

Deloitte.



Perspectives des parieurs

Comment les organisations peuvent
gagner dans le nouveau contexte
des paris sportifs canadiens

	101 SO MISS		126 OHIO
	102 TULSA	-6	127 KENT
50	WEDNESDAY OCTOBER 4		128 TEMPLE
50	103 C FLORIDA		129 BALL
100	104 MARSHALL	-3.5	130 BUFFAL
100	THURSDAY OCTOBER 5		131 ARKANS
100	105 FLA ST	-11	132 AUBURN
100	106 NC ST		133 DUKE*
100	107 TCU	-1	134 ALABAMA
100	108 UTAH		135 OKLA ST
	FRIDAY OCTOBER 6		136 KANSAS
100	109 LOUISVILE	-33	137 TEXAS A
100	110 MD TN ST*		138 KANSAS
	SATURDAY OCTOBER 7		139 S DIEGO
100	111 N WESTERN		140 BYU
100	112 WISCONSIN	-20.5	141 RICE
100	113 PURDUE		142 TULANE
100	114 IOWA	-11	143 NAVY
100	115 PITTSBURG	-6.5	144 AIR FORC
100	116 SYRACUSE		145 STANFORD
100	117 INDIANA		146 NTRE DAM
100	118 ILLINOIS	-7	147 W VIRGIN
100	119 CLEMSON	-16	148 MISS ST
100	120		149 LSU
			150 FLORIDA
			151 WASH ST
			152 OREGON

Table des matières

Récapitulation.....	2
Comprendre la communauté des paris sportifs du Canada.....	4
Points saillants	6
Jouer pour gagner sur la scène canadienne des jeux en pleine évolution.....	12
Une compréhension plus nuancée des joueurs peut signifier que tout le monde y gagne	16

Méthodologie

Notre rapport de 2022 sur les paris sportifs, intitulé *Perspectives des parieurs : comment les organisations peuvent gagner dans le nouveau contexte des paris sportifs canadiens*, explore les comportements historiques et futurs des paris sportifs au Canada, l'expérience des paris, les données démographiques, la communauté d'adeptes et l'intégration croisée des jeux de casino. Les observations sont fondées sur un sondage mené en ligne (du 22 septembre au 1^{er} octobre 2021) auprès de plus de 1 000 consommateurs canadiens âgés de 18 ans et plus, y compris probablement des parieurs et des non-parieurs ayant diverses situations financières et provenant de différentes régions géographiques. Sauf indication contraire, tous les montants cités sont en dollars canadiens.

Récapitulation



Le gouvernement fédéral du Canada a légalisé les paris sur une seule épreuve sportive à la fin d'août 2021, ce qui a permis aux provinces et aux territoires d'offrir et de réglementer l'activité comme ils le jugent approprié. Ce changement devrait permettre de réorienter quelque 14 G\$ dépensés annuellement dans les marchés illégaux et non autorisés ou mal contrôlés vers les secteurs légaux, où ils pourront être surveillés et imposés de manière appropriée¹. Dans le dernier rapport de Deloitte sur la réforme des paris sportifs, *Les nouvelles règles du jeu* (février 2021), nous avons estimé que la légalisation des paris sur une seule épreuve sportive pourrait entraîner 28 G\$ de paris sur le marché légal dans les cinq ans après la réforme.



Pour réaliser ce potentiel, les gouvernements, le secteur des jeux, les médias et les organisations sportives devraient chercher à comprendre les perspectives et les comportements des parieurs pour les paris sur une seule épreuve sportive. Pourtant, curieusement, les voix de ces parieurs ont été largement absentes des conversations sur cette importante évolution des secteurs canadiens du sport, du divertissement et des jeux.

Deloitte souhaite aider à combler cette lacune grâce à ce rapport. Pour mieux comprendre les motivations des parieurs canadiens, nous avons parrainé une étude en ligne, menée du 22 septembre au 1^{er} octobre 2021, qui a sondé un échantillon représentatif de 1 251 adultes canadiens au sujet de leurs activités passées et futures relatives aux paris sportifs et à d'autres jeux, de leur communauté d'adeptes et de leurs préférences en matière d'expérience client. Le présent document est fondé sur les résultats de ce sondage.

Les organisations devraient plutôt s'efforcer de comprendre ce qui motive les différentes catégories de parieurs sportifs au Canada.

Notre recherche explique qu'il existe des différences importantes entre les communautés canadiennes de paris sportifs, ce qui signifie qu'une approche universelle pour promouvoir le pari est peu susceptible d'entraîner des résultats optimaux. Les organisations devraient plutôt s'efforcer de comprendre ce qui motive les différentes catégories de parieurs sportifs au Canada — des événements qu'ils suivent à la façon dont ils parient et plus encore — et offrir ensuite des expériences adaptées aux attentes et aux comportements uniques de chaque segment.

Nous espérons que notre recherche incitera les gouvernements, les sociétés des loteries, les exploitants de paris sportifs du secteur privé, les propriétaires de casinos, les médias et les organisations sportives à réévaluer leurs stratégies pour atteindre et mobiliser les Canadiens dans un contexte changeant. La légalisation des paris sur une seule épreuve sportive représente une occasion importante et stimulante pour les secteurs du sport, du divertissement et des jeux du pays.

1. Pete Evans. « *Canada legalizes single-game sports betting, opening up billion-dollar market* », *CBC News*, [en ligne], 12 août 2021 (consulté le 30 novembre 2021), <https://www.cbc.ca/news/business/canada-sports-betting-1.6138865> (en anglais seulement).



Comprendre la communauté des paris sportifs du Canada

Près de 38 % des répondants ont fait des paris sportifs au cours des 12 derniers mois ou prévoient peut-être de le faire à l'avenir. Pourtant, la communauté des paris sportifs du pays n'est pas homogène, et il est donc peu probable que les organisations qui adoptent une approche universelle pour promouvoir les paris sur une seule épreuve sportive obtiennent les résultats qu'elles souhaitent.

Aux fins du présent rapport, nous avons segmenté la communauté des paris sportifs dans les trois différents profils de parieur suivants, chacun ayant une méthode pour parier, un intérêt pour le sport et des comportements connexes uniques :



Parieurs passionnés

Ce groupe représente environ 8,5 % de la communauté des paris sportifs. Les parieurs passionnés ont tendance à parier souvent et à placer des mises plus élevées. Ils misent 50 \$ ou plus en moyenne sur un seul pari ou, selon nos répondants au sondage, ont misé 1 000 \$ ou plus au cours des 12 derniers mois. La majorité d'entre eux sont des hommes (56,3 %) et sont âgés de 44 ans ou moins (68,9 %). Ils sont également légèrement plus susceptibles d'avoir des revenus plus élevés que ceux des deux autres groupes.



Parieurs occasionnels

Représentant 33 % du marché des jeux sportifs, ces participants parient moins fréquemment et placent des mises moins élevées que les parieurs passionnés. Ils misent moins de 50 \$ en moyenne sur un seul pari et ont misé moins de 1 000 \$ au cours des 12 derniers mois. La majorité des parieurs occasionnels sont des hommes (58,2 %). Ils sont toutefois légèrement plus âgés que les parieurs passionnés, puisque seulement 51 % d'entre eux ont 44 ans ou moins.



Parieurs potentiels

Ce groupe n'a pas misé sur des épreuves sportives au cours des 12 derniers mois, mais se dit prêt à le faire à la lumière des changements apportés à la législation sur les paris sportifs. Les parieurs potentiels représentent environ 58,5 % de la communauté des paris sportifs. La majorité d'entre eux sont des femmes (57 %), sont jeunes ou d'âge moyen (de 25 à 64 ans) et ont tendance à avoir des revenus légèrement inférieurs à ceux des parieurs passionnés ou occasionnels.

Il sera essentiel de comprendre les attentes et les comportements des parieurs passionnés, occasionnels et potentiels, et d'offrir une expérience adaptée à chaque groupe, afin que les sociétés de jeux, les médias et les organisations sportives optimisent leur engagement auprès de la communauté des paris sportifs dans son ensemble.



Points saillants

Notre recherche fournit une gamme de perspectives sur les comportements et les attentes des parieurs sportifs canadiens de manière générale, et précise les facteurs qui distinguent les parieurs passionnés, occasionnels et potentiels. La compréhension de ces trois groupes est la première étape pour mobiliser efficacement chacun d'entre eux.



La plupart des Canadiens ne savent pas qu'ils peuvent maintenant parier sur une seule épreuve sportive

Seulement un adulte canadien sur cinq (19,2 %) sait que les paris sur une seule épreuve sportive sont maintenant légaux au pays, bien que les parieurs passionnés et occasionnels soient plus susceptibles que les parieurs potentiels de connaître les récents changements législatifs.

Il existe cependant un intérêt à cet égard, 37,1 % des répondants se disant désireux de faire des paris sportifs (légaux). Ceux qui ont dit être peu susceptibles de le faire ont cité un manque de renseignements et une incertitude quant à la façon dont les paris fonctionneraient selon les nouvelles règles. De toute évidence, nos gouvernements devraient faire davantage pour informer le public des récentes mises à jour législatives,

notamment le pari sur une seule épreuve sportive et le lieu pour le faire. En outre, les sociétés des loteries, les exploitants de paris sportifs, les médias et les organisations sportives ont la possibilité de combler le fossé existant en matière d'éducation et de sensibilisation en utilisant des mécanismes tels que des séries de contenus multimédias de format court.

Sans surprise, les parieurs passionnés sont plus susceptibles de faire des paris sportifs maintenant que la législation pertinente a été adoptée : 54 % des répondants de ce groupe ont affirmé qu'ils le feraient certainement, comparativement à 32,2 % des parieurs occasionnels et à seulement 7 % des parieurs potentiels.



Seulement un adulte canadien sur cinq (19,2 %) sait que les paris sur une seule épreuve sportive sont maintenant légaux au pays.

Les paris sur une seule épreuve sportive sont populaires, mais l'intérêt pour d'autres paris reste important

Les deux tiers (66,8 %) des répondants qui ont exprimé un intérêt à faire des paris sportifs après la légalisation ont été intrigués par les paris sur une seule épreuve, même si d'autres formes de paris avaient également piqué leur curiosité. Une personne sur trois (32,8 %) a indiqué qu'elle serait désireuse de faire des microparis (c'est-à-dire des paris sur des événements en jeu distincts), des paris de proposition et d'autres formes similaires de paris.

Étonnamment, les parieurs occasionnels représentent le groupe le plus susceptible de faire des paris sur une seule épreuve sportive (77,5 %, comparativement à 74,1 % des parieurs passionnés et à 60,1 % des parieurs potentiels). Les parieurs passionnés, en revanche, sont plus susceptibles de placer des mises progressives et des microparis ou des paris de proposition (48,2 % et 58,8 %, respectivement) que les parieurs occasionnels (40,9 % et 50,6 %) ou potentiels (12,9 % et 19,5 %).

L'intérêt pour les paris en ligne a augmenté

Selon notre sondage, la légalisation des paris sur une seule épreuve sportive peut entraîner une augmentation des paris en ligne, en particulier chez les parieurs passionnés et occasionnels. En moyenne, les parieurs potentiels ont indiqué qu'ils ont l'intention de placer 49 % du total de leurs paris sportifs en utilisant des sites web ou des applications de paris; 45,4 % par l'intermédiaire de magasins de détail, de casinos ou de sites de paris; et 5,6 % par d'autres canaux.

Alors que les trois groupes de joueurs prévoient de placer environ la moitié de leurs paris sportifs en utilisant des sites web ou des applications, les parieurs passionnés sont presque deux fois plus susceptibles que les parieurs occasionnels et potentiels de le faire par l'intermédiaire de casinos ou de sites de paris (14,5 %, 8,4 % et 8,8 %, respectivement).

La marque, la rapidité des gains et la qualité des cotes sont les éléments qui attirent les parieurs

Comment les joueurs choisissent-ils leurs plateformes et leurs services? La moitié de nos répondants (50 %) recherchent une marque de confiance,

tandis que 41,7 % cherchent à obtenir des gains rapides et 34,8 % visent à avoir les meilleures cotes. Toutefois, cela ne signifie pas que les organisations devraient s'appuyer sur ce résultat en ce qui concerne la marque : étonnamment, seulement 12,9 % des répondants ont indiqué que l'utilisation préalable d'une marque ou d'une plateforme pourrait avoir une incidence sur le choix de lieu pour placer leurs mises. Elles ne devraient pas non plus se fier uniquement aux appuis des célébrités : seulement 9,4 % des répondants choisiraient une plateforme ou un service de paris en fonction du soutien d'un athlète actuel ou d'un ancien athlète professionnel.

Au-delà du point commun de la marque de confiance et des gains rapides, les trois groupes ont tendance à avoir des critères principaux variés en matière de paris. Les parieurs passionnés recherchent des programmes de récompenses et une variété d'options de paris, tandis que les parieurs occasionnels sont susceptibles de vouloir obtenir les meilleures cotes en plus d'une variété d'options. En parallèle, les parieurs potentiels recherchent des primes de bienvenue pour les nouveaux joueurs ainsi que les meilleures cotes.

Ces résultats suggèrent que nous devrions être prêts à observer une certaine agitation lorsque le marché des paris sportifs de l'Ontario deviendra le premier marché canadien à adopter une approche concurrentielle. Ils représentent également un premier signe que les sociétés des loteries canadiennes des provinces et des territoires qui suivent l'exemple de l'Ontario pourraient elles aussi connaître des fluctuations initiales du chiffre d'affaires des clients et du taux de rotation. Les exploitants devraient donc investir dans une meilleure compréhension de leurs clients et dans la présentation d'éléments qui ajoutent de la valeur à leurs expériences afin de gagner à la fois leur fidélité et leur confiance.

De nos répondants :

50 %

recherchent une marque de confiance

41,7 %

cherchent à obtenir des gains rapides

34,8 %

visent à avoir les meilleures cotes

La légalisation des paris sur une seule épreuve sportive semble peu susceptible de susciter un intérêt beaucoup plus fort pour le sport en général.



L'ajout de salons des joueurs pourrait profiter aux organisations sportives et aux propriétaires de lieux

À la question de savoir s'ils souhaitaient voir de nouveaux aménagements plus conviviaux dans les stades et les arénas qu'ils fréquentent, 39,4 % des répondants ont indiqué qu'ils sont satisfaits des installations sportives telles qu'elles sont. Pourtant, si un nouvel aménagement devait être ajouté, 43,6 % des répondants ont dit qu'ils aimeraient voir un salon des joueurs.

La question devient toutefois plus nuancée lorsque des profils de parieurs précis sont pris en compte. Près des deux tiers (65,9 %) des parieurs passionnés souhaiteraient un salon de joueurs, tandis que 44,7 % seraient favorables à l'intégration de commandites, comme des cadeaux uniques et des options

de paris spéciaux offerts uniquement sur place pendant les jeux. Parmi les parieurs occasionnels, plus de la moitié (54,1 %) aimeraient avoir un salon de joueurs et 38,4 % seraient favorables à l'intégration de commandites. Pour ce qui est des parieurs potentiels, près de la moitié (48 %) préféreraient que les lieux ne changent pas, bien qu'environ un tiers d'entre eux accepteraient en fin de compte l'aménagement de salons de joueurs (34,7 %) ou l'intégration de commandites (30,2 %). Cela donne à penser que les propriétaires de lieux peuvent tirer avantage de la création d'expériences spécialisées pour les parieurs passionnés, à condition que les modifications n'interfèrent pas trop avec l'expérience quotidienne traditionnelle de jeu pour tous les autres.

Il est peu probable que les paris sur une seule épreuve sportive aient une incidence sur l'intérêt général des parieurs à l'égard du sport

La légalisation des paris sur une seule épreuve sportive semble peu susceptible de susciter un intérêt beaucoup plus fort pour le sport en général. Près de 65 % des répondants ont indiqué que leur intérêt pour suivre ou regarder le sport demeurerait à peu près le même, tandis que 32 % ont dit qu'il augmenterait.

Cependant, plus de la moitié (51,8 %) des parieurs passionnés ont indiqué que leur intérêt pour suivre ou regarder le sport augmentera après la légalisation, soit environ trois heures supplémentaires par semaine.

Environ **84 %** des parieurs passionnés ont déclaré qu'ils joueront certainement ou probablement à d'autres jeux de casino en ligne par l'intermédiaire de sites de paris sportifs à la suite des changements législatifs.

Les superpartisans de ligues sportives ne sont pas des superparieurs

Les parieurs passionnés sont plus susceptibles d'être intéressés à suivre des sports (60,9 %) que les parieurs occasionnels (55,5 %) et potentiels (35,6 %). Ils suivent aussi plus de sports, leurs listes comptant en moyenne 6,63 ligues sportives, contre 6,19 pour les parieurs occasionnels et 4,82 pour les parieurs potentiels. Quoi qu'il en soit, les parieurs passionnés sont moins susceptibles que les parieurs occasionnels d'être des superpartisans d'une quelconque ligue.

Groupe de parieurs	LNH	LNF	MLB	NBA	LCF	Jeux olympiques
Passionnés	59,8 %	48,3 %	40,2 %	49,4 %	29,9 %	41,4 %
Occasionnels	77,6 %	57,0 %	56,1 %	51,0 %	38,2 %	34,6 %
Potentiels	70,1 %	38,1 %	38,9 %	35,6 %	32,6 %	41,4 %

En ce qui concerne les paris placés après la légalisation, les superpartisans de la LNH, de la LNF, de la MLB, de la NBA, de la LCF ou des Jeux olympiques ont tendance à miser moins fréquemment et des montants moins élevés. Ceux qui parient plus souvent et font de plus grosses mises, à l'inverse, montrent de l'intérêt pour les organisations et les sports au-delà de ceux des ligues nord-américaines les plus importantes, y compris les ligues sportives féminines et le secteur des jeux vidéo et des sports électroniques.

Groupe de parieurs	Sports électroniques	WNBA	NWSL	LNHF
Passionnés	18,4 %	13,8 %	10,3 %	19,5 %
Occasionnels	9,6 %	6,6 %	9,0 %	16,4 %
Potentiels	5,7 %	6,4 %	5,0 %	14,3 %

Les parieurs passionnés adoptent les canaux numériques

La communauté des paris sportifs suit le sport de multiples façons, de sorte que les organisations désireuses de promouvoir leurs produits auprès de cette population devraient concentrer leurs efforts dans la voie appropriée.

Bien que les parieurs occasionnels et potentiels suivent leurs sports préférés à la télévision (81 % et 85 %, respectivement), les parieurs passionnés parient plus souvent et font de plus grosses mises, et sont beaucoup plus susceptibles d'utiliser les canaux numériques ainsi que la télévision, y compris les services de programmation par contournement des médias (qui circulent directement sur internet) et les réseaux sociaux. Les organisations



Groupe de parieurs	Télévision standard	Applications sportives payantes	Twitch	YouTube	Instagram	Twitter	Sites sportifs
Passionnés	70,6 %	33,5 %	9,6 %	33,5 %	18,7 %	13,3 %	36,5 %
Occasionnels	80,9 %	18,1 %	3,3 %	25,5 %	12,2 %	9,7 %	39,0 %
Potentiels	85,2 %	8,5 %	1,3 %	23,5 %	8,6 %	8,8 %	32,0 %

qui comptent uniquement sur la télévision pour faire de la publicité et mobiliser peuvent manquer des occasions importantes d'atteindre l'un de leurs marchés les plus importants.

Les paris sportifs peuvent être un point d'entrée efficace pour d'autres options de jeu plus établies

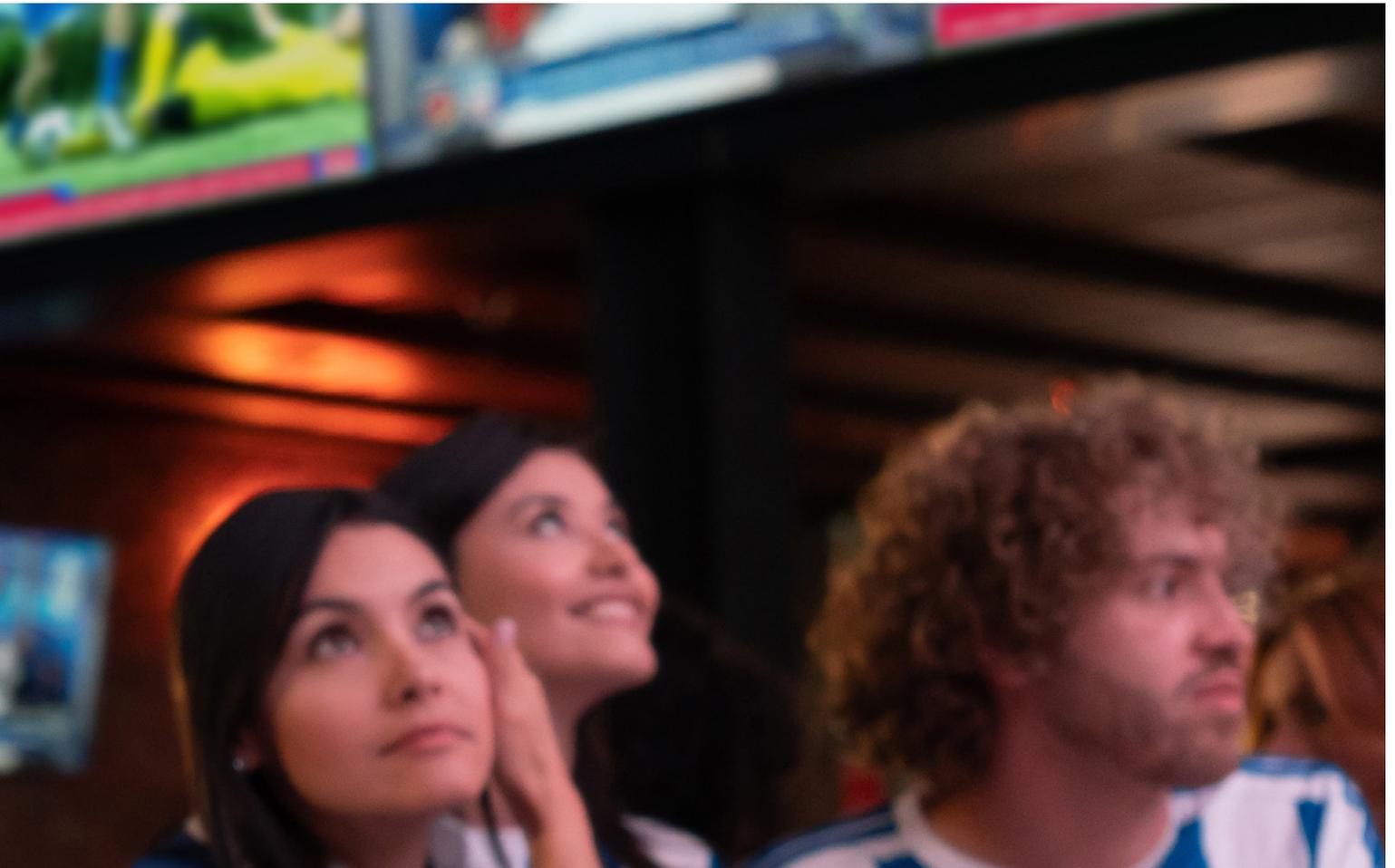
Environ 84 % des parieurs passionnés ont déclaré qu'ils joueraient certainement ou probablement à d'autres jeux de casino en ligne par l'intermédiaire de sites de paris sportifs à la suite des changements législatifs, et 75 %

des parieurs occasionnels feraient la même chose. Les parieurs potentiels, cependant, ne sont pas si sûrs : seulement 40,8 % d'entre eux le feront certainement ou probablement. Les paris pourraient toutefois reprendre une fois que les parieurs visiteront les sites de paris des casinos après la légalisation. Plus des trois quarts (78,1 %) des parieurs passionnés ont dit qu'ils joueraient certainement ou probablement à d'autres jeux de casino dans ces circonstances, alors que légèrement plus (83,4 %) de parieurs occasionnels le feraient certainement ou probablement.

Même les parieurs potentiels sont relativement plus enclins à visiter les sites de paris des casinos : 54,1 % ont dit qu'ils joueraient certainement ou probablement à d'autres jeux. Pour les fournisseurs de jeux en ligne et les exploitants de casinos, tirer parti de cet intérêt accru pourrait être une occasion importante de générer des revenus.



Jouer pour gagner
sur la scène
canadienne
des jeux en
pleine évolution



La légalisation des paris sur une seule épreuve sportive a créé de nouvelles occasions importantes pour les organisations des secteurs du sport, du divertissement et des jeux au Canada. Comment les sociétés des loteries, les exploitants de paris sportifs du secteur privé, les casinos, les médias et les organisations sportives peuvent-ils saisir ces nouvelles occasions dans un secteur dynamique et concurrentiel?

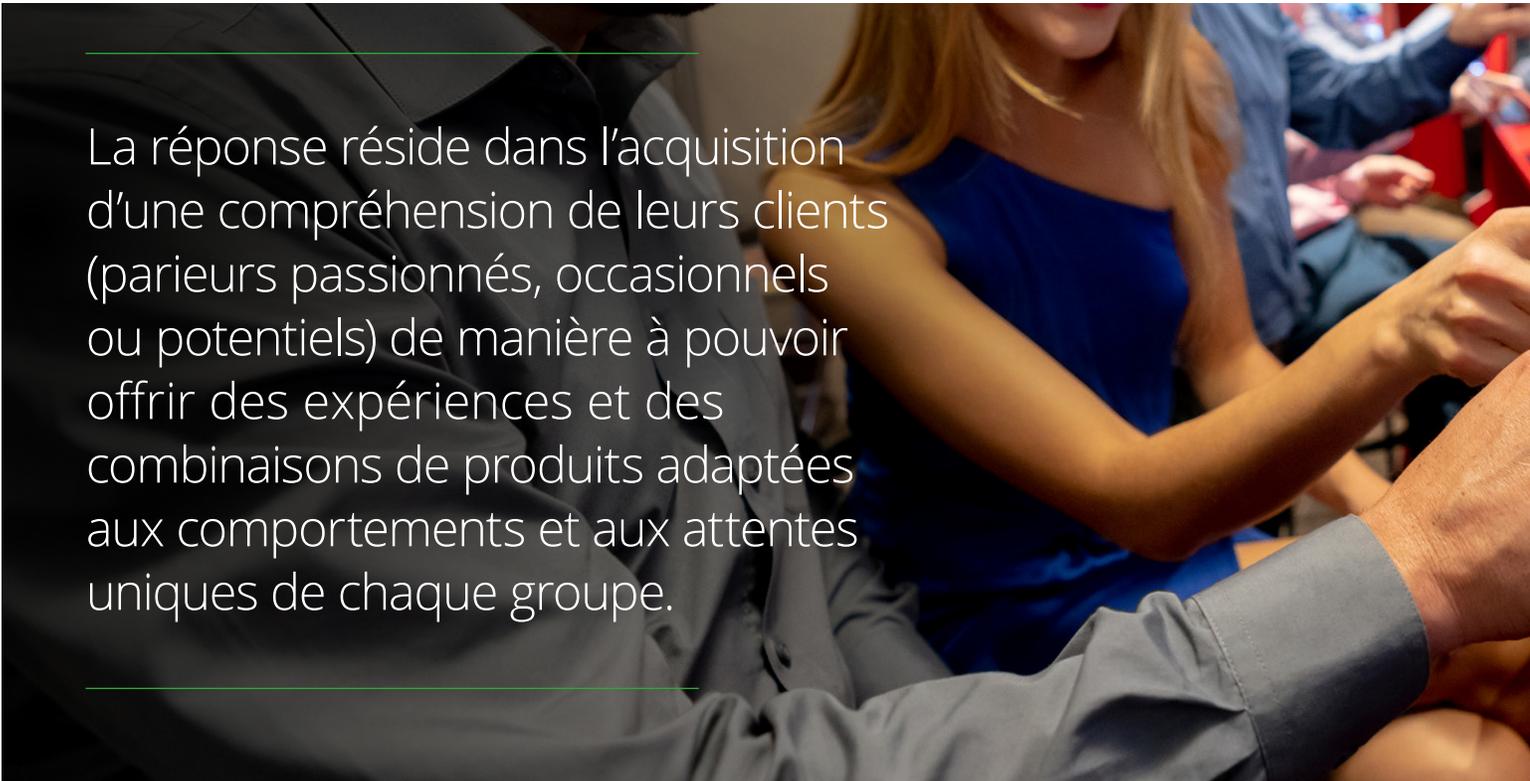
La réponse réside dans l'acquisition d'une compréhension de leurs clients (parieurs passionnés, occasionnels ou potentiels) de manière à pouvoir offrir des expériences et des combinaisons de produits adaptées aux comportements et aux attentes uniques de chaque groupe.



Gagner avec les **parieurs passionnés**

Les parieurs passionnés suivent de nombreux sports, sont désireux de parier – et le font souvent – à l'aide d'une variété de canaux numériques et recherchent des expériences uniques. Par conséquent, les sociétés des loteries et les exploitants de paris sportifs du secteur privé devraient s'efforcer de définir et de tenir les promesses de leur marque omnicanale en proposant de nombreuses possibilités de paris, des gains rapides et des récompenses VIP convaincantes. Les propriétaires de casinos devraient envisager d'aménager des salons et des kiosques de paris sportifs exclusifs près des tables de jeu, entre autres options visant à accroître l'engagement, afin de tirer parti du désir d'action de ce groupe de parieurs. Les médias devraient chercher à intégrer les paris dans l'expérience de diffusion ou d'écoute directe destinée

au consommateur, notamment par la ludification, la transmission de contenu accessoire concernant les événements sportifs et les webémissions sur les paris. Les autres options à envisager comprennent la diffusion de renseignements par les canaux des réseaux sociaux et les services de programmation par contournement sur les droits de sport, ainsi que de contenu connexe pour les épreuves sportives au-delà de celles des Jeux olympiques et des grandes ligues professionnelles nord-américaines. En outre, les équipes sportives devraient proposer des jeux gratuits pour faire participer virtuellement les parieurs passionnés et offrir des salons des joueurs spécialisés et sites de paris mobiles à l'intérieur des salles de jeu².



La réponse réside dans l'acquisition d'une compréhension de leurs clients (parieurs passionnés, occasionnels ou potentiels) de manière à pouvoir offrir des expériences et des combinaisons de produits adaptées aux comportements et aux attentes uniques de chaque groupe.



Gagner avec les **parieurs occasionnels**

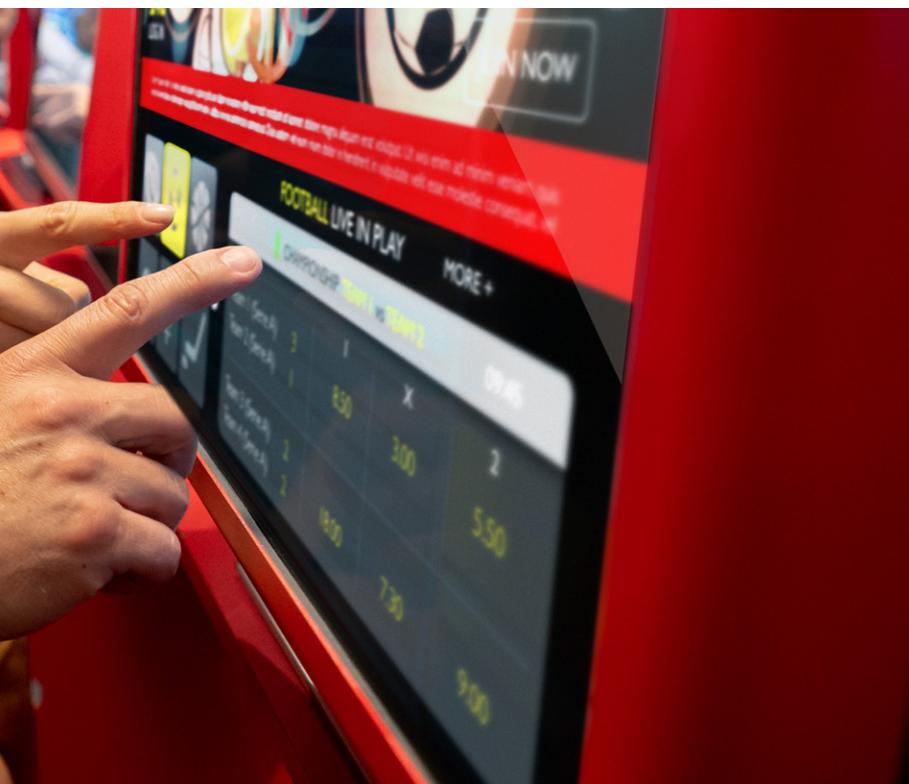
Les parieurs occasionnels ont tendance à être des partisans de sports d'abord et des parieurs ensuite. Ils aiment parier, mais ils ne veulent pas que le pari interfère avec leur appréciation du sport. Les sociétés des loteries et les exploitants de paris sportifs du secteur privé devraient se concentrer sur l'offre de gains rapides, de cotes concurrentielles et de variétés d'options de paris, et s'efforcer de rendre les paris accessibles par l'intermédiaire des kiosques de loterie. Les casinos devraient faire appel à l'amour des parieurs occasionnels pour leurs sports favoris en offrant des prix promotionnels croisés et des jeux de casino sur le thème du sport – par exemple, les joueurs de poker pourraient gagner des billets VIP pour des matchs de la NBA ou tenter leur chance avec des machines à sous

sur le thème du basket-ball. Les médias devraient offrir du contenu sur les paris par des moyens qui ne distraient pas des jeux eux-mêmes (p. ex. des flux distincts pour les parieurs) ainsi que miser sur l'expérience sociale des paris, par exemple en proposant des paris faciles à comprendre et amusants (p. ex. des paris sur les accessoires des joueurs) qui relient les parieurs spectateurs à d'autres partisans. Les équipes sportives devraient travailler avec leurs partenaires de paris pour faire connaître les options de paris sur une seule épreuve sportive tout en promouvant un comportement de jeu responsable, en plus de fournir des jeux gratuits qui peuvent éduquer et mobiliser les parieurs, attirer de nouveaux clients et recueillir des données précieuses pour les clients des équipes et des partenaires de paris.



Gagner avec les **parieurs potentiels**

Les parieurs potentiels ont besoin d'en apprendre davantage concernant les paris sur une seule épreuve sportive, de la manière dont ils fonctionnent aux types de paris qui peuvent être faits. Les organisations qui prennent le temps d'expliquer et d'éduquer feront des percées dans ce segment de marché. Les sociétés des loteries et les exploitants de paris sportifs du secteur privé devraient s'efforcer de tenir les promesses de leur marque en proposant des formules de bienvenue attrayantes, des cotes concurrentielles et des gains rapides. Les casinos devraient promouvoir les sites de paris sportifs dans leurs zones d'entrée, fournir du matériel éducatif sur les options de paris sportifs, offrir des primes de bienvenue aux nouveaux parieurs sportifs, et assurer une expérience utilisateur exhaustive qui comprend des divertissements sportifs, des jeux de table traditionnels et d'autres activités de ce genre. Les médias devraient s'efforcer de faciliter l'accès de ces parieurs aux paris, par exemple en proposant des jeux gratuits occasionnels ou des concours ponctuels et peu risqués pour susciter leur intérêt. Enfin, les équipes sportives devraient tenter de limiter au maximum l'intégration massive des paris sportifs afin d'éviter de rebuter ce groupe.



2. Cela pourrait également comprendre des établissements de paris sportifs selon la législation provinciale respective.



Une compréhension plus nuancée des joueurs peut signifier que tout le monde y gagne



La légalisation des paris sur une seule épreuve sportive est l'une des évolutions les plus importantes que les secteurs canadiens du sport, du divertissement et des jeux aient connues depuis des années. Toutefois, pour optimiser cette occasion, les intervenants du secteur doivent véritablement comprendre les attentes et les comportements uniques des différents types de parieurs sportifs canadiens, puis offrir les types d'expériences et d'options de paris adaptés qui peuvent attirer et fidéliser chaque groupe et susciter leur enthousiasme. En adoptant une approche personnalisée qui reflète la façon dont les parieurs canadiens aiment suivre leurs sports préférés et s'y engager, ainsi que la façon dont ils aiment parier, les organisations peuvent améliorer considérablement leurs chances de gagner dans ce nouveau contexte.

Personne-ressource

Jeff Harris

Leader national, Services-conseils
aux entreprises, Sport
Deloitte Canada
jeffharris@deloitte.ca

Collaborateurs

Leslie Peterson

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

Gavin McTavish

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

John MacLeod

Directeur principal
Perspectives d'analytique

Michael Corridore

Directeur principal
Consultation

Ali Latif

Directeur
Conseils financiers

Scott Goodman

Analyste
Perspectives d'analytique

Adam Rooney

Analyste
Conseils financiers

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.

www.deloitte.ca

À propos de Deloitte

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 330 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 11 000 font partie du cabinet canadien, veuillez nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#) ou [Facebook](#).