

CONVENTION DE PARTENARIAT

entre

L'AUTORITE NATIONALE DES JEUX

et

L'AUTORITE DE REGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITE

Entre les soussignées :

L'AUTORITE NATIONALE DES JEUX, ci-après l'ANJ,

dont le siège se situe Immeuble TRIEO - 11 boulevard Gallieni, 92130 Issy-les-Moulineaux, représentée par Madame Isabelle FALQUE-PIERROTIN, sa Présidente ;

et,

L'AUTORITE DE REGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITE, ci-après l'ARPP,

dont le siège se situe 23, rue Auguste Vacquerie, 75116 Paris, représentée par Monsieur François d'AUBERT, son Président ;

ci-après dénommées individuellement la « Partie » et ensemble les « Parties ».

Préambule

L'**Autorité nationale des jeux (ANJ)** est une autorité administrative indépendante créée par l'ordonnance n° 2019-1015 du 2 octobre 2019 réformant la régulation des jeux d'argent et de hasard. Elle succède, avec des missions et pouvoirs étendus, à l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL).

Le deuxième alinéa du I de l'article 34 de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 modifiée relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne confie à l'ANJ la mission de veiller au respect des objectifs de la politique de l'Etat en ce domaine, tels qu'ils sont définis à l'article L. 320-3 du code de la sécurité intérieure : prévenir le jeu excessif ou pathologique et protéger les mineurs, assurer l'intégrité, la fiabilité et la transparence des opérations de jeu, prévenir les activités frauduleuses ou criminelles ainsi que le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme et veiller à l'exploitation équilibrée des différents types de jeu afin d'éviter toute déstabilisation économique des filières concernées.

La réforme initiée en 2019 renforce l'encadrement et le contrôle de la publicité faite par les opérateurs légalement autorisés. Ainsi, l'ANJ approuve la stratégie promotionnelle annuelle des opérateurs de jeu¹, peut limiter les offres commerciales comportant une gratification financière des joueurs² et prescrire à un opérateur le retrait de toute communication commerciale incitant, directement ou

¹ L. 12 mai 2010, art. 34-IV, al. 1.

² *Idem.*

indirectement, au jeu des mineurs ou des personnes interdites de jeu ou comportant une incitation excessive à la pratique du jeu³.

L'ANJ s'assure du respect par ces opérateurs des règles relatives à leurs communications commerciales figurant aux articles D. 320-2 et suivants du code de la sécurité intérieure, dont le non-respect par les opérateurs les expose à l'ouverture d'une procédure de sanction devant la commission des sanctions de l'Autorité. A cet égard, l'ANJ a adopté, le 17 février 2021, d'une part, des lignes directrices par lesquelles elle a livré son interprétation des dispositions des articles D. 320-9 et D. 320-10 du code de la sécurité intérieure relatives au contenu des communications commerciales et, d'autre part, des recommandations proposant aux opérateurs des solutions concrètes et des bonnes pratiques afin de parvenir à une diminution de la pression publicitaire et de promouvoir une pratique récréative du jeu d'argent. L'ANJ a complété ce dispositif par l'adoption, le 20 octobre 2022, de lignes directrices et de recommandations relatives aux offres commerciales comportant une gratification financière. Enfin, l'ANJ a adopté le 25 mai 2023, des lignes directrices et de recommandations relatives aux contrats de partenariat sportif des opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, réunit les acteurs de la publicité qu'elle représente (les marques, agences et médias, supports et régies publicitaires) et pour lesquels elle organise, en son sein et avec eux, la régulation professionnelle de la publicité concertée avec la société civile dans une démarche de communication responsable.

Le Conseil d'administration de l'ARPP comprend, aux côtés des trois collèges représentant respectivement les annonceurs, les agences-conseil en communication / agences médias et les médias, un quatrième collège des représentants de la société civile composé de trois personnalités représentant les associations de consommateurs, environnementales et sociétales.

Conformément à ses statuts, l'ARPP a pour mission de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité. L'autorité est statutairement présidée par une « haute personnalité indépendante ».

L'ARPP est membre fondateur de l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (AEEP/EASA) qui a pour objet de promouvoir une autorégulation efficace à travers des codes de conduites qui contiennent des règles éthiques de haut niveau, tout en respectant les différences de culture et de pratiques publicitaires des pays membres.

La régulation professionnelle de la publicité, pratiquée par l'ARPP depuis 1935, est ouverte à la concertation avec la société civile, pour l'élaboration des règles déontologiques - dénommées les Recommandations et regroupées dans *le Code de l'ARPP des Recommandations de la publicité* - et le contrôle de leur application.

Etabli à partir du socle mondial du Code de la Chambre de commerce internationale (ICC) de la publicité et de la communication commerciale, le Code de l'ARPP contient des règles déontologiques spécifiques issues d'engagements de la profession pour une publicité responsable et protectrice des consommateurs, du public en général, des mineurs en particulier, dans les domaines et secteurs sensibles pour la société dans son ensemble.

³ L. 12 mai 2010, art. 34-IV, al. 2.

Dans le cadre du dispositif de régulation professionnelle de la publicité en France, l'ARPP s'appuie pour son fonctionnement sur trois instances : le Conseil de l'Ethique Publicitaire, le Conseil Paritaire de la Publicité et le Jury de Déontologie Publicitaire, toutes présidées par des personnalités indépendantes de la profession :

- Le Conseil de l'Ethique Publicitaire (CEP) est un lieu de réflexion académique sur la publicité. Il produit des avis publics.
- Le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP), composé de représentants des associations (de consommateurs, familiales, environnementales et sociétales) et de représentants des professionnels de la publicité (les marques, les agences et tous les médias), statutairement présidé par un représentant d'une association, émet des avis rendus publics qui tiennent compte des préoccupations de la société civile, en vue de l'élaboration ou de l'actualisation des Recommandations par les professionnels. Il participe également à l'évaluation annuelle du respect des règles professionnelles pour la publicité diffusée.
- Le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) est composé de personnalités indépendantes des professions publicitaires et du secteur associatif impliqués dans le débat sur la publicité. Il statue sur des plaintes émanant de toute personne intéressée, physique ou morale (particuliers, associations, ministères, autorités, administrations, professionnels, etc.), au regard des règles déontologiques contenues dans le Code de l'ARPP et le Code de la Chambre de Commerce Internationale (ICC) précités. Après débat contradictoire de toutes les parties à l'affaire et, saisine éventuelle du Réviseur de la Déontologie Publicitaire, également indépendant, les avis du Jury sont publiés.

Les Recommandations du Code de l'ARPP sont coconstruites avec la société civile dans le cadre du CPP qui réalise des auditions des parties prenantes (experts, professionnels, associations non membres, autorités, ministères, etc.) avant de produire son avis leur donnant les moyens d'éclairer l'autorégulation, de la renforcer et d'exercer leur contrôle sur le contenu des règles qui seront écrites par les professionnels au sein de l'ARPP.

Ces Recommandations sont largement acceptées par les principaux acteurs, elles répondent à des objectifs clairement définis dans les Avis publics rendus par le CPP dont la réalisation est suivie et évaluée de manière régulière, transparente et indépendante et dont la mise en œuvre est effective, notamment au moyen de sanctions efficaces et proportionnées.

En matière de jeux d'argent et de hasard, l'ARPP a publié, dès 2009, une Recommandation « Jeux d'argent », qu'elle a par la suite fait évoluer le 1^{er} septembre 2022 afin, notamment, de prendre en compte les lignes directrices de l'ANJ du 17 février 2022 relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard. Le *Code de l'ARPP* a été mis à jour en conséquence.

Le suivi et le contrôle de la bonne application des règles sont exercés, de manière préventive, par l'ARPP dans le cadre de son activité quotidienne de conseil sur tous les médias et de l'Avis, délivré systématiquement pour les publicités audiovisuelles linéaires et les Services de Médias Audiovisuels à la Demande (SMAD), pour les publicités non encore diffusées.

Depuis 1992, toutes les publicités audiovisuelles linéaires - et dès 2011 sur les Services de Médias Audiovisuels à la Demande - sont contrôlées par l'ARPP, avant diffusion, dans le cadre d'un accord avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) – aujourd'hui, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) - mis en place en 1990 avec l'ARPP (alors dénommée BVP), l'Association des agences conseils en communication (AACC), le Syndicat national de la publicité télévisée (SNPTV) et l'Union des marques (UDA à l'époque).

Ces missions préventives assurées par l'ARPP sont complétées dans le cadre d'un suivi et d'une évaluation régulière après diffusion des règles déontologiques réalisés par :

- l'action du Jury de déontologie publicitaire (JDP) qui traite des plaintes portant sur des publicités diffusées, quel que soit le média de diffusion utilisé ;
- par l'ARPP dans le cadre de son activité de veille, de bilans déontologiques et d'observatoires.

Article 1^{er} : Objet de la présente convention

La présente convention a pour objet l'organisation et la mise en œuvre d'une coopération renforcée entre l'ANJ et l'ARPP dans le but de promouvoir une régulation efficace des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés.

En particulier, l'ANJ et l'ARPP s'accordent sur l'intérêt d'échanger leurs points de vue sur la conformité des communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés, qu'elles peuvent être amenées à apprécier dans le cadre de leurs missions et compétences respectives. L'objectif de cet échange est de prévenir, autant que faire se peut, d'éventuelles divergences d'analyses et de favoriser le développement d'une publicité « responsable » en matière de jeux d'argent et de hasard.

Article 2 : Organisation et mise en œuvre d'une coopération entre l'ANJ et l'ARPP

2.1. L'ANJ et l'ARPP partagent leurs analyses et expertises en matière de communications commerciales dans le secteur des jeux d'argent et de hasard, dont elles apprécient la conformité au cadre juridique défini notamment par la loi du 12 mai 2010 modifiée, l'ordonnance du 2 octobre 2019 ainsi que les articles D. 320-2 et suivants du code de la sécurité intérieure. Pour ce faire, elles se fondent également sur :

- la communication n° 2022-C-001 du 17 février 2022 de l'ANJ portant adoption de lignes directrices relatives aux communications commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ;
- la communication n° 2022-C-002 du 17 février 2022 de l'ANJ portant adoption de recommandations relatives aux communications commerciales des opérateurs agréés ou titulaires de droits exclusifs ;
- la communication n° 2022-C-003 du 20 octobre 2022 de l'ANJ portant adoption de lignes directrices et recommandations relatives aux offres commerciales des opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportant une gratification financière ;

- la communication n° 2023-C-001 du 25 mai 2023 de l'ANJ portant adoption de lignes directrices et de recommandations relatives aux contrats de partenariat sportif des opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

Elles prennent, en outre, en compte les Recommandations de l'ARPP applicables au secteur des jeux d'argent et de hasard, spécialement la Recommandation « Jeux d'argent », le *Code de l'ARPP*, ainsi que le Code de la Chambre de Commerce Internationale (ICC).

2.2. L'ARPP constitue l'interlocuteur de premier niveau des opérateurs de jeux d'argent et de hasard légalement autorisés en matière d'examen de leurs projets communications commerciales avant diffusion. Elle examine ainsi la conformité des projets qui lui sont soumis au regard de sa Recommandation "Jeux d'argent" et de la réglementation applicable. Dans ce cadre et sous réserve du respect de la confidentialité des projets qui lui sont soumis, elle peut être amenée à se rapprocher de l'ANJ pour partager ses analyses et recueillir son avis lorsqu'elle nourrit un doute sur la conformité d'un projet de communication commerciale.

Par ailleurs, lorsqu'elle est informée du dépôt d'une plainte devant le Jury de Déontologie Publicitaire concernant une communication commerciale en faveur de l'offre de jeux d'argent et de hasard d'un opérateur légalement autorisé, l'ARPP en informe l'ANJ, celle-ci pouvant en tant que de besoin produire des observations.

Les observations faites par l'ANJ à ces différentes occasions sont sans préjudice de celles, souveraines, que pourrait être amené à prendre le collège de l'ANJ notamment dans le cadre d'une décision de retrait sur le fondement du 2ème alinéa du IV de l'article 34 de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 modifiée relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne.

2.3. Lorsqu'il est envisagé le retrait d'une communication commerciale en application du 2ème alinéa du IV de l'article 34 de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 mentionnée ci-dessus, l'ANJ en informe l'ARPP, celle-ci pouvant lui faire part de ses observations.

2.4. L'ensemble des échanges prévus par l'article 2 peuvent être informels et prendre la forme d'échanges téléphoniques.

Article 3 : Observatoire annuel

Dans le cadre d'un observatoire annuel, l'ARPP et l'ANJ échangent des informations pertinentes relatives :

- aux campagnes d'envergure ou les communications commerciales les plus marquantes,
- aux communications commerciales dites « *exemplaires* »,
- aux communications commerciales qui ont appelé une intervention de leur part en ce qu'elles comportaient des éléments problématiques au regard des textes applicables,
- aux nouvelles tendances publicitaires et aux pratiques commerciales émergentes des opérateurs.

Dans ce même cadre, l'ARPP informe l'ANJ de la délivrance de Certificats de l'Influence responsable des créateurs de contenus ayant obtenu ledit Certificat avec option « jeux d'argent ».

Article 4 : Organisation d'actions conjointes de sensibilisation et de manifestations publiques communes

L'ARPP et l'ANJ peuvent convenir d'organiser, de concert, des actions d'information et d'accompagnement à la conformité à destination des opérateurs et des acteurs du secteur publicitaire sur les risques et les règles spécifiques aux communications commerciales dans le secteur des jeux d'argent et de hasard.

L'ANJ et l'ARPP peuvent également organiser ensemble des colloques, des conférences, des sessions d'information ou de formation ou encore diffuser des communiqués communs, et ce, afin de promouvoir et valoriser leur action en matière de régulation des communications commerciales dans le secteur des jeux d'argent et de hasard.

Article 5 : Contribution de l'ANJ aux travaux de l'ARPP

L'ANJ peut être consultée par l'ARPP dans le cadre de ses travaux, notamment ceux relatifs à l'élaboration d'outils d'accompagnement des opérateurs, au certificat « d'influenceur responsable », ainsi qu'à l'actualisation de sa Recommandation intitulée « *Jeux d'argent* », cette dernière permettant d'informer les professionnels des bonnes pratiques applicables en matière de communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

De la même façon, l'ANJ peut également être auditionnée par le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP), conformément à sa mission et dans le respect de son règlement intérieur, afin de contribuer aux travaux du Conseil visant à faire évoluer les dispositions du Code de l'ARPP.

Article 6 : Contribution de l'ARPP aux travaux de l'ANJ

A la demande de l'ANJ, l'ARPP peut apporter sa contribution aux travaux de l'ANJ dans le cadre de l'élaboration ou de la mise à jour d'un texte ou d'une doctrine relative aux communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard.

Article 7 : Secret professionnel

Les clauses de la présente convention ne peuvent avoir pour objet ou effet de porter atteinte au secret professionnel⁴, notamment au secret des affaires tel que défini par la réglementation et en particulier les articles L. 151-1 et suivants du code de commerce.

⁴ A cet égard, il est rappelé que le IV de l'article 36 de la loi du 12 mai 2010 modifiée dispose : « *Les membres et les personnels de l'Autorité nationale des jeux, ainsi que toutes les personnes physiques ou morales qui, à quelque titre que ce soit, participent, même occasionnellement, à l'activité de celle-ci sont tenus au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance en raison de leurs fonctions. Le non-respect du secret professionnel, établi par décision de justice devenue définitive, entraîne la cessation d'office des fonctions au sein de l'Autorité nationale des jeux. Ce secret n'est pas opposable à l'autorité judiciaire* ».

Article 8 : Durée de la présente convention

La présente convention est conclue pour une durée de 3 ans à compter de sa signature. Elle pourra être dénoncée à tout moment, sous réserve pour la Partie qui procède à cette dénonciation d'en informer l'autre dans un délai qui ne peut être inférieur à 45 jours avant la date de prise d'effet de cette dénonciation.

Les Parties se rapprocheront avant le terme de la présente convention afin d'envisager la poursuite de leur coopération.

Article 9 : Modifications de la présente convention

La présente convention peut être modifiée, en tant que de besoin, à la demande de l'une ou l'autre des Parties, et après accord de ces dernières.

Article 10 : Conditions financières

La présente convention ne crée aucune obligation financière à la charge des Parties.

Article 11 : Entrée en vigueur de la présente convention

La présente convention entre en vigueur dès sa signature.

Fait en deux exemplaires à Issy-les-Moulineaux, le 18 juillet 2023.

Pour l'ANJ
La Présidente

Pour l'ARPP
Le Président