

CONVENTION DE PARTENARIAT

ENTRE

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES JEUX EN LIGNE

ET L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ

Entre les soussignées :

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES JEUX EN LIGNE (ARJEL), dont le siège se situe 99-101, rue Leblanc à Paris (75015), représentée par Monsieur Jean-François Vilotte, son Président ;

et,

L'AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ, dont le siège se situe 23, rue Auguste Vacquerie, 75116 Paris, représentée par Monsieur François d'Aubert, son Président.

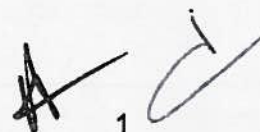
PRÉAMBULE

L'Autorité de régulation des jeux en ligne est une autorité administrative indépendante créée par la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne.

La politique de l'Etat en matière de jeux d'argent et de hasard a notamment pour objectif de limiter et d'encadrer l'offre et la consommation des jeux et d'en contrôler l'exploitation afin de :

- prévenir le jeu excessif et 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 ;
- veiller au développement équilibré et équitable des différents types de jeu afin d'éviter toute déstabilisation économique des filières concernées.

Dans ce cadre et cette optique, l'ARJEL est chargée de mettre en place des moyens de régulation, d'information et de contrôle pour protéger les joueurs, prévenir l'addiction au jeu et lutter contre la fraude. L'ARJEL participe également à la lutte contre les sites illégaux.



1

Dans ce cadre, elle participe à la vérification des conditions de mise en œuvre de la réglementation des communications publicitaires ou promotionnelles en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ainsi que l'information des joueurs quant aux risques liés à la pratique du jeu, à l'instar de dispositions spécifiques comme celles qui attribuent notamment au conseil supérieur de l'audiovisuel la mission d'évaluer les conséquences de la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard.

Organisme de régulation professionnelle de la publicité en France, l'ARPP a pour mission depuis 1935 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. La régulation professionnelle de la publicité rénovée en 2008 est ouverte à la concertation avec la société civile et aux consommateurs, pour l'élaboration des règles et le contrôle de leur application.

Les Administrateurs de l'ARPP, annonceurs, agences conseils, médias, régies et supports publicitaires, ont adopté en juin 2009 une Recommandation sectorielle concernant toute publicité en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard accessibles en ligne ou « en dur ». Ses principes généraux appliqués en conseils tous médias et avis préalables à la diffusion audiovisuelle, aux interventions de l'ARPP et décisions du Jury de Déontologie Publicitaire, instance associée à l'ARPP, visent :

- l'identification, la véracité, la loyauté
- les valeurs sociales
- la protection des mineurs
- le jeu responsable
- la publicité sur les médias électroniques.

ARTICLE 1^{er} : OBJET DE LA PRÉSENTE CONVENTION

La présente convention a pour objet d'organiser les relations entre l'ARJEL et l'ARPP.

Les objectifs des deux Autorités en faveur d'une régulation efficace de la publicité relative aux jeux d'argent et de hasard en ligne sont en effet apparus suffisamment convergents pour inciter à la signature d'une telle convention.

Cette convention n'ajoute ni ne retranche aucune compétence, ni aucun pouvoir, aux deux Autorités.

Elle ne met aucune obligation financière à la charge des parties.

ARTICLE 2 : ORGANISATION DE L'ÉCHANGE D'INFORMATIONS ENTRE L'ARJEL ET L'ARPP

Les services des deux Autorités peuvent échanger toutes les informations intéressant l'autre partie qu'ils peuvent recueillir notamment à l'occasion de leur activité de veille des campagnes publicitaires en faveur des jeux d'argent et de hasard en ligne et à l'issue des revues de documentation qu'ils ont effectués dans ce domaine.

Les deux Autorités peuvent ainsi partager leur expertise et leur analyse sur le sujet d'intérêt commun que constitue la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard en ligne.



Ainsi, l'ARPP peut échanger avec l'ARJEL sur des publicités dites « exemplaires » ou sur celles qui ont appelé une intervention de sa part.

Ces échanges ont lieu dans le respect des règles applicables à l'activité de chacune des Autorités, notamment de celles relatives au secret professionnel et de celles issues de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

ARTICLE 3 : ORGANISATION DE MANIFESTATIONS PUBLIQUES COMMUNES

Sur des sujets d'intérêt commun, l'ARJEL et l'ARPP peuvent organiser des manifestations publiques (colloques, conférences, sessions d'information) visant à promouvoir et valoriser leur action dans ce domaine.

ARTICLE 4 : CONTRIBUTIONS DE L'ARJEL AUX TRAVAUX DE L'ARPP

L'ARJEL peut, sur invitation de l'ARPP, apporter son expertise à l'occasion :

- de l'élaboration par l'ARPP d'une doctrine relative à la publicité en matière de jeux d'argent et de hasard en ligne, permettant aux professionnels du secteur d'adapter leurs communications commerciales à des bonnes pratiques partagées ;
- de la mise à jour des recommandations de l'ARPP relatives aux jeux d'argent.

ARTICLE 5 : CONTRIBUTIONS DE L'ARPP AUX TRAVAUX DE L'ARJEL

L'ARPP peut, sur invitation de l'ARJEL, apporter son expertise en contribuant à sa réflexion, ou à celle de ses commissions consultatives spécialisées, intéressant le domaine des campagnes publicitaires en faveur des jeux d'argent et de hasard en ligne.

Son expertise peut également être sollicitée par les services de l'ARJEL pour toute question portant sur la publicité et les règles qui l'entourent et leur application effective.

ARTICLE 6 : SAISINE POSSIBLE PAR L'ARJEL DU JURY DE DÉONTOLOGIE PUBLICITAIRE DE L'ARPP

L'ARJEL peut saisir le Jury de Déontologie Publicitaire, instance associée à l'ARPP, de toute publicité ne lui paraissant pas conforme aux règles déontologiques de l'ARPP.

Cette saisine n'affecte pas le pouvoir de l'ARJEL de diligenter, à tout moment, toute autre procédure ou, plus généralement, d'accomplir tout acte que cette publicité justifie par ailleurs.

Le Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP prendra ses décisions en toute indépendance, au regard des règles déontologiques sur lesquelles il est chargé de délibérer.



3

La décision du Jury de Déontologie Publicitaire de l'ARPP ne lie pas l'ARJEL.

ARTICLE 7 : DURÉE DE LA PRÉSENTE CONVENTION

La présente convention pourra être dénoncée à tout moment, sous réserve pour l'Autorité qui procède à cette dénonciation d'en informer l'autre dans un délai qui ne peut être inférieur à 15 jours avant la date de prise d'effet de cette dénonciation.

ARTICLE 8 : 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 9 : ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION

La présente convention entre en vigueur dès sa signature. _____

Fait à Paris, le **23 MAI 2013**

Pour l'ARJEL

Le Président

Pour l'ARPP

Le Président