

# **CODE DE PUBLICITE ETHIQUE ET RESPONSABLE DES ENTREPRISES ORGANISANT DES JEUX DE LOTERIE**

Ce Code de publicité éthique et responsable des Entreprises organisant des jeux de loterie \* définit un cadre de référence pour la construction des campagnes publicitaires et des activités de promotion de vente des jeux de loterie.

Il constitue donc l'engagement que prennent ces Entreprises, et qu'elles demandent à leurs partenaires de respecter dans ce domaine.

Ces engagements portent sur la conception, la réalisation et la diffusion des messages et des actions qui ont vocation à faire connaître, expliquer et promouvoir les jeux de loterie auprès des consommateurs adultes.

\* Plus loin dans le texte, l'expression « Entreprises organisant des jeux de loterie » est abrégée par « Entreprises ».

## Table des matières :

1. Codes Génériques
2. Dispositions Générales
3. Dispositions Spécifiques
4. Mise en oeuvre
  - a. Champ d'application
  - b. Mise en oeuvre
5. Définitions

## 1. Les Codes Génériques

---

Toutes les communications 'marketing' doivent être gérées dans le respect de la législation et des codes et règles autodisciplinaires qui régissent l'activité marketing en général\*.

De plus, les Entreprises s'engagent à respecter le code de bonne conduite propre au secteur du Direct Marketing et du Direct e-mail Marketing, et à obtenir le consentement préalable des destinataires de Direct e-mail Marketing. Cet accord préalable ne doit être obtenu que dans le cadre des communications électroniques. Cette obligation ne s'applique pas aux communications postales.

Les Entreprises s'engagent à investir les moyens nécessaires pour garantir un environnement sécurisé lorsqu'il est fait usage des services de la société de l'information (internet, mobilophonie, télévision interactive, ...).

\* Voir notamment: « Code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication de marketing de la Chambre de Commerce Internationale (CCI) ».

## 2. Dispositions Générales

---

La publicité et la promotion ont pour vocation de faire connaître au public l'offre légale que constituent les jeux de loterie. Les Entreprises doivent contribuer à canaliser le désir de jouer vers un circuit à la fois légal et intègre.

La publicité pour les jeux de loterie doit viser une politique de jeu responsable, centrée sur l'information aux joueurs, la prévention du jeu excessif et la protection des mineurs.

- La publicité doit être conforme à la législation.
- La publicité doit être socialement responsable.
- La publicité ne peut pas être dénigrante.
- La publicité doit communiquer des informations suffisantes et correctes afin que le consommateur puisse effectuer son choix en connaissance de cause.

Les Entreprises prodiguent des plaisirs ludiques en proposant des jeux divertissants. Le plaisir, le divertissement et le rêve sont les valeurs fondamentales qui se retrouvent dans tous les jeux distribués par les Entreprises.

Mais les valeurs positives des Entreprises doivent également se refléter au travers de leur engagement social.

### **Les Valeurs**

Les Entreprises s'engagent à respecter les 3 valeurs suivantes dans toutes leurs communications et leurs activités publicitaires et promotionnelles :

- ARTICLE ❶ Les valeurs de respect de l'individu et les valeurs morales actuellement admises par la majorité du public.
- ARTICLE ❷ Les valeurs des Entreprises, représentées par les thématiques que les Entreprises s'imposent de ne pas aborder : la pauvreté et la misère, l'infortune, toute forme de ségrégation, de xénophobie, de discrimination et d'ostracisme.
- ARTICLE ❸ Les valeurs positives des produits des Entreprises : le rêve, le suspense, le divertissement, l'accessibilité.

### 3. Dispositions Spécifiques

---

Les publicités, les communications et les activités promotionnelles relatives aux jeux de loterie ne peuvent :

#### **ARTICLE I**

pas discréditer l'intégrité et la crédibilité des Entreprises organisant des jeux de loterie ;

#### **ARTICLE II.**

pas exagérer les chances de gagner ;

#### **ARTICLE III.**

pas créer, ni entretenir de dépendance au jeu, ni inciter à jouer abusivement ;

#### **ARTICLE IV.**

pas mentionner des données relatives aux gains ou aux chances de gains qui ne soient vérifiables et conformes aux plans des lots du jeu concerné ;

#### **ARTICLE V.**

pas suggérer que le fait de gagner dépende d'autres facteurs que le hasard, ni que la connaissance du jeu permet d'influencer le jeu ;

#### **ARTICLE VI.**

pas faire l'éloge des personnes qui achètent des jeux de loterie ni critiquer ceux qui ne jouent pas aux jeux de loterie. Il s'agit donc de ne pas exercer d'influences malhonnêtes sur le comportement du joueur et du non joueur qui engendreraient un sentiment d'exclusion ou de bannissement de ce dernier ;

#### **ARTICLE VII.**

pas créer des messages qui font naître dans l'esprit des joueurs que tous les participants vont gagner des sommes importantes ;

#### **ARTICLE VIII.**

pas insinuer que le jeu est une solution aux problèmes financiers et personnels ;

#### **ARTICLE IX.**

pas insinuer que le jeu constitue une alternative au travail et à l'épargne ;

#### **ARTICLE X.**

pas sous-entendre que jouer est une manière de rembourser les factures et dettes ;

#### **ARTICLE XI.**

pas encourager le jeu dans une proportion telle que cela pourrait mettre en péril la situation professionnelle ou les relations familiales et sociales des consommateurs ;

#### **ARTICLE XII.**

pas encourager les discriminations sur base ethnique, nationale, religieuse, de genre ou d'âge ;

#### **ARTICLE XIII.**

pas adresser un message jouant sur la vulnérabilité des personnes éprouvant des difficultés financières ou exploiter leurs difficultés financières ;

#### **ARTICLE XIV.**

pas encourager les mineurs d'âge à jouer ou faire croire que les mineurs d'âge peuvent jouer,  
et ne pas cibler les mineurs d'âge ou mettre en avant des publicités avec des personnes qui sont ou paraissent être des mineurs d'âge jouant à un jeu de loterie ;

#### **ARTICLE XV.**

pas être diffusées dans des médias ou des supports reconnus s'adresser uniquement aux mineurs d'âge ;

#### **ARTICLE XVI.**

pas mettre en scène des situations où des personnes jouent à un jeu de loterie et, simultanément, consomment des produits alcoolisés et/ou du tabac.  
pas mettre en scène des formes illicites de jeu, de pari, de loterie ou de compétition.

#### **ARTICLE XVII.**

pas divulguer les nom, adresse et autres données des gagnants et de leur famille (en ce compris leur photo ou autre enregistrement visuel) sans l'autorisation écrite des gagnants concernés. L'objet de leur autorisation doit être clairement spécifié dans l'accord écrit et ils doivent avoir en outre la possibilité de rétracter leur autorisation. Ce retrait d'autorisation doit être respecté pour autant que ce soit raisonnablement réalisable ;

#### **ARTICLE XVIII.**

pas créer l'impression que le subventionnement de bonnes causes par les revenus générés par la vente des produits de loterie constitue une alternative aux donations privées alors qu'elles sont complémentaires.

#### 4. Mise en œuvre

---

##### *a. champ d'application*

Le présent code sectoriel s'applique à toutes les Entreprises organisant des jeux de loterie sur le territoire de la Belgique. Sont exclus du champ d'application : les tombolas, les jeux de hasard ainsi que les paris sportifs et hippiques.

##### *b. mise en œuvre*

Le présent code s'adresse à toute Entreprise organisant des jeux de loterie, et plus particulièrement aux personnes et sociétés suivantes.

- En interne : à toute personne intervenant dans le processus d'élaboration d'un projet d'action publicitaire et/ou promotionnelle.
- A l'extérieur : à tous les prestataires mandatés par les Entreprises ou, dans le cadre des sponsorings et subsides des Entreprises, à tous les bénéficiaires de ceux-ci et à leurs fournisseurs de biens et de services, pour concevoir, développer et réaliser des messages et des activités de nature publicitaire et/ou promotionnelle (en priorité, les agences de publicité, les agences de promotion, les maisons de production), et pour concevoir les actions media et hors media et acheter l'espace correspondant (notamment, les agences media et les régies publicitaires).

Toutes les Entreprises qui concluent des contrats de sponsoring doivent se réserver le droit d'inclure une clause relative au respect du présent Code de publicité éthique et responsable. Les Entreprises pourront alors se dégager instantanément de tout contrat dans lequel la partie adverse n'aura pas respecté le Code de publicité éthique et responsable des Entreprises organisant des jeux de loterie.

De même, dans le cadre des subsides, tout octroi devra être conditionné par le respect du présent Code de publicité éthique et responsable des Entreprises organisant des jeux de loterie.

Le présent code est approuvé par le Conseil d'Administration du Conseil de la Publicité a.s.b.l. Ceci permet ainsi au Jury d'Ethique Publicitaire (JEP) de veiller à l'application correcte de ce code conformément à son règlement.

Le présent code a été finalisé après avis du Comité de Jeu responsable de la Loterie Nationale et reprend les remarques et ajouts de ce dernier.

Le code sera évalué et/ou remanié au bout d'une période de deux ans à compter du 30 mars 2007 ou dès que de nouveaux acteurs arriveront sur le marché.

Suite à l'approbation par le Conseil d'Administration du Conseil de la Publicité a.s.b.l., ce code est publié sur le site web du JEP ([www.jepbelgium.be](http://www.jepbelgium.be)) et le Conseil de la Publicité a.s.b.l. demandera à ses associations membres d'en informer leurs propres membres.

Les Entreprises s'engagent à informer leurs partenaires de la nécessité de respecter ce code.

## 5. Définitions

---

### Jeux de loterie

Sont réputées loteries, toutes opérations offertes au public et destinées à procurer un gain par la voie du sort.

Un jeu de loterie est un jeu d'argent visant à distribuer des lots à des gagnants sélectionnés au hasard parmi les joueurs ayant payé une mise de départ.

### Jeux de tirage

Les jeux de loterie dont les lots sont attribués, en fonction des résultats d'un tirage au sort.

### Jeux à gratter

Les jeux de loterie à billets dont les lots sont exclusivement attribués par une indication sur le billet selon une répartition déterminée par le hasard sans tirage au sort. Cette indication est cachée sous une couche opaque à gratter.

### Plan des lots

Répartition des gains déterminée pour chaque jeu.

### Dépendance aux jeux

Les personnes qui s'adonnent aux jeux d'argent peuvent développer une forte dépendance à ceux-ci. On nomme cette psychopathologie (addiction) « jeu pathologique ». Le jeu devient une maladie ou une dépendance se traduisant par une impulsion incontrôlable à miser de l'argent. La dépendance est caractérisée par un état de besoin impérieux de pratiquer une activité, ou de consommer une substance, et par la nécessité d'en augmenter la fréquence ou la dose afin d'en maintenir l'effet et d'éviter l'état de manque (malaise, angoisse).