

Danemark : Un tour de vis publicitaire assumé



Vincent Reynaert

Publié le 15 janvier 2026 . Lecture estimée : 3 min



Souvent présenté comme un marché modèle en Europe, le Danemark prépare un nouveau durcissement de sa loi sur les jeux. Publicité, acquisition, design des produits et duty of care sont concernés. Un texte dense, assumé politiquement, qui confirme la trajectoire très restrictive choisie par Copenhague.

La mesure la plus visible du projet de loi proposé par le [Danemark](#) reste l'instauration d'un whistle-to-whistle ban. Toute publicité pour les jeux sera interdite pendant les retransmissions sportives en direct, ainsi que dans les dix minutes précédant et suivant les rencontres. Les opérateurs ne pourront plus non plus afficher de cotes en direct, que ce soit à l'antenne ou dans les enceintes sportives.

Selon les estimations du gouvernement, ces restrictions représenteraient un manque à gagner annuel d'environ 25 millions de couronnes danoises, soit près de 3,3 millions d'euros, pour les opérateurs licenciés. Un impact financier clairement identifié, mais jugé acceptable au regard des objectifs de santé publique.

Le resserrement s'étend également à l'espace public. Toute communication liée aux jeux sera interdite dans les transports en commun et à moins de 200 mètres des établissements scolaires. Les campagnes ne pourront plus mettre en scène de personnes de moins de 25 ans, renforçant ainsi la protection des publics jeunes face à la pression publicitaire.

La réforme marque aussi un tournant pour les stratégies d'acquisition. Les sites d'affiliation ne pourront plus être rémunérés via des accords en revenu-share. L'objectif est de limiter les mécanismes incitatifs susceptibles de favoriser des comportements de jeu excessif. Pour l'écosystème marketing danois, cette disposition pourrait entraîner une reconfiguration profonde des modèles économiques.

Ce choix s'inscrit dans une logique de responsabilisation accrue des intermédiaires, en cohérence avec la philosophie générale du texte. Le gouvernement cherche à réduire l'intensité commerciale du marché sans remettre en cause le principe de la licence.

Produits, duty of care et équilibres économiques

Sur le plan des produits, le texte encadre plus strictement le design des jeux. Les machines à sous en ligne ne devront plus créer l'illusion d'un gain lorsque le paiement est égal ou inférieur à la mise. Les obligations de Duty of Care sont renforcées, tandis que les bonus de bienvenue et les programmes VIP font l'objet d'un encadrement plus rigoureux.

Des plafonds de dépôts et de vitesse de jeu sont également introduits pour les paris virtuels en points de vente. La définition des jeux de casino en ligne est élargie aux jeux de dés et de roue, et la promotion d'offres non autorisées est désormais explicitement interdite.

Sur le plan économique, le ministère des Finances reconnaît un risque de report partiel vers l'offre offshore. Il anticipe toutefois une compensation partielle, avec 10 millions de couronnes supplémentaires de revenus en casino en ligne d'ici 2027 et environ 40 millions de couronnes annuelles issues de la réduction des remboursements fiscaux aux opérateurs.

ENJEUX

Notifiées le 13 janvier, ces mesures sont soumises à une période de statu quo jusqu'au 14 avril 2026. Sous réserve de l'issue de cette procédure, leur entrée en vigueur est prévue au 1er janvier 2027.

