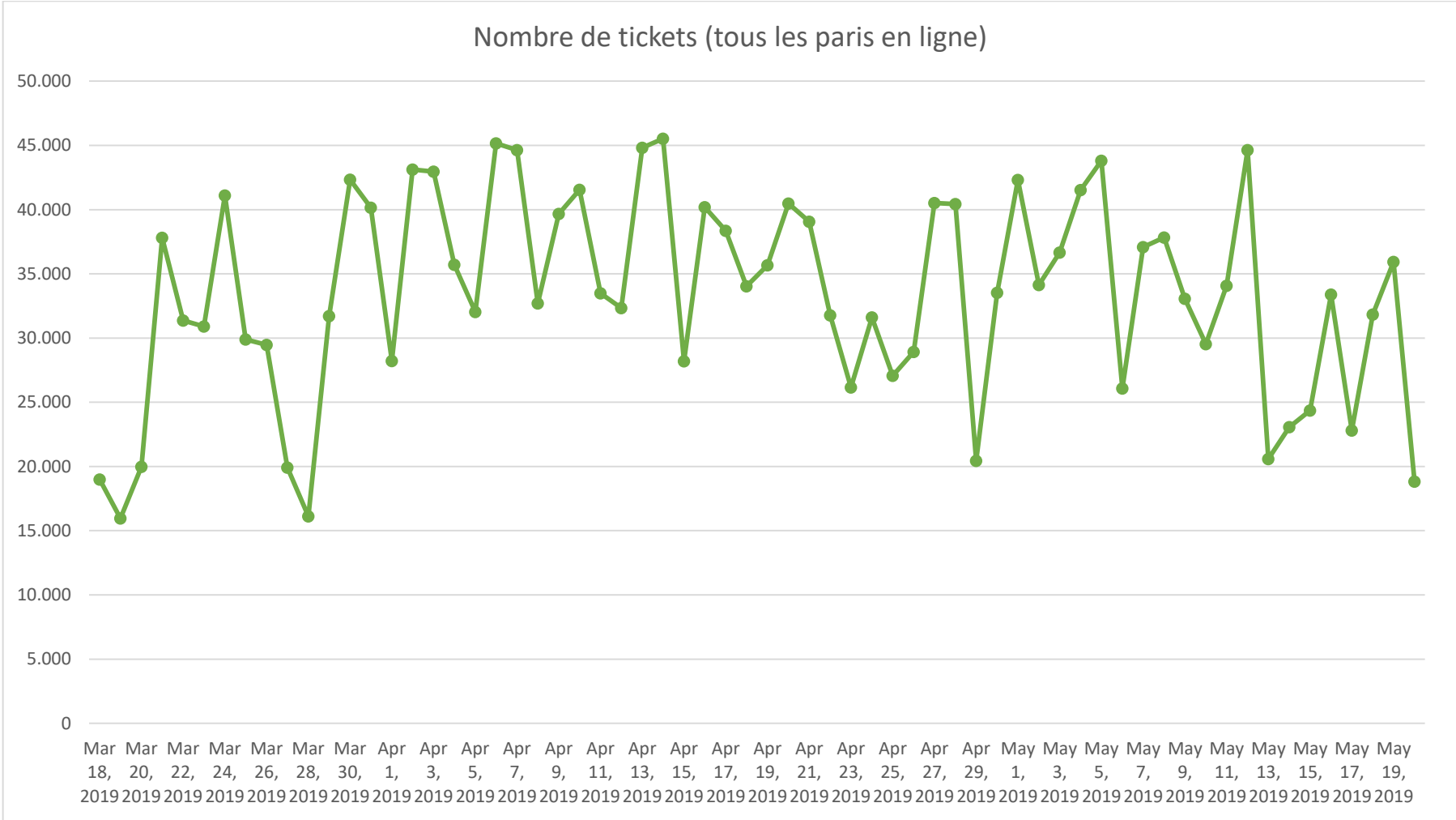
⁶⁸ Cela fait que les montants du total des mises, du total des gains payés et du GGR ne peuvent être simplement divisés par le nombre de billets, car les doubles comptages produiraient une image faussée. Il est toutefois possible d'établir une comparaison entre certaines périodes, étant donné que le même poids est attribué aux doubles comptages pour les deux périodes. Une comparaison est effectuée plus loin dans le rapport entre la période avant les play-offs et la période pendant les play-offs.

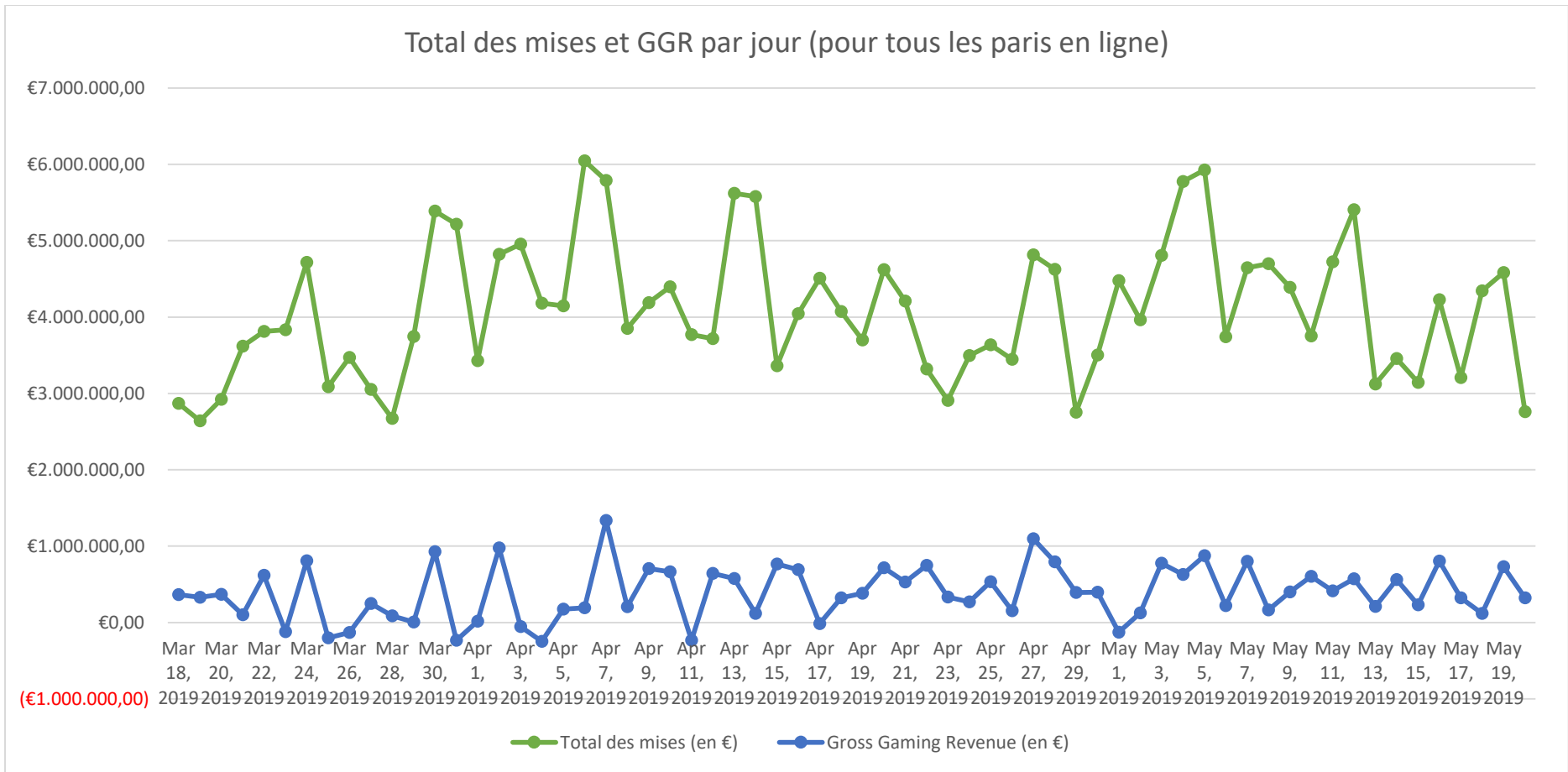
jeudi	Mar 21, 2019	3.617.479,52 €	3.515.148,62 €	102.330,90 €	37.815
vendredi	Mar 22, 2019	3.812.941,95 €	3.193.283,83 €	619.658,12 €	31.378
samedi	Mar 23, 2019	3.834.379,26 €	3.954.228,01 €	-119.848,75 €	30.899
dimanche	Mar 24, 2019	4.716.549,76 €	3.908.070,85 €	808.478,91 €	41.099
lundi	Mar 25, 2019	3.087.236,28 €	3.288.302,47 €	-201.066,19 €	29.897
mardi	Mar 26, 2019	3.470.517,01 €	3.602.526,82 €	-132.009,81 €	29.466
mercredi	Mar 27, 2019	3.054.276,67 €	2.806.534,90 €	247.741,77 €	19.917
jeudi	Mar 28, 2019	2.673.018,93 €	2.585.954,45 €	87.064,48 €	16.116
vendredi	Mar 29, 2019	3.746.577,59 €	3.739.882,79 €	6.694,80 €	31.703
samedi	Mar 30, 2019	5.389.585,79 €	4.461.186,01 €	928.399,78 €	42.339
dimanche	Mar 31, 2019	5.217.515,23 €	5.450.191,57 €	-232.676,34 €	40.149
lundi	Apr 1, 2019	3.430.374,06 €	3.413.082,12 €	17.291,94 €	28.212
mardi	Apr 2, 2019	4.821.353,88 €	3.844.201,34 €	977.152,54 €	43.127
mercredi	Apr 3, 2019	4.955.153,32 €	5.007.636,64 €	-52.483,32 €	42.969
jeudi	Apr 4, 2019	4.182.237,14 €	4.430.857,59 €	-248.620,45 €	35.712
vendredi	Apr 5, 2019	4.144.964,67 €	3.968.600,45 €	176.364,22 €	32.044
samedi	Apr 6, 2019	6.047.309,62 €	5.856.461,27 €	190.848,35 €	45.169
dimanche	Apr 7, 2019	5.787.827,43 €	4.453.057,81 €	1.334.769,62 €	44.636
lundi	Apr 8, 2019	3.849.604,67 €	3.642.591,13 €	207.013,54 €	32.706
mardi	Apr 9, 2019	4.189.632,06 €	3.483.762,54 €	705.869,52 €	39.671
mercredi	Apr 10, 2019	4.396.710,13 €	3.734.194,88 €	662.515,25 €	41.551
jeudi	Apr 11, 2019	3.770.426,32 €	4.002.464,98 €	-232.038,66 €	33.485
vendredi	Apr 12, 2019	3.717.595,93 €	3.075.434,97 €	642.160,96 €	32.335
samedi	Apr 13, 2019	5.619.592,24 €	5.042.508,14 €	577.084,10 €	44.827
dimanche	Apr 14, 2019	5.577.799,44 €	5.458.401,32 €	119.398,12 €	45.533
lundi	Apr 15, 2019	3.363.894,37 €	2.597.081,56 €	766.812,81 €	28.198
mardi	Apr 16, 2019	4.045.813,82 €	3.354.797,74 €	691.016,08 €	40.192
mercredi	Apr 17, 2019	4.510.335,61 €	4.525.037,78 €	-14.702,17 €	38.347
jeudi	Apr 18, 2019	4.072.934,59 €	3.749.951,54 €	322.983,05 €	34.025

vendredi	Apr 19, 2019	3.699.680,46 €	3.318.898,13 €	380.782,33 €	35.660
samedi	Apr 20, 2019	4.622.318,05 €	3.905.826,16 €	716.491,89 €	40.484
dimanche	Apr 21, 2019	4.209.711,62 €	3.680.156,41 €	529.555,21 €	39.071
lundi	Apr 22, 2019	3.321.072,89 €	2.572.327,19 €	748.745,70 €	31.781
mardi	Apr 23, 2019	2.907.348,90 €	2.575.544,67 €	331.804,23 €	26.160
mercredi	Apr 24, 2019	3.496.253,32 €	3.227.557,03 €	268.696,29 €	31.607
jeudi	Apr 25, 2019	3.636.108,71 €	3.100.858,08 €	535.250,63 €	27.062
vendredi	Apr 26, 2019	3.445.701,93 €	3.292.033,10 €	153.668,83 €	28.927
samedi	Apr 27, 2019	4.814.646,24 €	3.718.089,55 €	1.096.556,69 €	40.514
dimanche	Apr 28, 2019	4.626.558,89 €	3.831.217,59 €	795.341,30 €	40.433
lundi	Apr 29, 2019	2.751.845,65 €	2.358.486,32 €	393.359,33 €	20.439
mardi	Apr 30, 2019	3.502.904,51 €	3.107.279,65 €	395.624,86 €	33.525
mercredi	May 1, 2019	4.477.516,87 €	4.605.499,71 €	-127.982,84 €	42.308
jeudi	May 2, 2019	3.964.855,58 €	3.838.538,79 €	126.316,79 €	34.129
vendredi	May 3, 2019	4.806.693,14 €	4.031.020,84 €	775.672,30 €	36.667
samedi	May 4, 2019	5.775.729,79 €	5.148.083,96 €	627.645,83 €	41.532
dimanche	May 5, 2019	5.925.121,49 €	5.049.113,81 €	876.007,68 €	43.816
lundi	May 6, 2019	3.741.112,24 €	3.520.866,06 €	220.246,18 €	26.086
mardi	May 7, 2019	4.647.877,97 €	3.848.250,09 €	799.627,88 €	37.092
mercredi	May 8, 2019	4.698.150,96 €	4.533.940,05 €	164.210,91 €	37.830
jeudi	May 9, 2019	4.388.348,37 €	3.988.740,54 €	399.607,83 €	33.069
vendredi	May 10, 2019	3.752.332,23 €	3.147.723,42 €	604.608,81 €	29.526
samedi	May 11, 2019	4.723.327,70 €	4.309.158,42 €	414.169,28 €	34.077
dimanche	May 12, 2019	5.407.721,55 €	4.836.311,34 €	571.410,21 €	44.634
lundi	May 13, 2019	3.121.457,86 €	2.910.176,53 €	211.281,33 €	20.592
mardi	May 14, 2019	3.458.012,88 €	2.897.087,50 €	560.925,38 €	23.063
mercredi	May 15, 2019	3.143.650,51 €	2.911.877,08 €	231.773,43 €	24.362
jeudi	May 16, 2019	4.228.102,91 €	3.422.123,26 €	805.979,65 €	33.388
vendredi	May 17, 2019	3.206.914,71 €	2.885.672,35 €	321.242,36 €	22.809

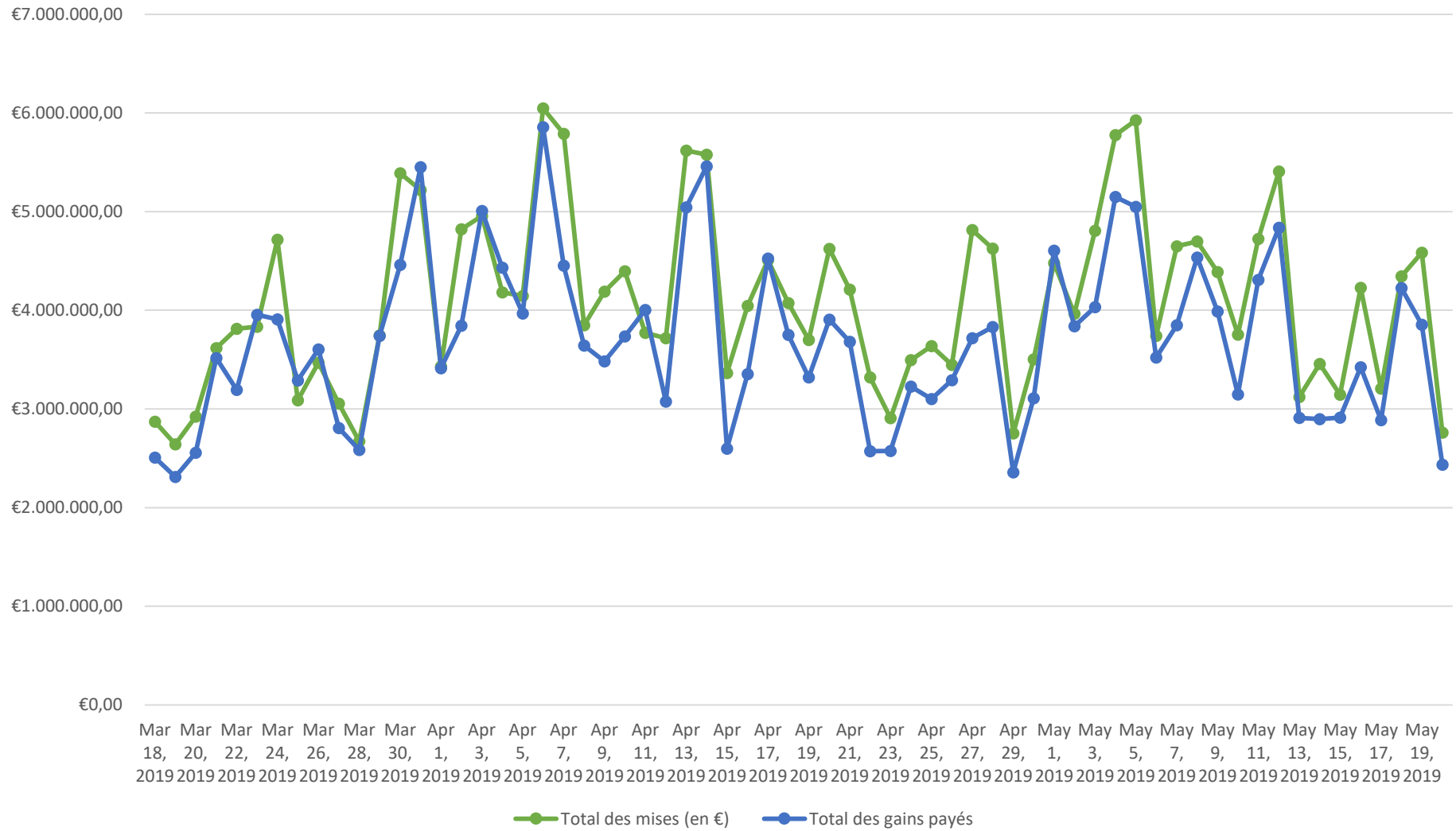
samedi	May 18, 2019	4.344.704,56 €	4.224.633,36 €	120.071,20 €	31.825
dimanche	May 19, 2019	4.583.928,41 €	3.853.618,42 €	730.309,99 €	35.927
lundi	May 20, 2019	2.758.960,79 €	2.435.797,28 €	323.163,51 €	18.831
Totaux		261.727.107,19 €	236.604.941,31 €	25.122.165,85 €	2.135.651

Des **pics** sont clairement observés dans le nombre de tickets de paris placés, le total des mises et les gains payés aux dates où se sont disputés des matches **des play-offs**. Les 5, 12, 16 et 19 mai (dates auxquelles 2 ou 3 matches de PO1 ont eu lieu), un pic a été observé quatre fois. Le 16 mai étant de surcroît un jeudi et non un jour de week-end, l'impact des play-offs sur le comportement de jeu est donc clairement démontré.





Total des mises et des gains payés par jour (pour tous les paris en ligne)



Comparaison entre les paris en ligne avant les play-offs et pendant les play-offs

	Période avant les play-offs (11 jours)	Période pendant les play-offs (52 jours)
Total des mises	36.701.197,56 €	222.266.948,81 €
Nombre total de tickets	291.495	1.825.325
GGR	2.474.147,11 €	2.324.855,23 €
Mise moyenne/jour	3.336.472,51 €	4.274.364,40 €
Nombre moyen de tickets/jour	26499,54545	35102,40385
GGR moyen/jour	224.922,46 €	429.324,14 €
Augmentation des mises	Augmentation des tickets	Augmentation du GGR
28,11 %	32,46 %	90,88 %

Les données révèlent qu'une hausse du nombre moyen de tickets par jour de 32,46 % a été observée pendant la période des play-offs. L'augmentation des mises était de 28,11 %. Nous pouvons donc en conclure que plus de paris ont été placés pendant qu'avant les play-offs, mais que les montants joués étaient (légèrement) inférieurs.

Le GGR a augmenté de 90,88 %, ce qui signifie que le GGR a presque doublé par rapport à la période avant les play-offs. Ce pourcentage étant également le triple du pourcentage d'augmentation des mises et du nombre de tickets, on peut dire que les parieurs ont placé plus de paris perdants pendant les play-offs qu'au cours de la période qui les précédait.

Mises et gains pour les paris en ligne lors des play-offs

Jour de la semaine	Date	Total des mises lors des play-offs (en €)	Total des gains payés lors des play-offs (en €)	Nombre de tickets lors des play-offs
lundi	Mar 18, 2019	1.065,10 €	1.239,00 €	75
mardi	Mar 19, 2019	1.846,34 €	1.537,98 €	20
mercredi	Mar 20, 2019	5.509,03 €	5.936,09 €	88
jeudi	Mar 21, 2019	385,26 €	406,27 €	86
vendredi	Mar 22, 2019	450,20 €	153,98 €	125

samedi	Mar 23, 2019	519,72 €	269,88 €	112
dimanche	Mar 24, 2019	818,63 €	429,93 €	178
lundi	Mar 25, 2019	1.905,64 €	938,57 €	246
mardi	Mar 26, 2019	4.118,59 €	3.301,04 €	464
mercredi	Mar 27, 2019	6.059,37 €	5.004,15 €	693
jeudi	Mar 28, 2019	7.487,89 €	5.767,45 €	1.010
vendredi	Mar 29, 2019	376.962,80 €	541.164,91 €	18.202
samedi	Mar 30, 2019	499.548,46 €	288.993,05 €	23.218
dimanche	Mar 31, 2019	451.586,50 €	452.212,80 €	21.029
lundi	Apr 1, 2019	11.836,28 €	20.926,98 €	1.669
mardi	Apr 2, 2019	453.305,77 €	173.366,22 €	25.016
mercredi	Apr 3, 2019	406.938,69 €	476.555,61 €	23.826
jeudi	Apr 4, 2019	513.256,56 €	604.549,99 €	22.868
vendredi	Apr 5, 2019	135.593,03 €	155.422,88 €	10.923
samedi	Apr 6, 2019	489.604,55 €	502.823,85 €	24.009
dimanche	Apr 7, 2019	470.301,70 €	307.596,83 €	22.789
lundi	Apr 8, 2019	458.035,51 €	351.559,36 €	21.256
mardi	Apr 9, 2019	7.854,64 €	6.177,39 €	1.217
mercredi	Apr 10, 2019	9.533,35 €	10.302,71 €	1.137
jeudi	Apr 11, 2019	10.424,55 €	5.733,64 €	1.682
vendredi	Apr 12, 2019	218.263,31 €	175.264,88 €	16.676
samedi	Apr 13, 2019	661.639,85 €	438.059,13 €	24.186
dimanche	Apr 14, 2019	494.364,91 €	424.829,04 €	23.922
lundi	Apr 15, 2019	4.809,90 €	5.637,72 €	696
mardi	Apr 16, 2019	4.940,82 €	1.880,25 €	754
mercredi	Apr 17, 2019	3.865,75 €	1.746,55 €	743
jeudi	Apr 18, 2019	7.194,31 €	2.858,74 €	1.246
vendredi	Apr 19, 2019	369.753,56 €	222.856,17 €	19.903
samedi	Apr 20, 2019	228.647,56 €	127.640,48 €	13.943

dimanche	Apr 21, 2019	313.110,77 €	159.869,85 €	17.867
lundi	Apr 22, 2019	325.189,77 €	165.627,05 €	16.322
mardi	Apr 23, 2019	3.284,01 €	4.875,05 €	526
mercredi	Apr 24, 2019	3.496,35 €	2.965,52 €	658
jeudi	Apr 25, 2019	9.336,11 €	5.527,47 €	1.207
vendredi	Apr 26, 2019	226.818,24 €	189.726,68 €	14.793
samedi	Apr 27, 2019	496.743,37 €	422.502,60 €	22.043
dimanche	Apr 28, 2019	559.661,13 €	417.710,03 €	23.925
lundi	Apr 29, 2019	3.171,54 €	3.630,76 €	449
mardi	Apr 30, 2019	4.954,20 €	2.439,76 €	759
mercredi	May 1, 2019	5.269,29 €	2.752,56 €	1.017
jeudi	May 2, 2019	8.216,53 €	3.493,75 €	1.921
vendredi	May 3, 2019	276.215,59 €	177.807,72 €	18.882
samedi	May 4, 2019	311.255,75 €	263.000,44 €	17.986
dimanche	May 5, 2019	728.570,67 €	428.917,95 €	27.822
lundi	May 6, 2019	5.848,63 €	7.709,46 €	661
mardi	May 7, 2019	5.154,09 €	1.066,91 €	1.004
mercredi	May 8, 2019	8.883,16 €	2.579,92 €	1331
jeudi	May 9, 2019	9.851,87 €	2.239,36 €	1.859
vendredi	May 10, 2019	345.763,81 €	154.368,30 €	17.462
samedi	May 11, 2019	344.539,19 €	270.288,28 €	15.790
dimanche	May 12, 2019	651.093,49 €	452.800,82 €	26.012
lundi	May 13, 2019	9.914,43 €	3.892,78 €	1003
mardi	May 14, 2019	297.863,63 €	170.299,37 €	12.234
mercredi	May 15, 2019	255.949,81 €	191.470,53 €	12.387
jeudi	May 16, 2019	841.969,63 €	381.459,21 €	27.011
vendredi	May 17, 2019	253.932,63 €	211.923,27 €	11.407
samedi	May 18, 2019	185.199,21 €	179.313,33 €	11.514
dimanche	May 19, 2019	589.251,91 €	398.649,96 €	22.087

lundi	May 20, 2019	18.434,83 €	9.721,95 €	321
Totaux		13.417.371,77 €	10.011.774,15 €	652.267
Mise moyenne par ticket play-offs		20,57 €	Mise moyenne par joueur unique play-offs	37,79 €
Gains moyens payés par ticket play-offs		15,35 €	Gains moyens payés par joueur unique play-offs	28,20 €
GGR moyen par ticket play-offs		5,22 €	GGR moyen par joueur unique play-offs	9,59 €

Il apparaît des données des opérateurs relatives aux paris placés sur les matchs des play-offs que la mise moyenne pour un ticket aux play-offs est de 20,57 €, dont 15,35 € en moyenne sont payés en tant que gains et dont 5,22 € en moyenne vont au GGR de l'opérateur. Calculé pour les 355.068 joueurs uniques qui ont parié pendant la période des play-offs, cela représente une mise moyenne de 37,79 € par joueur unique, dont 28,20 € en moyenne sont reversés en tant que gain et dont 9,59 € vont au GGR de l'opérateur.⁶⁹ Pendant la période des play-offs, le parieur moyen a donc perdu près de dix euros en paris sur des matchs des play-offs.⁷⁰

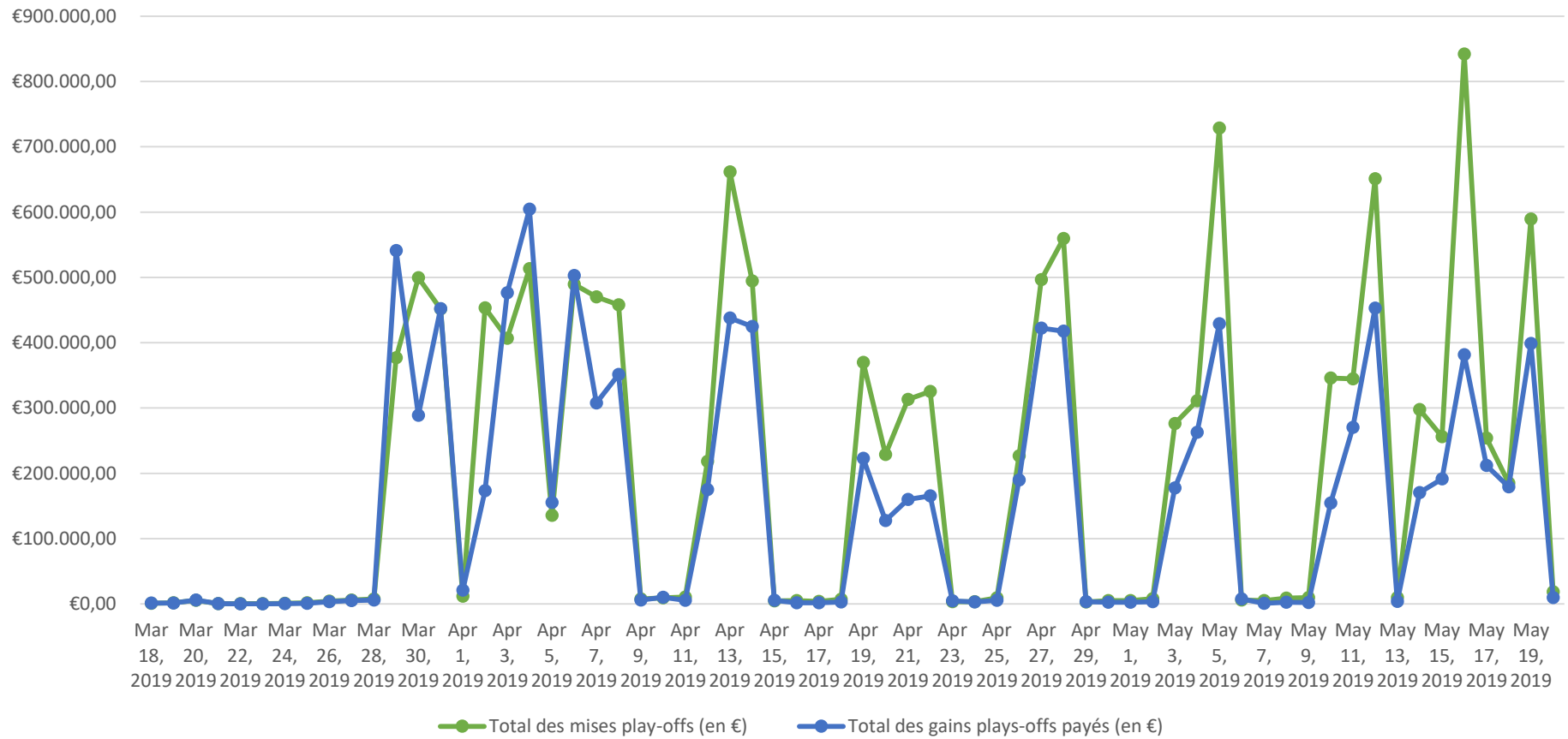
Les graphiques avec ces données montrent que des montants entre 600.000 et 850.000 euros ont chaque fois été misés aux dates où 2 ou plusieurs matchs de PO1 ont eu lieu. Il est frappant de constater que le montant total des mises le jeudi 16 mai - un jour de semaine - est près de la moitié plus élevé (43 %) que le montant total des mises le dimanche 19 mai - un jour de week-end. À ces deux dates se sont disputés trois matchs de PO1.

On relève également qu'au cours de la première semaine des play-offs, du 29 mars au 6 avril, les gains payés ont été plusieurs fois supérieurs aux montants misés. Après cette première semaine, les gains payés pour le reste de la période des play-offs n'ont plus jamais dépassé les montants misés.

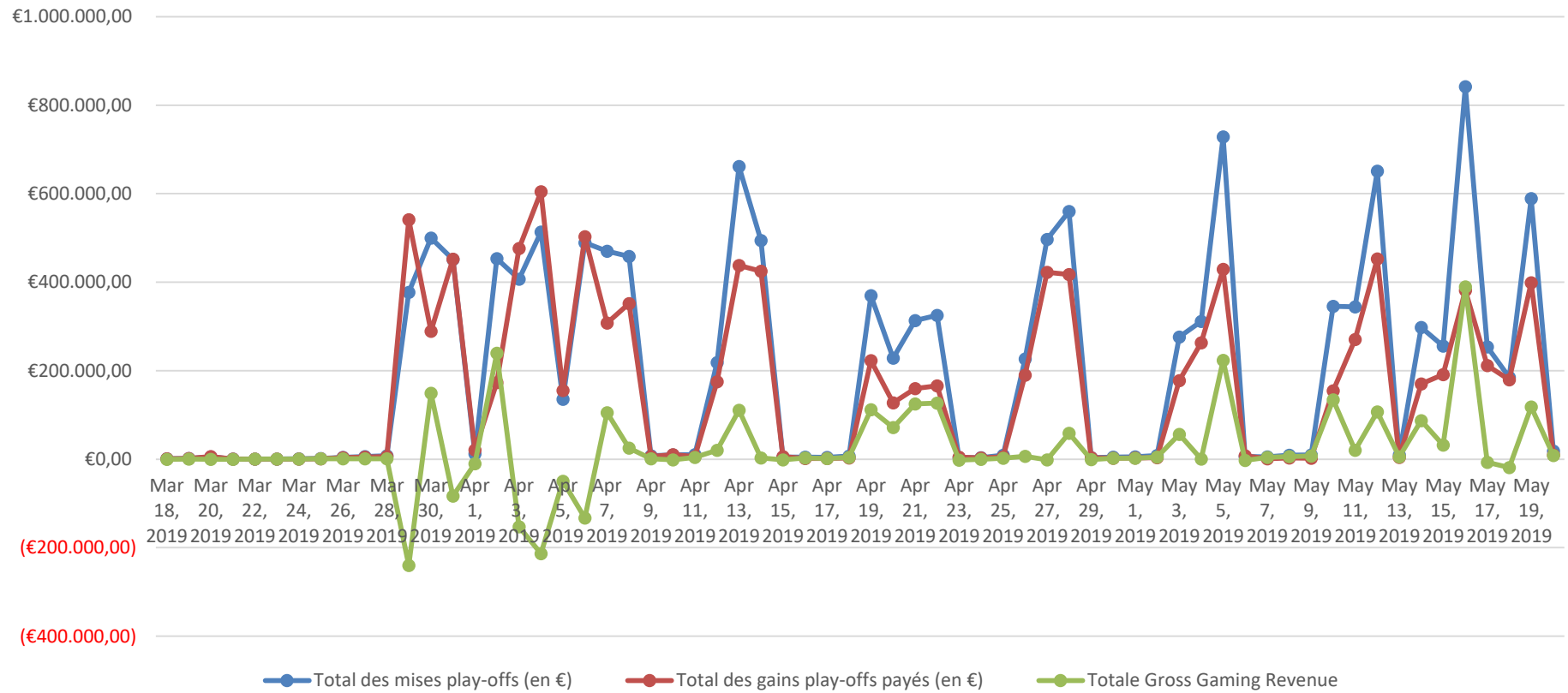
⁶⁹ Un joueur unique peut avoir plusieurs comptes de paris en ligne. Le calcul au niveau d'agrégation du joueur affiche des montants pour l'ensemble des différents comptes. Le joueur peut donc avoir parié ce montant sur un seul et même site Web ou sur un seul compte.

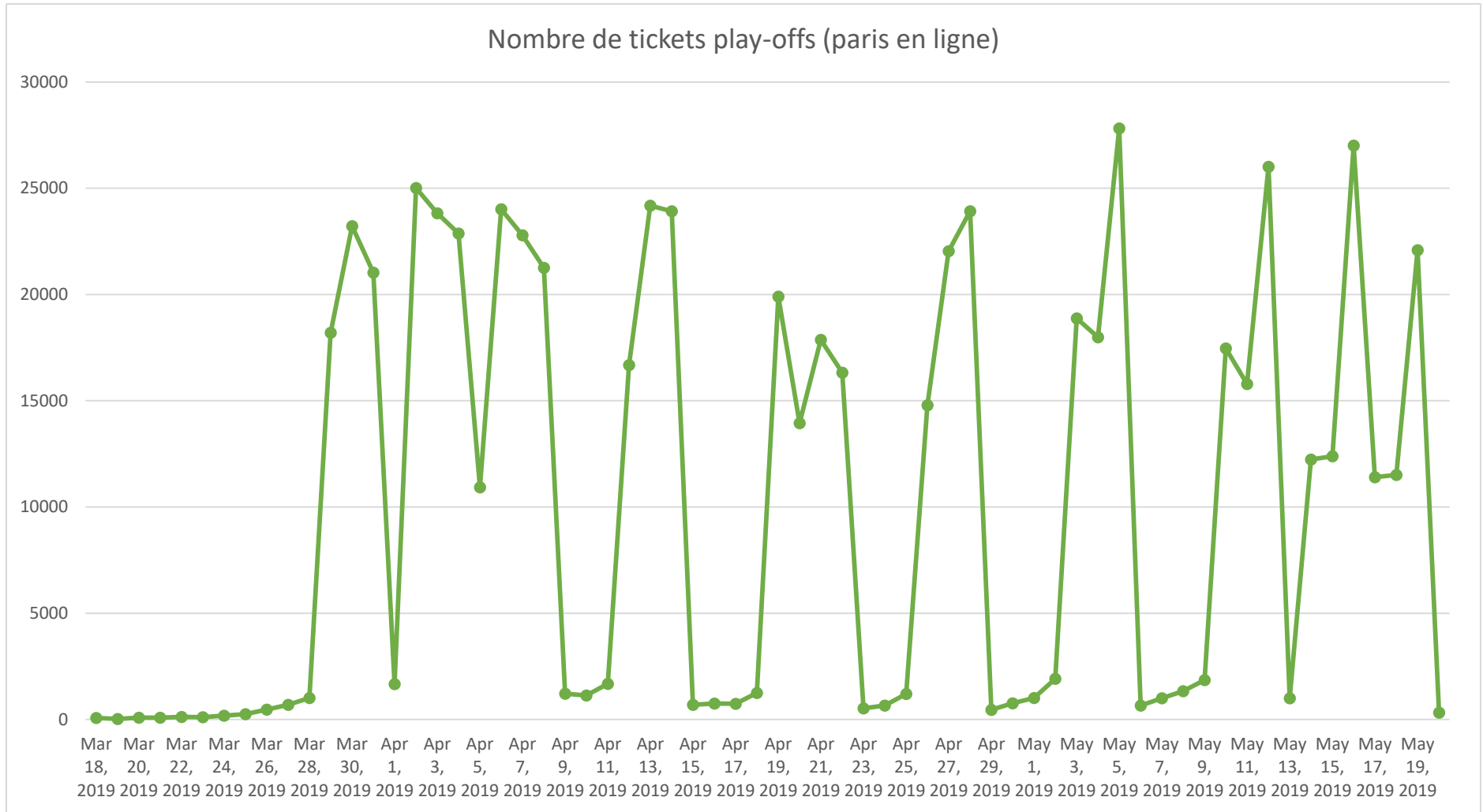
⁷⁰ Ces montants ne représentent que les résultats des matchs des play-offs. En dehors de cela, le parieur moyen peut également avoir parié sur d'autres compétitions, ainsi que sur d'autres sports.

Total des mises et des gains payés par jour (paris play-offs en ligne)



Total des mises, des gains payés et du GGR par jour
(paris en ligne play-offs)





6) Joueurs exclus

Depuis 2004, la Belgique dispose de l'Excluded Persons Information System (EPIS), un système électronique qui regroupe tous les joueurs exclus protégés par la CJH. Lorsque vous accédez à une salle de jeux automatiques ou à un casino hors ligne ou en ligne, ou à un bureau de paris en ligne, le nom, le prénom et la date de naissance du joueur doivent être enregistrés dans EPIS afin de vérifier s'il peut être admis.

Le contrôle EPIS est sans aucun doute un instrument très performant dans la lutte contre la dépendance au jeu. S'il ne résout pas le problème, il constitue toutefois un moyen efficace pour lutter contre la dépendance au jeu. Pour des raisons liées à la protection de la vie privée, aucune information n'est fournie aux opérateurs agréés sur la raison de l'exclusion.

Bien que le système EPIS regroupe différentes catégories de personnes exclues, ce sont surtout les deux catégories suivantes qui sont directement liées aux jeux de hasard : les exclusions volontaires demandées par les joueurs (à problèmes) eux-mêmes, et les exclusions à la demande d'un tiers intéressé, qui sont demandées par des personnes de l'entourage direct des joueurs (à problèmes).

Le tableau suivant indique, pour la période des play-offs, le nombre de personnes exclues volontairement, ainsi que le nombre de personnes exclues à la demande d'un tiers intéressé

DATE	Uitsluitingen door derden/ exclusions par un tiers	Vrijwillige uitsluitingen/ exclusions volontaires	Total
Mar 18, 2019	537	33.220	33.757
Mar 19, 2019	537	33.224	33.761
Mar 20, 2019	537	33.239	33.776
Mar 21, 2019	559	33.265	33.824
Mar 22, 2019	559	33.274	33.833
Mar 23, 2019	559	33.295	33.854
Mar 24, 2019	559	33.295	33.854
Mar 25, 2019	559	33.295	33.854
Mar 26, 2019	559	33.299	33.858
Mar 27, 2019	559	33.331	33.890
Mar 28, 2019	559	33.336	33.895
Mar 29, 2019	559	33.343	33.902
Mar 30, 2019	559	33.362	33.921
Mar 31, 2019	559	33.362	33.921
Apr 1, 2019	559	33.354	33.913

Apr 2, 2019	559	33.372	33.931
Apr 3, 2019	559	33.395	33.954
Apr 4, 2019	559	33.393	33.952
Apr 5, 2019	559	33.405	33.964
Apr 6, 2019	559	33.428	33.987
Apr 7, 2019	559	33.428	33.987
Apr 8, 2019	559	33.414	33.973
Apr 9, 2019	559	33.415	33.974
Apr 10, 2019	559	33.433	33.992
Apr 11, 2019	559	33.436	33.995
Apr 12, 2019	559	33.455	34.014
Apr 13, 2019	559	33.478	34.037
Apr 14, 2019	559	33.478	34.037
Apr 15, 2019	559	33.471	34.030
Apr 16, 2019	559	33.465	34.024
Apr 17, 2019	559	33.475	34.034
Apr 18, 2019	559	33.481	34.040
Apr 19, 2019	559	33.515	34.074
Apr 20, 2019	559	33.515	34.074
Apr 21, 2019	559	33.515	34.074
Apr 22, 2019	559	33.508	34.067
Apr 23, 2019	559	33.502	34.061
Apr 24, 2019	559	33.505	34.064
Apr 25, 2019	559	33.525	34.084
Apr 26, 2019	559	33.542	34.101
Apr 27, 2019	559	33.559	34.118
Apr 28, 2019	559	33.559	34.118
Apr 29, 2019	559	33.547	34.106
Apr 30, 2019	559	33.556	34.115
May 1, 2019	559	33.567	34.126
May 2, 2019	559	33.547	34.106
May 3, 2019	559	33.569	34.128
May 4, 2019	559	33.602	34.161

May 5, 2019	559	33.593	34.152
May 6, 2019	559	33.578	34.137
May 7, 2019	559	33.586	34.145
May 8, 2019	559	33.597	34.156
May 9, 2019	575	33.615	34.190
May 10, 2019	575	33.634	34.209
May 11, 2019	575	33.655	34.230
May 12, 2019	575	33.632	34.207
May 13, 2019	575	33.617	34.192
May 14, 2019	575	33.634	34.209
May 15, 2019	575	33.659	34.234
May 16, 2019	575	33.656	34.231
May 17, 2019	575	33.677	34.252
May 18, 2019	575	33.685	34.260
May 19, 2019	575	33.679	34.254
May 20, 2019	575	33.670	34.245
May 21, 2019	575	33.684	34.259

Au cours de la période des play-offs de la Jupiler Pro League (29/03-19/05), aucune fluctuation significative du nombre de joueurs exclus volontairement ou à la demande de tiers n'a été constatée (en moyenne 9,5 nouvelles exclusions par jour pendant la période des play-offs, ce qui est comparable à la période avant et après les play-offs où la moyenne est de 10,8⁷¹). Certains jours, on remarque une baisse du nombre d'exclusions.

La Commission des jeux de hasard a siégé les 20 mars et 8 mai 2019, ce qui explique la hausse subite du nombre d'exclusions à la demande d'un tiers intéressé.

Même si des joueurs sont interdits d'accès aux établissements de jeux de hasard, ils tentent parfois de braver cette interdiction. Le tableau suivant indique combien de personnes figurant sur la liste des joueurs exclus ont essayé d'accéder à un site Web de paris agréé et ont été refusées.

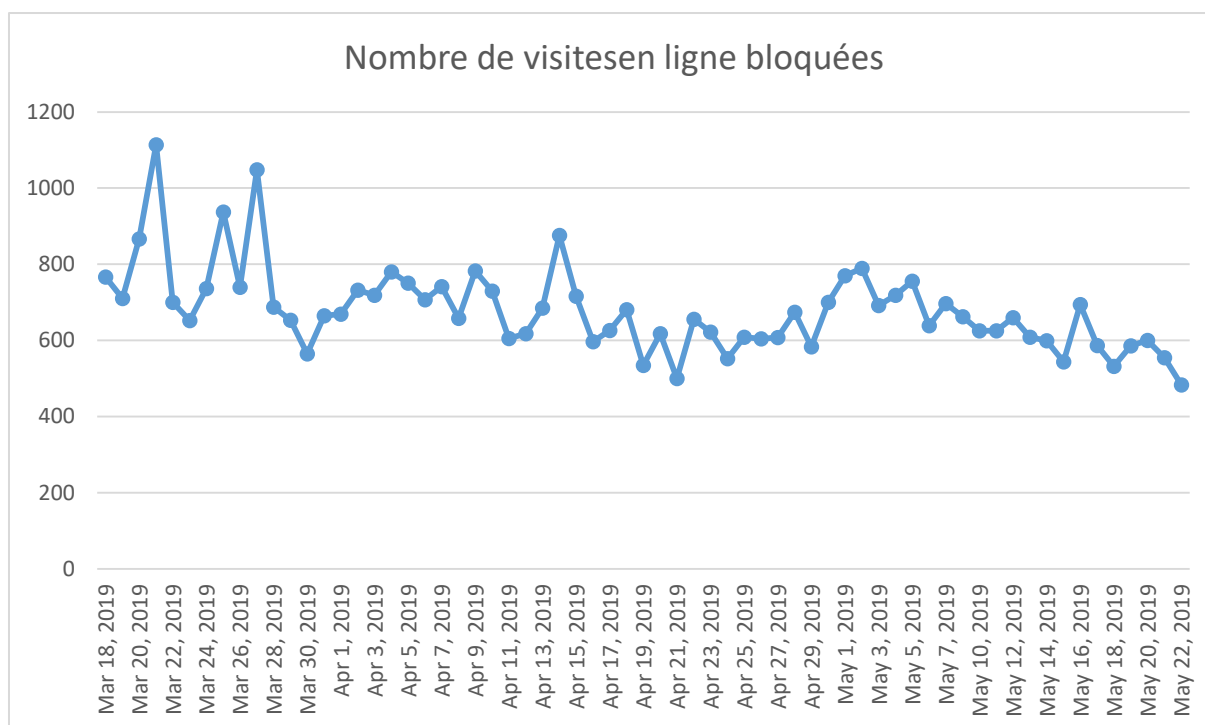
Date	Jour de la semaine	Nombre de visites en ligne bloquées
Mar 18, 2019	lundi	767
Mar 19, 2019	mardi	710
Mar 20, 2019	mercredi	867
Mar 21, 2019	jeudi	1.114

⁷¹ Dans ce calcul de la moyenne, les exclusions à la demande d'une tierce partie ne sont pas incluses, car la hausse ou la baisse de ces chiffres dépend trop fortement des réunions de la Commission des jeux de hasard.

Mar 22, 2019	vendredi	700
Mar 23, 2019	samedi	652
Mar 24, 2019	dimanche	736
Mar 25, 2019	lundi	937
Mar 26, 2019	mardi	740
Mar 27, 2019	mercredi	1.048
Mar 28, 2019	jeudi	688
Mar 29, 2019	vendredi	653
Mar 30, 2019	samedi	565
Mar 31, 2019	dimanche	665
Apr 1, 2019	lundi	669
Apr 2, 2019	mardi	732
Apr 3, 2019	mercredi	719
Apr 4, 2019	jeudi	780
Apr 5, 2019	vendredi	751
Apr 6, 2019	samedi	707
Apr 7, 2019	dimanche	741
Apr 8, 2019	lundi	658
Apr 9, 2019	mardi	783
Apr 10, 2019	mercredi	730
Apr 11, 2019	jeudi	605
Apr 12, 2019	vendredi	618
Apr 13, 2019	samedi	685
Apr 14, 2019	dimanche	876
Apr 15, 2019	lundi	716
Apr 16, 2019	mardi	597
Apr 17, 2019	mercredi	626
Apr 18, 2019	jeudi	681
Apr 19, 2019	vendredi	535
Apr 20, 2019	samedi	618
Apr 21, 2019	dimanche	500
Apr 22, 2019	lundi	656
Apr 23, 2019	mardi	622

Apr 24, 2019	mercredi	552
Apr 25, 2019	jeudi	609
Apr 26, 2019	vendredi	604
Apr 27, 2019	samedi	608
Apr 28, 2019	dimanche	674
Apr 29, 2019	lundi	583
Apr 30, 2019	mardi	700
May 1, 2019	mercredi	770
May 2, 2019	jeudi	789
May 3, 2019	vendredi	692
May 4, 2019	samedi	719
May 5, 2019	dimanche	756
May 6, 2019	lundi	639
May 7, 2019	mardi	697
May 8, 2019 ⁷²	mercredi	662
May 10, 2019	vendredi	625
May 11, 2019	samedi	625
May 12, 2019	dimanche	660
May 13, 2019	lundi	609
May 14, 2019	mardi	599
May 15, 2019	mercredi	544
May 16, 2019	jeudi	694
May 17, 2019	vendredi	587
May 18, 2019	samedi	532
May 19, 2019	dimanche	586
May 20, 2019	lundi	600
May 21, 2019	mardi	555
May 22, 2019	mercredi	483

⁷² Le 9 mai ne figure pas parmi les dates en raison d'enregistrements erronés effectués par un opérateur ce jour-là, ce qui rend les données peu fiables.



Le graphique montre de petits pics à trois des quatre dates auxquelles se sont disputés 2 ou 3 matchs de Play-off 1 (le 5 mai, le 12 mai et le 16 mai).

7) Résumé de l'impact des play-offs sur l'activité des paris

Il apparaît que les play-offs ont effectivement un impact sur l'activité des paris. Pour ainsi dire chaque graphique indique une augmentation aux dates où se sont disputés deux ou plusieurs matchs de Play-off 1.

- **Le nombre de nouveaux enregistrements de joueurs auprès de sites de paris :**
Les 4 jours où 2 ou 3 matchs des play-offs ont eu lieu, on a constaté un pic du nombre de nouveaux enregistrements les 5, 12 et 19 mai.
- **Le nombre d'inscriptions sur des sites Web de paris agréés :**
Des pics peuvent être observés dans le nombre d'inscriptions effectuées sur des sites Web de paris agréés à toutes les dates auxquelles se sont disputés deux ou trois matchs de Play-off 1 (5 mai, 12 mai, 16 mai et 19 mai).
- **Activité sur les comptes de paris :**
 - Dans **toutes les catégories d'âge**, une **hausse d'activité sur les comptes de paris** est constatée aux quatre dates où 2 ou 3 matchs de Play-off 1 ont eu lieu (5/05, 12/05, 16/05 et 19/05). La date du 16 mai dans la catégorie d'âge des « plus de 60 ans » constitue ici la seule exception.
 - **Tant chez les femmes que chez les hommes**, une **hausse d'activité est constatée sur les comptes de paris** à toutes les dates auxquelles sont disputés 2 ou 3 matchs de Play-off 1 (5/05, 12/05, 16/5 et 19/5).
 - Une tendance similaire peut être observée dans **les trois Régions**. Les **jours où se sont disputés deux ou trois matchs de Play-off 1**, un **pic d'activité** a été généré sur les comptes de paris (5/05, 12/05, 16/05 et 19/05).

- **Mises et gains distribués :**

- Le graphique du **total des mises et du total des gains payés** montre **clairement des pics** aux alentours du 5 mai, du 16 mai et du 19 mai. Il s'agit des dates auxquelles se sont disputés respectivement 2, 3 et 3 matchs de Play-off 1.
- Des **pics sont clairement observés dans le nombre de tickets de paris placés, le total des mises et les gains payés** aux dates où plusieurs matchs des play-offs ont eu lieu. Les 5, 12, 16 et 19 mai (dates auxquelles 2 ou 3 matchs de PO1 ont eu lieu), un pic a été observé quatre fois. Le 16 mai étant de surcroît un jeudi et non un jour de week-end, l'impact des play-offs sur le comportement de jeu est donc clairement démontré.
- Les données révèlent qu'une **hausse du nombre moyen de tickets par jour de 32,46 %** a été observée pendant la période des play-offs. L'**augmentation des mises était de 28,11 %**. Cela démontre que plus de paris ont été placés pendant qu'avant les play-offs, mais que les montants joués étaient (légèrement) inférieurs.
- Le Gross Gaming Revenue (GGR) a augmenté de 90,88 %, ce qui signifie que le GGR a presque doublé par rapport à la période avant les play-offs. Ce pourcentage étant également le triple du pourcentage d'augmentation des mises et du nombre de tickets, on peut dire que les parieurs ont placé plus de paris perdants pendant les play-offs qu'au cours de la période qui les précédait.

- **Le nombre de joueurs exclus par le biais de l'Excluded Persons Information System (EPIS) :**
Pendant la période des play-offs de la Jupiler Pro League (29/03-19/05), **aucune fluctuation significative** du nombre de joueurs exclus volontairement ou à la demande de tiers n'a été constatée.

- **Nombre de visites en ligne bloquées :**

Le graphique montre de **petits pics** à trois des quatre dates auxquelles se sont disputés 2 ou 3 matchs de Play-off 1 (le 5 mai, le 12 mai et le 16 mai).

5. Recommandations

L'analyse de la publicité pour les paris diffusée pendant les play-offs de football et l'analyse des données relatives aux paris révèlent d'une part que la publicité pour les paris est omniprésente lors d'événements footballistiques et d'autre part, qu'une augmentation de l'activité des paris peut être observée pendant les journées de match des play-offs.

Une étude scientifique sur la publicité pour des boissons alcoolisées menée à l'Université de Gand a récemment démontré que la confrontation fréquente à ce type de publicité n'est pas inoffensive. Il y a en effet été constaté que la publicité pour l'alcool incite à boire plus tôt, à consommer davantage et à adopter une attitude plus positive à l'égard des boissons alcoolisées.⁷³ L'impact de la publicité pour les paris est moins explicitement documenté. Si l'analyse précédente réalisée par le Secrétariat de la Commission des jeux de hasard démontre l'existence d'une relation positive entre les deux, une étude scientifique relative à la publicité pour les paris est requise pour corroborer cette thèse. Une étude scientifique est également nécessaire quant à la relation entre la publicité pour les jeux de hasard/paris et l'impact exercé par elle sur les différents groupes qui y sont confrontés, comme les mineurs d'âge, les personnes non expérimentées en matière de jeux de hasard/paris, les personnes qui ont déjà participé à des jeux de hasard et des paris en ligne et/ou hors ligne (la publicité va-t-elle les inciter à jouer davantage ?), les personnes dépendantes aux jeux en voie de rétablissement (quel est le risque de rechute ?). Toute recherche qui, lors de la mesure de l'impact de la publicité pour les paris, prend en compte la différenciation entre les différents groupes cibles pourrait fournir des informations susceptibles de constituer une plus-value pour la lutte de la Commission des jeux de hasard contre les addictions aux jeux.

La Commission des jeux de hasard accorde la priorité absolue à la protection des joueurs. C'est pourquoi elle œuvre sans relâche pour la mise en application de règles visant la protection des mineurs d'âge et d'autres personnes vulnérables, comme les personnes dépendantes au jeu et les personnes dépendantes au jeu en voie de rétablissement. L'accord conclu entre la Pro League et la Commission des jeux de hasard constitue une première étape dans la bonne direction pour apprendre aux clubs de football à gérer de façon responsable le sponsoring par des opérateurs de jeux de hasard et de paris, tout en respectant toujours l'intégrité du sport. Il ne pourrait ainsi pas y avoir de publicité pour les jeux de hasard/paris sur les billets et les T-shirts de mineurs d'âge, la publicité dans les stades ne devrait pas inciter à parier en direct et les clubs de football ne pourraient pas encourager les supporters à jouer auprès du sponsor-opérateur de jeux de hasard et de paris du club.⁷⁴ D'autres mesures relatives à la protection des joueurs incluent l'ajout d'un message préventif soulignant le risque qui est associé au jeu (par exemple : « *Si vous ne maîtrisez plus votre comportement de jeu, appelez le numéro d'appel d'aide gratuit SOS Jeux : 0800/35 777* ») et la non-référence aux actions spéciales telles qu'un bonus de bienvenue ou un « odds boost ».

Une prise de position claire pourrait ouvrir la voie à une politique publicitaire structurelle de la Commission des jeux de hasard, susceptible de s'appliquer, entre autres, par le biais de déclarations d'engagement avec des fédérations sportives. À cette fin, il convient de savoir si des restrictions quantitatives peuvent être imposées en matière de publicité. Cela peut aller d'une interdiction de publicité à une interdiction de parrainage de clubs sportifs ou de placement de produit, en passant par un système de points jusqu'à un pourcentage maximal de l'espace public réservé à de tels messages

⁷³ Informations obtenues par le biais du site Web <https://radio1.be/onderzoek-ugent-pleit-voor-totaalverbod-op-alcoholreclame-door-marketing-drinken-mensen-vroeger-en>, dernièrement consulté le 10 juillet 2019

⁷⁴ Comme c'est le cas actuellement sur les canaux des réseaux sociaux du club.

publicitaires. La Commission des jeux de hasard peut s'appuyer sur cette base pour élaborer une politique de contrôle et de sanction ciblée.

Il est conseillé d'examiner plutôt la problématique de la publicité du point de vue de la santé, car les risques sanitaires semblent être actuellement réduits et/ou minimisés en raison du fait que toute association non confinée avec le sport évoque consciemment ou inconsciemment un corps sain. Compte tenu de la présence encore plus importante de la publicité pour des boissons alcoolisées, du lien clairement établi entre la publicité pour les paris et la publicité pour l'alcool, et du fait que l'alcool peut être considéré comme un risque majeur de perte de contrôle, il serait bon que la vision politique concernant la publicité pour les jeux de hasard et de paris ne s'y limite pas. Si des publicités pour des boissons alcoolisées et des jeux de hasard sont diffusées conjointement, des mesures particulières sont requises.

Annexes

Annexe 1 : aperçu des matchs analysés

Journée 1

Play-off 1

Standard de Liège	Antwerp	Vendredi 29.03.2019 à 20 h 30
KRC Genk	RSC Anderlecht	Samedi 30.03.2019 à 20 h 30
FC Bruges	La Gantoise	Dimanche 31.03.2019 à 18 h

Play-off 2

KV Courtrai	Mouscron	Samedi 30.03.2019 à 18 h
KV Ostende	Eupen	Samedi 30.03.2019 à 20 h
Union SG	Cercle Bruges	Samedi 30.03.2019 à 20 h
Zulte Waregem	Waasland-Beveren	Samedi 30.03.2019 à 20 h
Saint-Trond	Charleroi	Dimanche 31.03.2019 à 15 h 30
Westerlo	KFCO Beerschot-Wilrijk	Dimanche 31.03.2019 à 21 h

Journée 2

Play-off 1

Antwerp	KRC Genk	Mardi 02.04.2019 à 20 h 30
La Gantoise	Standard de Liège	Mercredi 03.04.2019 à 20 h 30
RSC Anderlecht	FC Bruges	Jeudi 04.04.2019

Play-off 2

Cercle Bruges	Zulte Waregem	Mardi 02.04.2019 à 20 h 30
Mouscron	Union SG	Mardi 02.04.2019 à 20 h 30
Waasland-Beveren	KV Courtrai	Mardi 02.04.2019 à 20 h 30
Charleroi	KV Ostende	Mercredi 03.04.2019 à 20 h 30
KFCO Beerschot-Wilrijk	Saint-Trond	Mercredi 03.04.2019 à 20 h 30
Eupen	Westerlo	Mercredi 03.04.2019 à 20 h 30

Journée 3

Play-off 1

KRC Genk	La Gantoise	Samedi 06.04.2019 à 20 h 30
RSC Anderlecht	Antwerp	Dimanche 07.04.2019 à 18 h
FC Bruges	Standard de Liège	Lundi 08.04.2019 à 20 h 30

Play-off 2

KV Courtrai	Zulte Waregem	Vendredi 05.04.2019 à 20 h 30
KV Ostende	KFCO Beerschot-Wilrijk	Samedi 06.04.2019 à 18 h
Westerlo	Saint-Trond	Samedi 06.04.2019 à 20 h

Union SG	Waasland-Beveren	Samedi 06.04.2019 à 20 h
Mouscron	Cercle Bruges	Samedi 06.04.2019 à 20 h
Eupen	Charleroi	Dimanche 07.04.2019 à 20 h

Journée 4

Play-off 1

Standard de Liège	RSC Anderlecht	Vendredi 12.04.2019 à 20 h 30
La Gantoise	Antwerp	Samedi 13.04.2019 à 20 h 30
KRC Genk	FC Bruges	Dimanche 14.04.2019 à 18 h

Play-off 2

KFCO Beerschot-Wilrijk	Eupen	Samedi 13.04.2019 à 18 h
Zulte Waregem	Mouscron	Samedi 13.04.2019 à 18 h
Saint-Trond	KV Ostende	Samedi 13.04.2019 à 20 h
Cercle Bruges	Waasland-Beveren	Samedi 13.04.2019 à 20 h
KV Courtrai	Union SG	Samedi 13.04.2019 à 20 h
Charleroi	Westerlo	Dimanche 14.04.2019 à 20 h

Journée 5

Play-off 1

Standard de Liège	KRC Genk	Vendredi 19.04.2019 à 20 h 30
RSC Anderlecht	La Gantoise	Dimanche 21.04.2019 à 18 h
Antwerp	FC Bruges	Lundi 22.04.2019 à 14 h 30

Play-off 2

Union SG	Zulte Waregem	Samedi 20.04.2019 à 18 h
Westerlo	KV Ostende	Samedi 20.04.2019 à 20 h
Cercle Bruges	KV Courtrai	Samedi 20.04.2019 à 20 h
Eupen	Saint-Trond	Samedi 20.04.2019 à 20 h 30
Waasland-Beveren	Mouscron	Dimanche 21.04.2019 à 20 h
Charleroi	KFCO Beerschot-Wilrijk	Lundi 22.04.2019 à 18 h

Journée 6

Play-off 1

Antwerp	Standard de Liège	Vendredi 26.04.2019 à 20 h 30
La Gantoise	KRC Genk	Samedi 27.04.2019 à 20 h 30
FC Bruges	RSC Anderlecht	Dimanche 28.04.2019 à 18 h

Play-off 2

KV Ostende	Charleroi	Samedi 27.04.2019 à 18 h
Westerlo	Eupen	Samedi 27.04.2019 à 20 h
Mouscron	KV Courtrai	Samedi 27.04.2019 à 20 h
Waasland-Beveren	Union SG	Samedi 27.04.2019 à 20 h
Zulte Waregem	Cercle Bruges	Samedi 27.04.2019 à 20 h

Saint-Trond	KFCO Beerschot-Wilrijk	Dimanche 28.04.2019 à 20 h
-------------	------------------------	----------------------------

Journée 7

Play-off 1

KRC Genk	Antwerp	Vendredi 03.05.2019 à 20 h 30
RSC Anderlecht	Standard de Liège	Dimanche 05.05.2019 à 14 h 30
La Gantoise	FC Bruges	Dimanche 05.05.2019 à 18 h

Play-off 2

Charleroi	Saint-Trond	Samedi 04.05.2019 à 18 h
Eupen	KV Ostende	Samedi 04.05.2019 à 20 h
Cercle Bruges	Union SG	Samedi 04.05.2019 à 20 h
KV Courtrai	Waasland-Beveren	Samedi 04.05.2019 à 20 h
KFCO Beerschot-Wilrijk	Westerlo	Samedi 04.05.2019 à 20 h 30
Mouscron	Zulte Waregem	Dimanche 05.05.2019 à 20 h

Journée 8

Play-off 1

Standard de Liège	La Gantoise	Vendredi 10.05.2019 à 20 h 30
Antwerp	RSC Anderlecht	Dimanche 12.05.2019 à 14 h 30
FC Bruges	KRC Genk	Dimanche 12.05.2019 à 18 h

Play-off 2

KFCO Beerschot-Wilrijk	Charleroi	Samedi 11.05.2019 à 18 h
KV Ostende	Westerlo	Samedi 11.05.2019 à 20 h
Waasland-Beveren	Cercle Bruges	Samedi 11.05.2019 à 20 h
Zulte Waregem	KV Courtrai	Samedi 11.05.2019 à 20 h
Union SG	Mouscron	Samedi 11.05.2019 à 20 h 30
Saint-Trond	Eupen	Dimanche 12.05.2019 à 20 h

Journée 9

Play-off 1

RSC Anderlecht	KRC Genk	Jeudi 16.05.2019 à 20 h 30
Standard de Liège	FC Bruges	Jeudi 16.05.2019 à 20 h 30
Antwerp	La Gantoise	Jeudi 16.05.2019 à 20 h 30

Play-off 2

Union SG	KV Courtrai	Mardi 14.05.2019 à 20 h 30
Cercle Bruges	Mouscron	Mardi 14.05.2019 à 20 h 30
Waasland-Beveren	Zulte Waregem	Mardi 14.05.2019 à 20 h 30
KV Ostende	Saint-Trond	Mercredi 15.05.2019 à 20 h 30
Westerlo	Charleroi	Mercredi 15.05.2019 à 20 h 30
Eupen	KFCO Beerschot-Wilrijk	Mercredi 15.05.2019 à 20 h 30

Journée 10

Play-off 1

FC Bruges	Antwerp	Dimanche 19.05.2019 à 18 h
La Gantoise	RSC Anderlecht	Dimanche 19.05.2019 à 18 h
KRC Genk	Standard de Liège	Dimanche 19.05.2019 à 18 h

Play-off 2

KV Courtrai	Cercle Bruges	Vendredi 17.05.2019 à 20 h 30
Mouscron	Waasland-Beveren	Vendredi 17.05.2019 à 20 h 30
Zulte Waregem	Union SG	Vendredi 17.05.2019 à 20 h 30
Charleroi	Eupen	Samedi 18.05.2019 à 20 h
KFCO Beerschot-Wilrijk	KV Ostende	Samedi 18.05.2019 à 20 h
Saint-Trond	Westerlo	Samedi 18.05.2019 à 20 h