

PUBLICITE POUR LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD – LA REGULATION PROFESSIONNELLE PRETE A PARTICIPER A LA DIFFUSION DE MESSAGES RESPONSABLES

L'ARPP et les professionnels du secteur publicitaire, dont ceux du marché des jeux de hasard et d'argent, ont publié un Code déontologique « *Jeux d'argent* » le 3 juillet 2009, dont l'objectif est d'assurer la diffusion d'une publicité véridique, loyale et saine, de nature à préserver la confiance du public ;

- **REGLES - Le nouveau Code déontologique attire l'attention des professionnels sur quatre axes prioritaires :**
 - **La protection des mineurs** - l'accès aux jeux d'argent étant en France interdit aux moins de 18 ans, il importe que la publicité ne présente pas de message qui, de quelque façon que ce soit, aille à l'encontre de ces dispositions légales ;
 - **Le jeu responsable** - la problématique de l'addiction aux jeux préoccupe fortement associations et pouvoirs publics. La publicité ne doit en aucune manière pouvoir inciter à un jeu excessif, voire pathologique ;
 - **La juste information du public** - il convient que la publicité délivre aux publics intéressés des informations justes et loyales, leur permettant d'apprécier correctement l'offre et les engagements éventuels qui l'accompagnent ;
 - **La responsabilité sociale** - les opérateurs ont souhaité rappeler que la publicité des jeux se doit de respecter toutes les règles déontologiques existantes, en insistant tout particulièrement sur des règles comme celles sur la dignité humaine.

A noter : ces nouvelles règles ont été conçues pour être le texte de référence pour l'ensemble du marché. Elles visent donc la **publicité de l'ensemble des jeux d'argent et de hasard**, et pas uniquement à celle des jeux en ligne. Tous les supports de diffusion sont concernés.

Pour l'élaboration de ce Code, l'ARPP a pris en compte les préoccupations de l'ensemble des parties prenantes, à savoir : **les professionnels concernés** (annonceurs, agences, médias); **les associations, consommateurs et familiales**, qui ont publié un avis d'orientation sur le contenu souhaité de la nouvelle règle¹ ; **les pouvoirs publics** grâce, notamment, à de nombreux échanges avec le cabinet du Ministre du Budget Eric Woerth, puis avec l'instance de préfiguration de l'ARJEL.

(Code consultable et téléchargeable sur www.arpp-pub.org rubrique *Règles/Déontologie*)

- **REGULATION – L'ARPP a développé différents services permettant d'assurer la conformité des publicités avec les règles en vigueur :**
 - **Un dispositif d'accompagnement avant diffusion, à disposition des professionnels** – Quel(s) que soi(en)t le(s) média(s) de diffusion de la publicité, l'ARPP propose à ses adhérents un service de conseil avant diffusion, leur permettant de s'assurer de la conformité de leurs futurs messages avec les règles en vigueur, juridiques et déontologiques. Ce service est gratuit et délivré dans des délais rapides.

¹ Consultable et téléchargeable sur www.cpp-pub.org

Outre ces services de conseil concernant tous les supports publicitaires, **l'ARPP assure – par délégation du CSA – la vérification systématique avant diffusion de l'ensemble de la publicité télévisée.** De ce fait, pour ce support précis, les professionnels sont assurés que leurs publicités respectent les règles non seulement légales mais également déontologiques relatives au contenu de la publicité des jeux d'argent.

(en savoir plus : www.arpp-pub.org rubrique *En pratique*)

- **Un dispositif de traitement des plaintes a posteriori, à disposition du public** - Après diffusion des publicités, quels que soient les supports de diffusion, le public (particuliers et associations) peut se plaindre auprès du *Jury de Déontologie Publicitaire* s'il lui paraît qu'une publicité enfreint les règles déontologiques. Toutes les décisions du Jury, y compris celles condamnant les auteurs de manquement, sont rendues publiques (sur www.jdp-pub.org).