

Commission des jeux de hasard
7 septembre 2021

PUBLICITÉ ET JEUX DE HASARD

Caroline Jeanmart



Observatoire
du Crédit et
de l'Endettement

SOUS COMMISSION SUR L'AR+

- Arrêté royal du 25 octobre 2018 -> consultation le 17 octobre 2019
- AR vise à éclaircir l'article 43/8, §2 de la loi du 7 mai 1999
- AR étend le domaine d'application de la loi de 1999 au monde virtuel (jeux média et paris en ligne)

PUBLICITÉ: POURQUOI RÉGLEMENTER?

1) Préventif avant répressif

2) Importance de la prévention et de la réduction des risques

- d'attirer des non-joueurs
- d'encourager les joueurs à jouer davantage
- de « rechuter » pour les joueurs problématiques

PUBLICITÉ: MODALITÉS (1)

1) Art.3 de l'AR de 2018

- Porte sur les modalités de diffusion et d'influence de la publicité au moyen des instruments de la société d'information
- Tous les types de médias sont visés

2) Question/observations

- Selon l'AB-Reoc (Velghe J., 2019), près de 40% des jeunes belges ont déjà été exposés à des publicités pour jeux de hasard via Youtube.
- Importance de développer davantage le cas des placements de produits réalisés par l'intermédiaire des influenceurs sur les réseaux sociaux, notamment en ce qui concerne le eSport betting (pari de sport en ligne).
- Comment appliquer les modalités de diffusion et d'influence prévues par l'art.3 à ce mode de publicité ?

PUBLICITÉ: MODALITÉS (2)

1) Art.10 de l'AR de 2018

- Interdiction pour le titulaire de licence F1+ de faire de la publicité pour eux-mêmes ou pour les produits qu'ils proposent sur les équipements des joueurs et le matériel d'équipes sportives de mineurs d'âge.
- Au-delà de la publicité virtuelle, l'interdiction de la publicité sur supports « durs » à l'égard des mineurs d'âge.

2) Questions/observations

- Il n'est donc pas interdit de faire de la publicité sur les équipements des joueurs majeurs. Bien qu'on distingue cette publicité de celle réalisée à travers les médias, cela revient tout de même à faire de la publicité pendant les compétitions sportives, ce qui est interdit par l'art. 3.
- Comment résoudre cette contradiction ?

PUBLICITÉ: CONTRÔLES ET SANCTIONS

1) Saisine de la CJH

- D'initiative
- Par le parquet: communication d'un PV d'infraction

2) Sanctions prévues

- Suspension ou révocation de la licence et interdiction provisoire ou définitive d'exploitation d'un ou plusieurs jeux
- Dans certains cas, imposition d'une amende administrative

3) Question

- Quelles sanctions prévues car l'article 15/3 de la loi du 7 mai 1999 ne vise pas le nouvel article de 2018?

AUTRES POINTS D'ATTENTION (1)

1) Message préventif sur les risques

- Actuellement: « Jouez avec modération! »
Particularités: au moins 4 % de la taille de l'espace publicitaire et une valeur minimum de 7 points sans être inférieure au quart de la taille des caractères les plus grands utilisés dans la publicité.
- Importance d'un focus sur les risques financiers
 - Ex.: transposition du secteur du crédit: « Emprunter de l'argent coûte aussi de l'argent »

AUTRES POINTS D'ATTENTION (2)

1) Message préventif sur les risques

- « Emprunter de l'argent coûte aussi de l'argent »: même conditions de taille que pour les jeux de hasard (art.14, AR du 21 juin 2011).
- MAIS cas particuliers concernant le crédit: à transposer?
 - Lorsque la publicité se réfère au *caractère bon marché ou avantageux* du contrat de crédit ou *encourage à effectuer un nouveau prélèvement* de crédit, sans qu'un taux d'intérêt ou des chiffres relatifs aux coûts du crédit ne soient mentionnés, les caractères utilisés pour reproduire le message ont au moins la même taille que les caractères utilisés dans la publicité pour l'indication de ce caractère particulier ou de cette incitation de prélèvement.
 - En cas de publicité sur *internet* et si le message visé est *uniquement visible en cliquant sur une bannière*, le message figure alors sur une page internet où seul ce message est indiqué en caractères sans empattements qui sont au moins aussi grands que les plus grands caractères utilisés dans la bannière.

AUTRES POINTS D'ATTENTION (3)

2) Autre approche

- Plutôt que d'interdire
- Limiter l'autorisation

3) Focus particuliers

- Mineurs d'âge
- Profils à risques (situation socio-économique et professionnelle, pratique intergénérationnelle et du réseau social)

AUTRES POINTS D'ATTENTION (4)

4) Coordonnées de services d'aide

- Dépendance
- Questions financières

5) Refus de la publicité en ligne

- Possibilité de choisir de ne plus recevoir de messages publicitaires en ligne relatifs aux jeux de hasard
- Voire réaliser une évaluation d'une interdiction de la publicité (//tabac)

Merci de votre attention



Caroline Jeanmart

Directrice

Mail : c_jeanmart@observatoire-credit.be

GSM : 0478.10.00.24

L'Observatoire du Crédit et de l'Endettement asbl

Adresse : Château de Cartier, Place du Perron 38, 6030 Marchienne-au-Pont

Tél : 071/33.12.59 - **Fax** : 071/32.25.00

Mail général : info@observatoire-credit.be - **Site** : www.observatoire-credit.be

N° entr. : 0452.320.403 - RPM Hainaut (div. Charleroi) - **IBAN** : BE91 0682 4452 2576