

Deloitte.



De nouvelles règles du jeu

Le projet de loi C-13 pourrait créer des occasions avec la réforme des paris sportifs au Canada

Note au lecteur : Ce document a été finalisé avant l'annulation des débats sur le projet de loi C-13 à la Chambre des communes à la fin de janvier. Bien que le projet de loi C-13 lui-même n'ait pas été annulé et qu'il figure toujours à l'ordre du jour législatif, en attente d'une deuxième lecture, nous estimons nécessaire de prendre acte de ce fait au début de notre rapport. Le projet de loi C-218, qui émane d'un député et qui vise à modifier le Code criminel à l'appui des paris sur une seule épreuve sportive, devrait faire l'objet d'un débat en deuxième lecture à la fin de février 2021. Deloitte est d'avis que, même si ce fait nouveau concernant le projet de loi C-13 peut prolonger le délai de la réforme, l'appui à son égard de tous les partis politiques n'a jamais été aussi fort, et que, par conséquent, les parties prenantes du secteur seraient avisées d'utiliser ce temps pour analyser et comprendre leurs champs d'action et leurs moyens de réussir.

Table des matières

| | |
|---|----|
| Introduction | 2 |
| Un moment opportun pour élargir les paris sportifs au Canada | 4 |
| Incidence potentielle de la réforme des paris sportifs sur le Canada : une perspective mondiale | 8 |
| Principaux éléments à considérer pour les parties prenantes de l'écosystème | 12 |
| Prochaines étapes : faire un pari avisé | 16 |



Introduction

Le secteur canadien des jeux et du divertissement est sur le point de subir une importante transformation qui pourrait mener à de nouvelles occasions de croissance, réduire les activités liées aux paris illégaux, et générer de nouveaux revenus pour les gouvernements et les organisations à l'échelle du pays.

En novembre 2020, le ministre de la Justice du gouvernement fédéral du Canada a déposé le projet de loi C-13 : *Loi modifiant le Code criminel (paris sur des épreuves sportives)*. S'il est adopté, ce projet de loi mettrait un terme à l'interdiction des paris sur un seul match ou une seule épreuve sportive et des paris propositionnels – un interdit qui remonte à plusieurs décennies et qui a détourné des milliards de dollars vers des marchés illicites¹.

Les mesures législatives proposées font écho à des démarches semblables aux États-Unis. En mai 2018, la Cour suprême des États-Unis a invalidé la *Professional and Amateur Sport Protection Act (PASPA)* de 1992, une décision qui avait le potentiel de légitimer des activités illégales de paris sportifs de l'ordre de 150 milliards de dollars américains². En l'espace de quelques mois, une poignée d'États américains avaient commencé à permettre des mises de nature sportive; en novembre 2020, 24 États avaient adopté une loi visant à réformer les paris sportifs, et 18 d'entre eux avaient mis en place des marchés entièrement opérationnels où il était possible de faire des paris sportifs en toute légalité³.

La Canadian Gaming Association (CGA) estime qu'une somme d'environ 15 milliards de dollars canadiens a été consacrée à des paris sportifs au Canada en 2020. Cela représente environ 3,75 fois la taille du marché des rencontres sportives au pays avant la COVID 19, soit toutes les équipes de sport professionnel, semi-professionnel et amateur qui jouent devant public. Cependant, seulement 3 % – ou 450 millions de dollars canadiens – de ces paris s'élevant à 15 milliards de dollars ont été effectués légalement⁴.



En novembre 2020,

24 États

avaient adopté une loi visant à réformer les paris sportifs, et 18 d'entre eux avaient mis en place des marchés entièrement opérationnels où il était possible de faire des paris sportifs en toute légalité.



La Canadian Gaming Association estime qu'une somme d'environ

15 G\$ CA

a été consacrée à des paris sportifs au Canada en 2020.

L'opinion des consommateurs et l'expérience vécue dans d'autres pays portent à croire que la légalisation des paris sur une seule épreuve sportive pourrait générer une forte croissance dans l'ensemble du secteur.

L'opinion des consommateurs et l'expérience vécue dans d'autres pays portent à croire que la légalisation des paris sur une seule épreuve sportive pourrait générer une forte croissance dans l'ensemble du secteur. Près de la moitié (49 %) des adultes ayant participé au sondage de 2019 d'Activate Consumer ont affirmé que la légalité était un élément important dans leur décision d'effectuer ou non des paris sportifs⁵. En novembre 2020, le New Jersey a enregistré des montants totaux misés de 931 millions de dollars américains, 93,6 % des mises ayant été effectuées au moyen de paris en ligne ou sur mobile⁶. Ce chiffre représente un bond de 15,9 % par rapport au record précédent, établi en octobre, et constitue un nouveau record national aux États-Unis⁷.

Quoi qu'il en soit, au moment où le Canada se prépare à légiférer en ce sens, les parties prenantes de l'écosystème des paris sportifs d'un bout à l'autre du pays doivent prendre d'importantes décisions. Ces choix joueront un rôle déterminant dans la façon dont la légalisation des paris sur les épreuves sportives sera mise en œuvre au Canada, ce qui aura des retombées économiques sur bon nombre de secteurs et sur les gouvernements fédéral et provinciaux. Aussi, Deloitte estime que le nombre total de mises effectuées de manière légitime cinq ans après la légalisation se chiffreront à près de 30 milliards de dollars canadiens.

En publiant ce document, Deloitte vise à susciter un dialogue sur les principaux enjeux concernant le projet de loi C-13 et à aider les parties prenantes à prendre les décisions importantes qui assureront la mise en place efficace, responsable et rentable de la légalisation des paris sur épreuves sportives au Canada. Nous examinerons les répercussions possibles du projet de loi et la façon dont d'autres pays ont traité ces questions, nous explorerons aussi l'ampleur potentielle de l'occasion, préciserons les principaux éléments à considérer pour les parties prenantes de l'ensemble de l'écosystème des paris sportifs, et proposerons des mesures que ces parties prenantes peuvent prendre au fil de leur processus décisionnel.



En novembre 2020, le New Jersey a enregistré des montants totaux misés de

931 M\$ US,

93,6 % des mises ayant été effectuées au moyen de paris en ligne ou sur mobile.



Un moment opportun pour élargir les paris sportifs au Canada



Plusieurs facteurs convergents suggèrent que le contexte est idéal pour légaliser les paris sur une seule épreuve sportive au Canada. On observe un intérêt grandissant envers l'élargissement des options de pari, et un besoin croissant de créer de nouvelles sources de revenus, alors que la pandémie de COVID-19 a fait des ravages dans les revenus sectoriels et la situation financière des gouvernements.

Situation actuelle des paris sportifs au Canada

Le marché canadien actuel des paris sportifs est fondé sur le principe des mises progressives. Les mises progressives sont des paris qui portent sur l'issue de plusieurs matchs; pour qu'un parieur remporte sa mise progressive, il doit choisir correctement l'issue de chacun des matchs individuels inclus dans sa mise. Ce format est également la seule façon dont les Canadiens peuvent s'adonner en toute légalité à des paris; toutefois, les parieurs doivent placer une mise sur un minimum de trois événements en jeu distincts.

Les leaders sportifs revendiquent un changement

Les organisations sportives et de jeu, tout comme les diffuseurs, sont enthousiastes à l'idée que le gouvernement fédéral élargisse les options de pari qui s'offrent aux Canadiens. En juin 2020, les commissaires de la Ligue nationale de basketball, de la Ligue nationale de hockey, de la Ligue nationale de baseball, de la MLS (Major League Soccer) et de la Ligue canadienne de football ont signé une lettre conjointe appelant le gouvernement à agir rapidement pour modifier les lois et permettre aux provinces d'offrir des paris sur une seule épreuve sportive. Les commissaires ont affirmé que les paris légaux et réglementés sur une seule épreuve sportive offriraient aux partisans un autre moyen de s'engager envers les sports qu'ils adorent, et profiteraient à la fois aux sports et aux partisans⁸.

Les organisations sportives ont fort à faire pour trouver de nouvelles sources de revenus pendant la crise de la COVID-19

Les modèles de revenu des organisations sportives à tous les niveaux ont été fortement perturbés par la pandémie, particulièrement ceux qui comptent en grande partie sur l'achalandage. Ces organisations recherchent de toute urgence de nouvelles sources de revenus. Aussi, l'assouplissement des restrictions sur les paris sportifs pourrait les aider à générer des revenus directs supplémentaires grâce à la vente de données, d'ententes de commandite et de publicités auprès des sites de paris. Une réforme pourrait également augmenter les sources de revenus indirects en favorisant la mobilisation et la consommation des partisans, la vente de produits dérivés et les accords sur les droits médiatiques, entre autres partenariats.

Les diffuseurs sont aux prises avec un recul des abonnements et des revenus

Les entreprises médiatiques canadiennes profiteraient aussi de la réforme des paris sportifs. Les diffuseurs ont observé un recul constant du nombre d'abonnés, qui est passé de 80 % des foyers en 2014 à 72,5 % des foyers en 2018⁹, en raison des consommateurs qui se désabonnent de la télévision par câble (les *cord-cutters*) et des membres de la nouvelle génération qui n'ont jamais été abonnés (les *cord-nevers*). Les diffuseurs subissent aussi un recul des revenus publicitaires à l'échelle locale depuis 2015, dont une baisse de près de 10 % en 2018-2019¹⁰, tandis que les entreprises ont rationalisé leurs dépenses de publicité et orienté davantage leurs efforts de marketing vers les plateformes en ligne.



La réforme des paris sportifs pourrait permettre aux diffuseurs de créer de nouvelles sources de revenus considérables. Ceux-ci pourraient tirer profit d'une hausse des dépenses publicitaires des casinos et des sites de paris, alors que ces organisations tirent parti d'un engagement accru des partisans. Ils pourraient aussi utiliser leurs plateformes de contournement respectives pour créer de nouveaux produits numériques et offrir une expérience sur un second écran au cours des événements sportifs en direct. Les revenus tirés de ces activités pourraient non seulement compenser les récents reculs, mais aussi être réinvestis dans du contenu canadien et favoriser un écosystème national de diffusion plus dynamique.



Les diffuseurs ont observé un recul constant du nombre d'abonnés, qui est passé de 80 % des foyers en 2014 à

72,5 %

des foyers en 2018

Les diffuseurs subissent aussi un recul des revenus publicitaires à l'échelle locale depuis 2015, dont une baisse de près de

10 %

en 2018-2019



Les gouvernements recherchent de nouvelles sources de revenus et de nouveaux moteurs de croissance économique

Au Canada, les gouvernements fédéral et provinciaux ont pris des mesures fiscales sans précédent en réponse aux répercussions sanitaires et économiques de la pandémie de COVID-19. Le fédéral prévoit un déficit budgétaire pouvant atteindre 381,6 milliards de dollars à l'exercice 2020-2021¹¹, la dette nette s'élevant à plus d'un billion de dollars¹². D'autres paliers de gouvernement font face à leurs propres défis budgétaires : entre le premier et le deuxième trimestre de 2020, le ratio combiné de la dette publique brute au PIB a augmenté de près de 5 %, soit la variation trimestrielle la plus élevée depuis trois décennies¹³.

Dans une perspective élargie de développement macroéconomique et économique, le Canada faisait face à des vents contraires même avant 2020. Le pays connaissait un fléchissement de la croissance économique, des gains de productivité et du commerce international; de plus, les problèmes liés au vieillissement de la population, au changement climatique et aux inégalités sociales ont commencé à s'intensifier. À l'époque, on se préoccupait déjà de la capacité des gouvernements fédéral et provinciaux à mettre en place des programmes d'aide sociale adéquats à l'intention des Canadiens. L'effondrement de la production économique et la hausse fulgurante des taux de chômage provoqués par la COVID-19 n'ont fait qu'aggraver ces difficultés économiques.

La gestion de la baisse des revenus et les déficits et niveaux d'endettement de plus en plus lourds seront des facteurs préoccupants pour tous les paliers de gouvernement bien après le retrait progressif des programmes d'aide sociale mis en place durant la pandémie. Par ailleurs, le Canada aura besoin de nouveaux moteurs d'activité économique pour soutenir la reprise économique au pays. L'élargissement du secteur des paris sportifs pourrait être l'un des moyens pour les gouvernements de générer des revenus fort nécessaires et donner un coup de pouce à l'économie.

À un niveau élémentaire, des paris sportifs élargis constitueraient une nouvelle source supplémentaire de recettes gouvernementales. Mais en plus, cela aurait d'importantes retombées économiques quantitatives et qualitatives, en contribuant au PIB national, en créant des emplois, et en augmentant les recettes fiscales grâce à la croissance du tourisme, du jeu, des activités d'entreprise, et de la recherche et du développement, entre autres. Cela ferait du Canada une destination touristique plus attrayante, en plus d'attirer des investissements et des innovations dans les domaines des jeux de hasard,

de la ludification, de la mobilité et des médias interactifs. Cela créerait des occasions pour de nouveaux partenariats intersectoriels. Bref, l'expansion des paris sportifs légaux pourrait augmenter l'innovation et la croissance à l'échelle du pays, tout en réduisant la taille du marché des paris sportifs illégaux. C'est une occasion qu'il convient de saisir.

Projet de loi C-13 : dynamiser le secteur canadien des paris sportifs

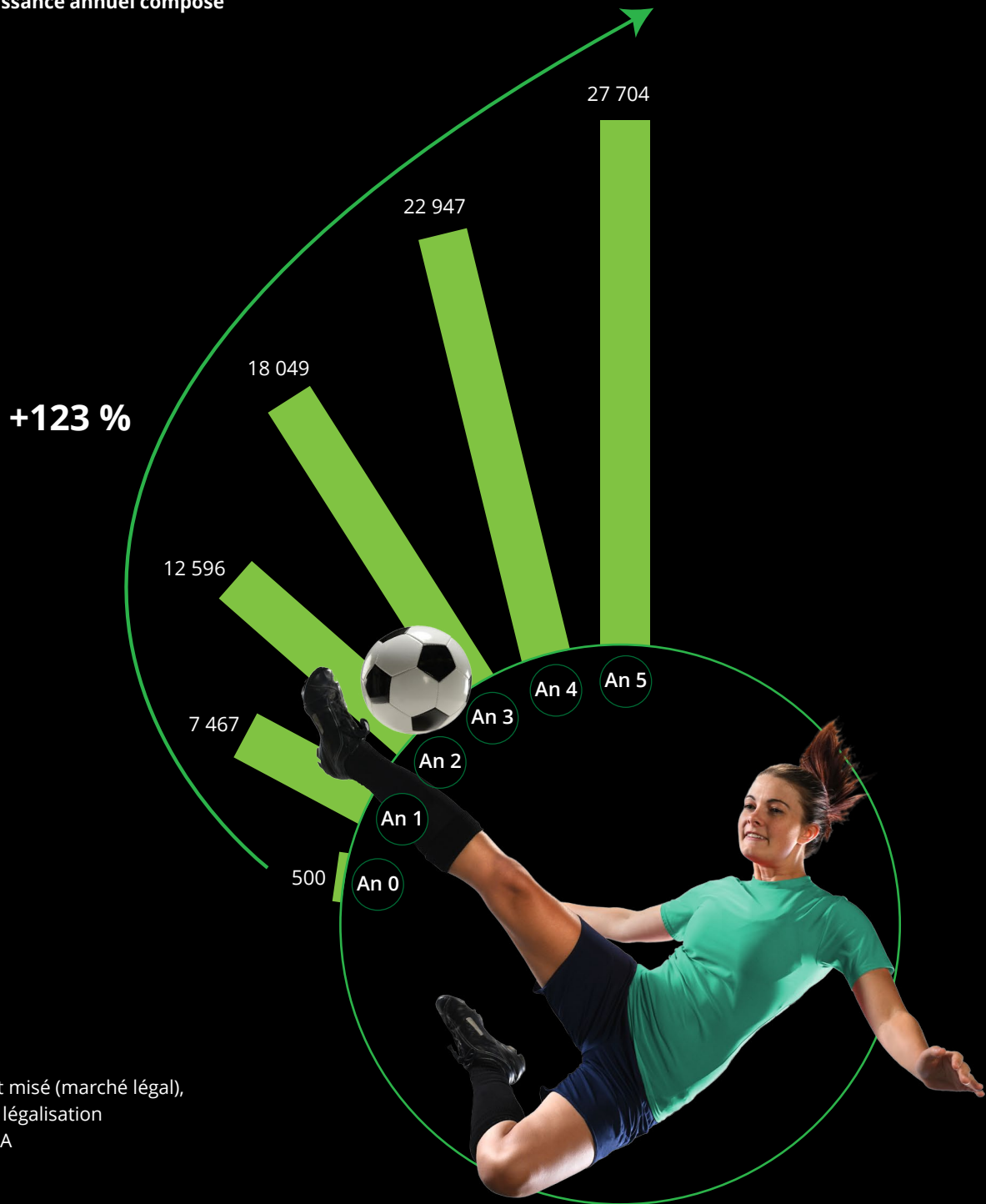
S'il est adopté, le projet de loi C-13 aurait rapidement d'importantes retombées économiques en dynamisant la croissance du secteur des partis sportifs au Canada. Notre analyse suggère que, dans un délai de cinq ans suivant la légalisation, le marché des paris légaux pourrait passer de 500 millions de dollars à près de 28 milliards de dollars canadiens. À ce rythme, le secteur pourrait devenir près de sept fois plus important que le marché actuel des événements sportifs au pays en seulement cinq ans.

De toute évidence, le projet de loi C-13 pourrait entraîner unecroissance économique considérable – et d'importantes recettes fiscales – à un moment où il y aura une forte demande en ce sens.

Notre analyse suggère que, dans un délai de cinq ans suivant la légalisation, le marché des paris légaux pourrait passer de 500 millions de dollars à près

28 G\$ CA

Figure 1
Taux de croissance annuel composé





Incidence potentielle de la réforme des paris sportifs sur le Canada : une perspective mondiale



Une importante occasion s'offre assurément au Canada. Mais pour que cette occasion transformationnelle soit durable, les gouvernements, les sociétés de loteries et de jeu et les autres parties prenantes ne doivent pas pour autant avancer tête baissée avant d'avoir exploré les expériences vécues et les leçons apprises par des pays comparables en ce qui a trait aux paris sportifs. Ainsi, les décideurs canadiens bénéficieront d'un point de vue de ce que pourrait leur réserver la réforme des paris sportifs. À cette fin, Deloitte s'est tourné vers le Royaume-Uni, les États-Unis et l'Australie pour recueillir des perspectives sur les conséquences de la légalisation des paris sportifs. Ces pays jettent un éclairage sur des marchés de paris sportifs parvenus à maturité ou en expansion, et dont les milieux du sport professionnel et de la consommation s'apparentent largement à ceux du Canada.

Nous nous sommes concentrés sur trois principaux aspects – la fiscalité, les règles de diffusion et publicitaires, et les partenariats sportifs – pour comprendre l'approche adoptée par chacun des pays, puis dégager les principales répercussions pour les parties prenantes canadiennes.

Modèles de fiscalité

Dans chacun des pays, nous avons examiné les modèles de fiscalité afin de mieux comprendre le flux des fonds entre les parieurs, les exploitants et les gouvernements. Aux États-Unis, les gains des parieurs sont imposés; les exploitants paient aussi de l'impôt, à un taux qui varie selon l'État, et certains gouvernements étatiques perçoivent aussi des droits de licence auprès des exploitants. En revanche, au Royaume-Uni, les parieurs ne sont pas imposés sur leurs gains, et les exploitants paient un impôt forfaitaire de 15 % au gouvernement britannique¹⁴. Les parieurs australiens ne sont pas imposés non plus sur leurs gains, tandis que les exploitants paient de l'impôt à leur propre État, non pas à l'État où habite le parieur ni à celui où le pari est encaissé. Certains gouvernements étatiques australiens perçoivent aussi des droits de licence auprès des exploitants.



Implications pour le Canada

Les exemples britannique, américain et australien suggèrent que les divers paliers de gouvernement au Canada devraient prendre en compte un certain nombre de questions de nature fiscale associées à la réforme des paris sportifs :

- Le Canada devrait-il maintenir sa politique de longue date selon laquelle les gains des activités de jeu ne sont pas imposés?
- À quel point les niveaux de taxation pour les exploitants pourraient-ils entraîner des conséquences non intentionnelles ou contre-productives? Un régime fiscal jugé trop sévère par les exploitants, par exemple, pourrait amener les preneurs de paris à offrir de moindres chances de gagner, ce qui ralentirait le rythme d'adoption des plateformes de jeu légales au pays.
- Quel serait le niveau probable d'arbitrage et de pertes économiques si les parieurs recherchent des chances plus favorables auprès des exploitants dans d'autres provinces, notamment en raison des différences entre les régimes fiscaux provinciaux?



Règles de diffusion et publicitaires

Les sports constituent un important point de convergence entre les secteurs des paris sportifs et des médias, ce qui soulève des préoccupations concernant la relation entre le jeu, la publicité et les consommateurs. Aux États-Unis, l'American Gaming Association a établi un code d'éthique pour le jeu responsable en 2019, un an après la légalisation des paris sportifs au pays¹⁵. Ce code comporte une section consacrée à la publicité responsable. Au Royaume-Uni, les activités publicitaires des exploitants de jeu ont fait l'objet d'une surveillance accrue; en réaction à un bond des paris sportifs au début de la période de confinement découlant de la COVID 19, le Betting and Gaming Council a convenu de cesser volontairement toute publicité télé et radio jusqu'au 5 juin 2021¹⁶. En Australie, la Communication and Media Authority a défini des règles explicites et très détaillées concernant les paris sportifs pour un large éventail de supports publicitaires¹⁷.



Implications pour le Canada

Notre examen des pratiques adoptées aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie à l'égard des règles de diffusion et des paris sportifs souligne plusieurs enjeux clés sur lesquels les gouvernements, les associations de jeu et les entreprises médiatiques devraient se pencher :

- Les normes existantes et d'autres cadres devraient-ils être revus pour concorder avec la réforme? Ces règles et lignes directrices varieront-elles en fonction du support médiatique?
- Qui devrait être responsable d'ébaucher et de revoir ces normes? Comment ces éventuelles nouvelles normes seront-elles appliquées, et par qui?
- Durant la période qui suivra immédiatement la légalisation, comment les parties prenantes veilleront-elles à ce que les messages concernant la réforme des paris sportifs favorisent l'adoption souhaitée et l'activité économique sans donner l'impression de « promouvoir » le jeu?

Partenariats sportifs

Il est presque certain que les entreprises de paris sportifs voudront créer des partenariats avec des organisations sportives traditionnelles, notamment sous forme de commandites. Dans les États américains, les franchises sportives qui proposent des paris sportifs légaux ont souvent établi des partenariats avec les grands sites de paris et offrent des occasions de marketing dans les stades. Par exemple, la société hôtelière et de divertissement casino américaine Caesars et le groupe de jeu britannique William Hill¹⁸ sont les commanditaires en titre de deux salons dans le stade des New Jersey Devils de la LNH¹⁹; les Devils sont

aussi partenaires de la société de jeu FanDuel pour la création de publicités multimédias. Au Royaume-Uni, 8 des 20 équipes de soccer de la Première ligue anglaise arborent sur leur chandail une société de jeu mondiale comme commanditaire pour la saison 2020-2021.

Les paris sportifs offrent aussi aux organisations sportives nord-américaines un moyen d'augmenter leur présence marketing au Royaume-Uni : Bet365, une importante entreprise britannique de jeux en ligne, est le commanditaire en titre des matchs de la NFL diffusés au Royaume-Uni, en plus d'offrir des expériences VIP et du contenu médiatique

abrégé²⁰. En Australie, la National Basketball Association s'est associée à BetEasy, un preneur de paris qui offre des paris sportifs en ligne. BetEasy détient les droits d'utilisation des actifs de la NBA dans son matériel de marketing, et fait la promotion de la NBA à l'échelle de l'Australie. BetEasy a également accès à des données officielles de la NBA, et collaborera avec la ligue pour promouvoir le jeu responsable et protéger l'intégrité du sport²¹.



Implications pour le Canada

Les exemples de partenariats sportifs américains, britanniques et australiens mettent en lumière plusieurs questions importantes que les organisations sportives et les preneurs de paris devront envisager si le projet de loi C-13 est adopté, tandis que le Canada doit se préparer à réformer ses lois relatives aux paris sportifs :

- Comment les propriétaires sportifs, qu'il s'agisse d'équipes individuelles ou de ligues entières, peuvent-ils amplifier leur image de marque en collaborant de façon créative avec des partenaires de paris sportifs?
- Outre les partenariats fondés sur les catégories (p. ex., un partenaire de jeu officiel), quelles autres occasions s'offrent aux organisations sportives de stimuler les revenus par l'intermédiaire de partenariats avec des sites de paris?
- Quelle sera l'influence des divers preneurs de paris partenaires sur l'expérience des partisans à l'intérieur comme à l'extérieur du stade, de même qu'ailleurs, par l'intermédiaire de différents supports médiatiques?



Il est presque certain que les entreprises de paris sportifs voudront créer des partenariats avec des organisations sportives traditionnelles, notamment sous forme de commandites.

Principaux éléments à considérer pour les parties prenantes de l'écosystème



L'écosystème des paris sportifs est composé de nombreuses parties prenantes. Les gouvernements sont responsables de définir les politiques, les règles et les règlements qui détermineront la taille et la nature du secteur canadien du jeu faisant l'objet d'une réforme. Le secteur, y compris les sites de paris, devra décider comment il exercera ses activités en respectant les paramètres gouvernementaux, tout en déterminant le genre d'expérience qu'il souhaite faire vivre aux clients et la façon de générer des revenus. Quant aux autres parties prenantes, allant des acteurs médiatiques aux organisations sportives, elles devront établir le meilleur moyen de tirer parti de l'environnement élargi des paris pour mobiliser les partisans et les consommateurs, et créer de nouvelles sources de revenus lucratives.

Les points à considérer ci-dessous sont adaptés à des parties prenantes précises de l'ensemble de l'écosystème des paris sportifs. Le fait de consacrer du temps et de l'énergie à ces questions importantes dès aujourd'hui, avant l'éventuelle adoption du projet de loi C-13, contribuera à assurer une mise en œuvre plus efficace de l'expansion et de la légalisation des paris sportifs le moment venu.



Gouvernements

- Qu'est-ce qui constitue une estimation raisonnable des revenus générés par la légalisation des paris sportifs sur des matchs individuels et des paris propositionnels?
- Quels sont les risques éventuels pour le public découlant d'une réforme des paris sportifs? Comment peut-on régler ou atténuer ces risques?
- Quelle serait l'incidence sur les actuelles normes de jeu? Quelles nouvelles normes devront être mises en place?
- Les tiers exploitants de plateformes de paris seront-ils permis, ou les paris sportifs seront-ils limités aux sociétés de loteries régionales existantes?
- Comment les gouvernements peuvent-ils assurer la transparence vis-à-vis du public concernant les sites de paris sans éliminer par inadvertance les flux de capitaux vers ce secteur florissant? Quel seuil de capitaux propres rendra obligatoire la présentation d'informations? À quoi ressemblera le processus de déclaration?
- Comment la réforme des paris sportifs peut-elle servir au soutien de stratégies élargies de développement économique? Il convient de prêter une attention particulière à des secteurs clés, comme les technologies de l'information et de la communication, et les domaines particulièrement éprouvés par la COVID 19, comme l'accueil, le tourisme et les loisirs.
- Comment peut-on recourir à la réforme des paris sportifs pour susciter et nourrir l'entrepreneuriat, l'innovation, la productivité et la compétitivité d'un bout à l'autre du Canada? Comment pourra-t-on quantifier ces retombées?



Casinos, loteries, organisations de jeu et sites de paris

- Tandis que le projet de loi C-13 supprimerait les barrières juridiques à l'expansion des activités de paris sportifs, quels sont les autres éléments moteurs? Comment ces derniers changent-ils parmi les différents profils de parieur? Quel profil revêt la plus grande valeur potentielle?
- Comment l'organisation peut-elle configurer ses gammes de produits pour répondre aux attentes des différents profils de parieur?
- Comme les mises en ligne et sur mobile représentent une partie importante des activités de pari, comment l'organisation peut-elle offrir une excellente expérience utilisateur en ligne et sur mobile? Quelles sont les répercussions pour l'infrastructure technique (p. ex., la cybersécurité, les mises à jour en temps réel)?
- Quelles données peut-on – et devrait-on – recueillir dans le but d'obtenir des perspectives sur les clients, d'effectuer des itérations et de prendre de meilleures décisions d'affaires? Comment l'organisation peut-elle veiller à protéger la confidentialité et la sécurité des données des consommateurs?
- Comment l'organisation peut-elle assurer la promotion et la sensibilisation auprès des clients actuels et potentiels à propos des produits de paris légaux qu'elle offre?
- Quelles sont les occasions d'atteindre de nouveaux groupes démographiques de clients de manière authentique, au moyen de partenariats avec des organisations médiatiques et sportives?
- Comment les produits de paris sportifs peuvent-ils être groupés avec d'autres produits de loterie à des fins de promotion croisée et de vente croisée de la gamme complète de produits aux parieurs intéressés?
- Comment les paris sportifs peuvent-ils être délibérément intégrés aux offres de casino et aux autres expériences dans les établissements? À quoi pourraient ressembler les partenariats avec des restaurants et des bars?
- Quelles sont d'autres mesures qu'il faudrait peut-être prendre pour assurer des comportements de jeu sûrs et responsables ou pour proposer des programmes d'autoexclusion volontaire?



Médias

- En quoi consistent les possibilités et les risques inhérents aux différentes options de partenariats de paris sportifs (p. ex., créer et utiliser son propre site de paris; offrir un produit privé à partir de la technologie d'un exploitant existant; établir un partenariat avec un site de paris existant, y compris la possibilité d'acquérir une participation en capital)?
- Quels types de contenu original pour les paris – tels que la programmation axée sur le jeu – peuvent être produits pour accroître le temps d'écoute?
- Quelles intégrations médiatiques (p. ex., du contenu et des expériences de marque sur mesure, des technologies de visionnement) peuvent être utilisées pour rehausser l'expérience de mise?
- Comment peut-on rendre les interactions médiatiques sur différents supports – services de contournement, diffusion, médias sociaux – plus ludiques? Peut-on créer des expériences de jeu gratuites pour encourager les spectateurs à interagir avec les matchs en direct et le contenu connexe?



Exploitants d'installations sportives

- Comment l'élargissement des options de paris sportifs modifiera-t-il les attentes des clients à l'égard de l'expérience sur place?
- L'emplacement existant devrait-il être reconfiguré en un lieu permettant les paris sportifs, et quelle forme cela devrait-il prendre?
- Quelles sont les possibilités d'intégration de la ludification aux applications existantes des installations sportives sur les appareils mobiles?



Organisations sportives traditionnelles

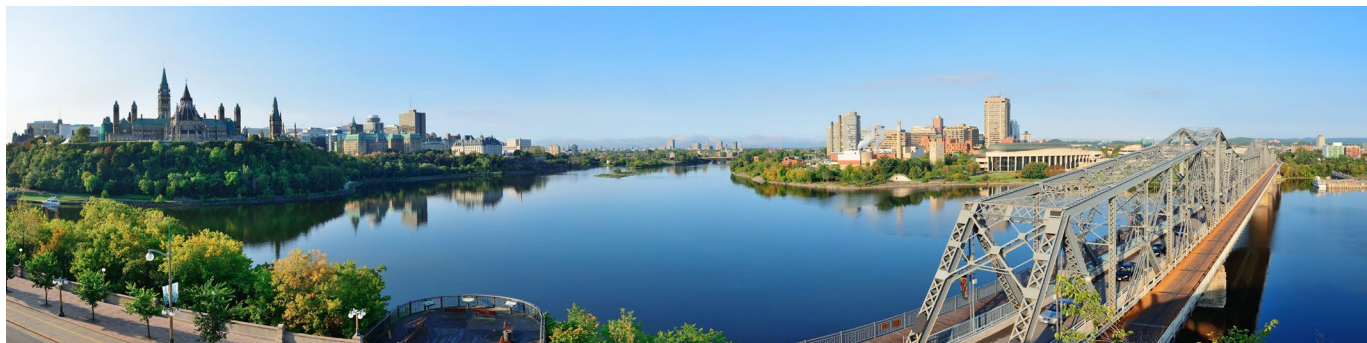
- Quelle infrastructure doit être mise en place pour assurer l'intégrité des paris?
- Quelle sera l'incidence de la réforme des paris sportifs sur l'intérêt suscité par le « produit » de l'équipe, et du sport en général, et la consommation de ce produit?
- Quel est le potentiel de revenu des hausses d'intérêt et de consommation attribuables à la réforme des paris sportifs?
- Comment l'organisation peut-elle s'assurer qu'elle monnaie efficacement tous les supports disponibles, des partenariats aux droits médiatiques et à la vente de données?



Organisations de sports électroniques

- Comment les organisations de l'écosystème des sports électroniques, des éditeurs aux équipes, peuvent-elles monnayer tous les supports offerts?
- Quelle sera l'incidence sur l'afflux de capitaux vers le secteur? Est-ce qu'un plus grand nombre d'organisations de paris sportifs électroniques emboîteront le pas à Red Luck Group Ltd. en s'inscrivant en bourse?
- Quelles innovations issues des sports électroniques et des paris fantaisistes, comme les paris avec soi-même, peuvent servir à réaliser des progrès dans les paris sportifs traditionnels?
- Comment peut-on tirer profit de la dynamique de croissance du secteur des jeux vidéo et des sports électroniques dans les gammes de produits de paris sportifs? Comment peut-on rendre l'expérience plus ludique?
- Comment le puissant modèle de distribution numérique propre au secteur des jeux vidéo et des sports électroniques peut-il être appliqué pour accéder plus efficacement à des marchés cibles et sensibiliser les nouveaux clients?

Prochaines étapes : faire un pari avisé



Même s'il faudra beaucoup de temps aux parties prenantes pour explorer les principaux facteurs à considérer, elles pourront aussi prendre des mesures plus immédiates pour se préparer aux éventuelles répercussions de la réforme des paris sportifs au Canada.



- **Les gouvernements** devraient effectuer des analyses de scénarios pour mieux comprendre les répercussions – et les conséquences imprévues – de différents modèles de propriété de sites de paris, des réformes de cadre et des régimes fiscaux. Parmi les répercussions précises à examiner, citons l'effet de l'expansion des paris sportifs sur les recettes gouvernementales, l'afflux de capitaux, l'innovation et l'entrepreneuriat, et la compétitivité.



- **Les casinos, les loteries et les organisations de jeu** devraient commencer par mettre l'accent sur le bien-fondé. Ils devraient identifier les profils de parieurs sportifs pour mieux comprendre les clients potentiels, et explorer les façons de créer une expérience de paris qui optimise la mobilisation et offre une expérience client supérieure, que ce soit en personne, en ligne ou sur mobile.



- **Les organisations médiatiques** devraient réfléchir à l'expérience de diffusion et d'interaction, et déterminer l'influence que cela exerce sur les choix concernant l'accès au marché, comme un partenariat avec un site de paris existant, offrir un produit privé à partir de la technologie d'un exploitant existant, ou créer un nouveau site de paris exclusif.



- **Les exploitants d'installations sportives** devraient se pencher sur la façon dont les attentes sur les lieux pourraient changer, et dont l'évolution de ces attentes pourrait nécessiter des améliorations aux espaces physiques et aux applications mobiles des lieux.



- **Les organisations de sports électroniques et les organisations sportives traditionnelles** devraient déterminer l'incidence de la réforme des paris sportifs sur l'évaluation des partenariats. La réforme pourrait augmenter la mobilisation envers l'équipe ou le sport, ce qui devrait être quantifié, évalué, et utilisé dans le cadre des négociations de partenariat, toutes catégories confondues.

Au cours des derniers mois, il y a eu beaucoup de discussions quant à la façon dont la pandémie de COVID-19 a offert une occasion inégalée pour les gouvernements, les entreprises et d'autres organisations du Canada d'« investir dans l'avenir ». Le moment est venu d'effectuer des investissements audacieux qui misent sur les tendances sociétales et économiques existantes et émergentes, et qui placent le pays en bonne posture pour un avenir plus prospère.

Les paris sportifs ne représentent qu'un aspect de cette volonté d'investir dans l'avenir et de créer de nouvelles possibilités qui profiteront aux gouvernements et aux entreprises du Canada. Il est essentiel que les parties prenantes aillent de l'avant en connaissance de cause. Chacune d'entre elles devrait profiter de ce temps, en attendant la légalisation, pour se positionner en vue de maximiser les occasions potentielles qui les attendent.

L'expansion des paris sportifs légaux changerait véritablement la donne pour bon nombre de secteurs et pour le pays entier. Si c'est un pari qui, à notre avis, en vaut la peine, les parties prenantes doivent impérativement s'assurer d'être bien renseignées avant de se lancer pour assurer les meilleurs gains.

Notes de fin

1. Simon Houpt, « Sports betting in Canada is still not (completely) legal. That might soon change. (Or not.) », *The Globe and Mail*, 28 février 2020, <https://www.theglobeandmail.com/sports/article-sports-betting-in-canada-is-still-not-completely-legal-that-might/>
2. Phil Helsel, « Sports betting is now legal in several states. Many others are watching from the sidelines. », *NBC News*, 13 août 2018, <https://www.nbcnews.com/news/us-news/sports-betting-now-legal-several-states-many-others-are-watching-n894211>
3. Ryan Rodenberg, « United States of sports betting: An updated map of where every state stands », *ESPN*, 3 novembre 2020, https://www.espn.com/chalk/story/_/id/19740480/the-united-states-sports-betting-where-all-50-states-stand-legalization
4. IBISWorld, « Spectator Sports in Canada », 22 mai 2020, <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/spectator-sports-industry/>
5. *Activate Consumer Tech & Media 2020 Outlook* (2019)
6. Andrew Cohen, « New Jersey Sports Betting Nears \$1 Billion in November », *SportTechie*, 15 décembre 2020, <https://www.sporttechie.com/new-jersey-sports-betting-nears-1-billion-in-november/>
7. Au moment de la rédaction de ces lignes, aucune donnée n'était disponible pour le mois de décembre 2020.
8. TSN, « Commissioners urge federal government to allow single-game betting », TSN, 12 juin 2020, <https://www.tsn.ca/commissioners-urge-federal-government-to-allow-single-game-betting-1.1485586>
9. Gouvernement du Canada, « Rapport de surveillance des communications 2019 », 21 janvier 2020, <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2019/cmr7.htm>
10. Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, « Discretionary and on-demand services: Statistical and financial summaries 2015-2019 », 31 août 2019, https://applications.crtc.gc.ca/OpenData/CASP/Financial%20Broadcasting%20Summaries/Books%202019/2019%20Broadcasting%20Statistical%20and%20Financial%20Summaries%20-%20Discretionary%20and%20On-demand/English/2019%20Discretionary%20and%20On-Demand%20-%20Statistical%20and%20Financial%20Summaries.pdf?_ga=2.37826531.1163585148.1603473736-1926092832.1603473736
11. Julie Gordon, « Canada deficit seen higher, government eyes up to \$100 billion in stimulus spending », *Reuters*, 30 novembre 2020, <https://www.reuters.com/article/us-canada-budget-idCAKBN28A1AH>
12. Gouvernement du Canada, « La revue financière – septembre 2020 », consulté le 30 novembre 2020, <https://www.canada.ca/fr/ministere-finances/services/publications/revue-financiere/2020/09.html>
13. Statistique Canada, « Indicateurs financiers du secteur des administrations publiques, comptes du bilan national », consulté le 15 janvier 2021, https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3810023701&request_locale=fr
14. TopRatedCasinos, « Beginner's Guide to UK Gambling Tax », consulté le 15 janvier 2021, <https://www.topratedcasinos.co.uk/before-you-play/gambling-tax>
15. American Gaming Association, « Responsible Gaming Code of Conduct », 3 janvier 2019, <https://www.americangaming.org/responsibility/member-code-of-conduct/>
16. Heidi Specter, « UK Gambling Companies Agree to Limit TV and Radio Ads through June 5 », *Gambling News*, 28 avril 2020, <https://www.gamblingnews.com/news/uk-gambling-companies-agree-to-limit-tv-and-radio-ads-through-june-5/>
17. Australian Communications and Media Authority, « Online Gambling Services », consulté le 15 janvier 2021, <https://www.acma.gov.au/online-gambling-services>
18. Daniel O'Boyle, « William Hill shareholders approve Caesars deal », *iGB*, 19 novembre 2020, <https://igamingbusiness.com/william-hill-shareholders-approve-caesars-deal/>
19. John Brennan, « Caesars joins the sports betting 'club' at Prudential Center », *NJ Online Gambling*, 31 janvier 2019, <https://www.njonlinegambling.com/caesars-club-prudential-center-opening/>
20. Alice Hancock, « UK's Bet365 takes a punt on US market », *Financial Times*, 6 septembre 2019, <https://www.ft.com/content/6394973c-cf0b-11e9-b018-ca4456540ea6>
21. NBA Communications, « BetEasy becomes NBA's official wagering partner in Australia », communiqué de presse, 26 février 2019, <https://pr.nba.com/beteasy-becomes-the-nbas-official-wagering-partner-in-australia/>

Personne-ressource

Jeff Harris

Leader national
Services-conseils Sport
Canada
jeffharris@deloitte.ca

Remerciements

Gavin McTavish

Conception stratégique
et opérationnelle
(Monitor Deloitte)
Canada
gmctavish@deloitte.ca

Leslie Peterson

Leader nationale
Transport, accueil
et services, Jeu
Canada
lepeterson@deloitte.ca

Dan Rowe

Leader national
Consultation et risques
Secteur Consommation
Canada
danielrowe@deloitte.ca

Nous aimerions souligner la contribution des personnes suivantes
à la production de ce rapport :

Luc Ryu, Ben Blum, Scott Goodman, Eitan Levitt, Harumi Shirraishi,
Justin Merson et Dave Mason.



Deloitte.

La présente publication ne contient que des renseignements généraux, et Deloitte n'y fournit aucun conseil ou service professionnel dans les domaines de la comptabilité, des affaires, des finances, du placement, du droit ou de la fiscalité, ni aucun autre type de service ou conseil. Elle ne remplace donc pas les services ou conseils professionnels et ne devrait pas être utilisée pour prendre des décisions ou des mesures susceptibles d'avoir une incidence sur votre entreprise. Avant de prendre des décisions ou des mesures qui peuvent avoir une incidence sur votre entreprise, vous devriez consulter un conseiller professionnel reconnu. Deloitte n'est pas responsable des pertes que subirait une personne parce qu'elle se serait fiée au contenu de la présente publication.

À propos de Deloitte

Deloitte Inc., société constituée en vertu des lois du Canada, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/apropos.

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit et de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques, de la fiscalité et d'autres services connexes à de nombreuses sociétés ouvertes et fermées dans différents secteurs. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500^{MD} par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences de renommée mondiale, le savoir et les services dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l., société à responsabilité limitée constituée en vertu des lois de l'Ontario, est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses sociétés membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

Notre raison d'être mondiale est d'avoir une influence marquante. Chez Deloitte Canada, cela se traduit par la création d'un avenir meilleur en accélérant et en élargissant l'accès au savoir. Nous croyons que nous pouvons concrétiser cette raison d'être en incarnant nos valeurs communes qui sont d'ouvrir la voie, de servir avec intégrité, de prendre soin les uns des autres, de favoriser l'inclusion et de collaborer pour avoir une influence mesurable.

Pour en apprendre davantage sur les quelque 312 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 12 000 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#) ou [Facebook](#).

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées.

Conçu et produit par L'Agence | Deloitte Canada. 20-3574964