

Code d'éthique des publicités et marketing responsable de la LONACI

Introduction

La Loterie Nationale de Côte d'Ivoire (LONACI) s'engage à promouvoir une communication publicitaire éthique et responsable, en adéquation avec sa mission de protéger les joueurs et de prévenir les comportements de jeu excessifs.

Ce code d'éthique définit les principes et les règles que toutes les campagnes publicitaires et actions marketing de la LONACI doivent respecter, afin de garantir une pratique responsable des jeux de hasard.

Principes fondamentaux

✓ **Transparence**

Toutes les publicités doivent fournir des informations claires, précises et non trompeuses sur les jeux proposés, y compris les chances de gain et les risques associés.

✓ **Responsabilité**

Les campagnes doivent promouvoir le jeu comme un loisir et non comme une source de revenus ou une solution aux problèmes financiers.

✓ **Protection des publics vulnérables**

Les publicités ne doivent en aucun cas cibler les mineurs, les personnes en situation de précarité ou celles présentant des signes de dépendance.

ARTICLE I : PUBLICITE RESPONSABLE

Interdiction de glorifier les gains

- Ne pas présenter les gains comme faciles, excessifs ou capables de transformer radicalement la vie des joueurs.

Mention des risques

Inclure des messages de prévention, tels que : « *JOUONS RESPONSABLE, Les jeux d'argent et de hasard peuvent être dangereux : pertes d'argent, conflits familiaux, addiction...* »

Interdiction de cibler les mineurs ou des populations vulnérables

Ne pas utiliser de personnages, de symboles ou de langages susceptibles d'attirer l'attention des mineurs ou des personnes



consommant des produits alcoolisés et/ou du tabac ou en difficulté financière.

ARTICLE II : SUPPORT PUBLICITAIRE ET LANGAGE

Affichage et distribution

Les publicités ne doivent pas être placées à proximité des écoles, des lieux de culte ou d'autres endroits fréquentés par des mineurs.

Médias traditionnels

Respecter les plages horaires adaptées pour éviter de toucher un public jeune (par exemple, pas de publicité pendant les émissions pour enfants ou 5 min avant ou après un programme pour mineurs).

Ton positif et éducatif

Privilégier un ton informatif et éducatif, en mettant l'accent sur le divertissement et la modération.

Interdiction de langage agressif ou incitatif

Éviter les phrases comme « *Jouez maintenant pour gagner gros !* » ou « *Ne ratez pas cette chance de changer votre vie ! Pariez maintenant pour devenir riches ! Sortez de la pauvreté !* ». Ou toute autre slogan visant à exagérer les chances de gain, ou inciter à jouer abusivement.

ARTICLE III : ORIENTATION JOUEUR

Sensibilisation

Intégrer des messages de prévention dans toutes les campagnes, rappelant les risques du jeu excessif et les ressources disponibles pour les joueurs en difficulté.

Accompagnement

- Inclure des informations sur les outils d'auto-exclusion, les limites de dépôt et les services d'aide aux joueurs (ligne d'écoute, soutien psychologique).

Confidentialité

Les publicités, communications ou actions promotionnelles ne peuvent divulguer l'identité, l'adresse et autres données des joueurs et de leur famille (et ce compris leur photo ou autre enregistrement visuel) sans l'autorisation écrite des gagnants concernés.

ARTICLE IV : CONTROLE DE LA CONFORMITE

Validation des campagnes publicitaires

Toutes les publicités doivent être partagées avec les membres du Groupe de travail JR chargé de vérifier leur conformité au code d'éthique.

Formation des équipes

Les équipes Marketing et Communication doivent être formées régulièrement sur les principes du Marketing responsable (module de formation et E-learning JR).

Engagement des prestataires

Les prestataires et partenaires en communication, responsables de la création de supports ou de contenus de communication (affiches, vidéos, etc.) doivent adhérer au code de conduite responsable et s'engager à respecter toutes les exigences énoncées dans ce document.

Retours et amélioration

Mettre en place un système de feedback pour recueillir les avis des joueurs et des parties prenantes, et ajuster les campagnes en conséquence.

ARTICLE V : SANCTIONS & CHAMP D'APPLICATION

Retrait immédiat

Toute publicité ne respectant pas ce code sera retirée immédiatement.

Sanctions

Les partenaires responsables de publicités non conformes feront l'objet de sanctions, allant jusqu'à la résiliation de contrat.

Champ d'application

• Le présent Code s'applique :

En interne :

A toutes les personnes employées par la LONACI et intervenant dans le processus d'élaboration d'un projet d'action publicitaire et/ou promotionnelle.

En externe :

A tous les prestataires mandatés par la LONACI 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, les influenceurs), et pour concevoir les actions média et hors média et acheter l'espace correspondant (notamment, les agences média et les régies publicitaires) ;

A tous les bénéficiaires de contrats de sponsoring et de subsides, ainsi qu'à leurs fournisseurs de biens et services. La LONACI se réserve le droit d'inclure dans ses contrats de sponsoring une clause relative au respect du présent Code de publicité éthique et responsable. La LONACI pourra alors se dégager instantanément de tout contrat dans lequel l'autre partie contractante n'aura pas respecté le présent Code de publicité éthique et responsable. De même, tout octroi de subsides devra être conditionné par le respect du présent Code de publicité éthique et responsable. La LONACI s'engage à informer ses partenaires de la nécessité de respecter ce Code.

Conclusion

Ce code d'éthique des publicités et du marketing responsable reflète l'engagement de la LONACI à promouvoir une pratique saine et éthique des jeux de hasard. En respectant ces principes, nous contribuons à protéger nos joueurs, à prévenir les comportements à risque et à renforcer la confiance du public envers notre institution.

JOUONS RESPONSABLE

LONACI – Loterie Nationale de Côte d'Ivoire

Certification Jeu Responsable, tous Responsables.

Mr DRAMANE COULIBALY

LE DIRECTEUR GENERAL

Pi