



Standards Européens de Jeu Responsable

1. INTRODUCTION

Les Loteries européennes s'engagent à lutter contre le jeu illégal et toute autre activité liée jugée comme criminelle, tout en réduisant tout préjudice potentiel, sur la société en général et les groupes vulnérables, en particulier au moyen d'une expansion contrôlée du jeu et d'une certification obligatoire de jeu responsable. L'autoréglementation, l'éducation et la prévention représentent les engagements prioritaires des Loteries européennes vis-à-vis du jeu responsable.

Ces Standards ont été conçus par le Groupe de travail EL RSE / Jeu Responsable et prennent en considération les conclusions des Membres EL, des régulateurs, des auditeurs et d'experts. Les objectifs de ces standards sont les suivants :

1. Identifier les meilleures pratiques relatives au jeu responsable dans le secteur de la loterie.
2. Permettre aux Membres EL d'intégrer le jeu responsable dans leurs opérations quotidiennes et ainsi minimiser tout préjudice à la société.
3. Définir aux Membres EL des règles claires relatives à leurs opérations, afin de :
 - Assurer que les intérêts des joueurs soient pris en compte et que les groupes vulnérables soient protégés (par exemple, en excluant les personnes n'ayant pas l'âge légal et en réduisant le tort causé aux joueurs problématiques qui continuent à jouer) ;

- Assurer que les lois appropriées, les réglementations et les responsabilités soient respectées ;
 - Développer des pratiques adéquates prenant en considération les informations et les recherches pertinentes ;
 - Développer une meilleure compréhension de l'impact social du jeu et favoriser une meilleure connaissance des problèmes de jeu ;
 - Promouvoir la mise en application des pratiques relatives au jeu responsable dans tous les aspects des activités des Membres, et des activités de leurs forces de vente ;
 - Fournir au public des informations exactes et équilibrées en vue de lui permettre des prises de décisions en toute connaissance de cause ;
 - Offrir aux joueurs un ensemble d'outils et de ressources leur permettant de garder le contrôle ;
 - Continuellement améliorer les programmes de jeu responsable et en informer le public et les parties intéressées.
4. Permettre aux Membres EL de démontrer à la société que les programmes de jeu responsable sont basés sur des standards appropriés et qu'ils sont contrôlés de manière indépendante.
 5. Renforcer une réputation positive qui reflète avec exactitude l'intégrité du Membre en tant qu'opérateur de jeu.

Alors que les Membres EL s'engagent, là où des services de soins existent (cf. (2) vii), à collaborer avec / assister les prestataires de services, l'objectif premier des Membres est d'établir des programmes de jeu responsable afin de minimiser le risque pour l'ensemble des parties concernées de la société, particulièrement pour les groupes vulnérables, et de

¹ Le terme de "groupe vulnérable" peut relever de différents aspects de la société, mais dans ces standards, on entend ceux qui sont en dessous de l'âge légal dans toute juridiction, ceux qui ont des revenus modestes, ceux qui ont déjà une dépendance au jeu, ceux qui sont en état d'ébriété ou sous l'influence de drogues illicites, les dépositaires, employés ou parties contractantes et/ou ceux qui n'ont pas connaissance des risques liés au jeu problématique.



faire la promotion du jeu responsable parmi tous les joueurs ; le tout basé sur les principes de prévention et d'éducation. Le traitement des personnes ayant des problèmes liés à une pratique de jeu excessive relève de la compétence des thérapeutes et autres spécialistes de la santé.

Les Standards de Jeu Responsable ont été adoptés pour la première fois par l'Assemblée générale EL en 2007. Ils sont complétés par le Cadre de Certification EL, dont la dernière mise à jour a été adoptée par l'Assemblée Générale en juin 2021.

Afin de tenir compte d'un environnement de jeu à l'évolution rapide ainsi que de nouvelles connaissances et recherches dans le domaine du jeu responsable, ces Standards de Jeu Responsable seront revus régulièrement. Cette même année, l'Assemblée générale a approuvé l'obligation pour tous les Membres EL de se conformer à ces Standards, car il s'agit du meilleur moyen de protéger la société et les groupes vulnérables contre les dommages potentiels des jeux d'argent non contrôlés.

Les Standards représentent le premier élément d'une politique EL dans le cadre du jeu responsable; le cadre politique comprend d'autres documents qui complètent les Standards, par exemple des codes de conduite spécifiques (tel le code de conduite relatif aux paris sportifs) ou des directives (telles que les Directives sur la publicité et le marketing d'EL) et le Cadre de Certification EL qui traite des pratiques de jeu responsable au sein de la communauté EL. Les Standards sont conçus de manière à être complémentaires aux principes et cadres de travail de jeu responsable de la WLA, en ce sens que les Standards EL spécifient les résultats (c'est-à-dire les actions qui doivent être entreprises par les Membres EL) qui peuvent être mesurés. Il est attendu que, à travers la mise en application des Standards EL du Jeu Responsable, les Membres EL satisferont au niveau 4 du cadre de la WLA. Cependant et si nécessaire, il est prévu que ces Standards EL puissent dépasser la simple conformité au cadre de la WLA, comme requis en Europe.

Les Standards de Jeu Responsable ne se substituent à aucune loi ou réglementation applicable dans la juridiction de chaque Membre, mais établit des normes sur le jeu responsable que les Loteries des Etats Membres d'EL s'engagent à respecter, dans certains cas, en allant délibérément au-delà des exigences légales en matière de protection des joueurs et des groupes vulnérables. Tous les Membres doivent s'assurer qu'ils respectent à tout moment les lois applicables et la juridiction locale.

2. STANDARDS

I. GOUVERNANCE DU JEU RESPONSABLE

Les Membres doivent établir, mettre en œuvre, maintenir et améliorer continuellement leur gouvernance du jeu responsable, selon le principe "Planifier, Faire, Vérifier, Agir". Les Membres doivent développer un programme de jeu responsable avec un cadre qui identifie l'approche du développement, de la mise en œuvre, de l'évaluation et de l'amélioration continue du programme.

Les Membres informeront leurs parties prenantes (ou ont accepté de commencer à rendre des comptes à une date spécifique) de l'impact de leur programme de jeu responsable. Le compte-rendu inclura les mesures en matière de jeu responsable, les objectifs, les engagements et indicateurs et sera effectué périodiquement. Ce compte-rendu doit être transparent et utiliser les canaux les plus appropriés et accessibles pour le public cible des parties prenantes.

Les Membres organiseront un contrôle indépendant de leurs activités relatives au jeu responsable au regard de ces Standards comme spécifié dans des recommandations distinctes liées au processus de certification EL.

Les Membres qui ont déjà été certifiés entreprendront une évaluation partielle durant la deuxième année de leur période de certification de trois ans.



II. FORMATION DES EMPLOYÉS

Les Membres font en sorte que leurs employés soient instruits et informés à propos du jeu responsable. Les employés doivent recevoir une formation portant sur le jeu responsable et comprendre ce qui peut mener au jeu excessif.

Les Membres fournissent à tous leurs employés les informations relatives à leurs programmes de jeu responsable par des moyens de communications appropriés au moins une fois par an.

Les Membres s'assurent que les informations sont à jour et révisées à intervalles réguliers (par exemple annuellement).

Les Membres s'assurent qu'un niveau adéquat de prise de conscience sur le jeu responsable prévaut dans leur organisation afin que celui-ci fasse partie intégrante des opérations quotidiennes.

Les employés concernés (y compris le personnel temporaire et contractuel) reçoivent, selon leurs besoins professionnels et leurs interactions avec la clientèle, une formation sur le jeu responsable, incluant (quand c'est possible) une formation sur les organismes pouvant proposer des traitements aux joueurs potentiellement problématiques. La préférence est donnée à un spécialiste de la formation pour la prestation de ce service.

La formation doit être proposée aux employés en contact avec la clientèle sur les questions du jeu problématique afin d'assurer un traitement rapide et efficace de l'auto-exclusion et des courtes périodes d'interruption (*cooling-off*). Des cours de remise à niveau doivent être organisés lorsque et si nécessaire, mais au moins une fois par an.

Quand il existe une limite d'âge légale pour jouer, tous les employés vendant les jeux bénéficient d'une formation leur permettant de demander la preuve de l'âge d'une personne, par des moyens appropriés (c'est-à-dire une pièce d'identité ou une forme secondaire d'identification), y compris une formation

sur la procédure à suivre dans les cas où une vérification supplémentaire est jugée nécessaire.

Le département RSE, l'agent de conformité et/ou le groupe responsable équivalent surveille en permanence que la formation a été réalisée.

III. DÉTAILLANTS

Tous les détaillants sont approvisionnés en matériel d'information (par exemple brochures, dépliants, affiches, etc.) afin de les sensibiliser au jeu responsable et de les former sur des questions relatives au jeu problématique.

Lorsqu'il existe un âge légal pour jouer dans une juridiction, tous les détaillants qui vendent des produits de loterie doivent recevoir une formation leur permettant de demander la validation de l'âge d'une personne par des moyens appropriés (c'est-à-dire une pièce d'identité ou des formes secondaires d'identification), y compris une formation sur le processus à suivre lorsqu'un besoin de vérification supplémentaire est identifié.

Les Membres s'assurent que les détaillants soient informés (par écrit) qu'il leur est interdit de faire crédit aux joueurs, excepté l'acceptation des cartes de crédit (dans certaines juridictions).

Lorsque les Membres offrent des possibilités d'auto-exclusion, comme par exemple une carte-joueur, les détaillants doivent être informés (par écrit) des modalités de fonctionnement et de la façon dont ces fonctionnalités peuvent être activées/désactivées par ou pour les joueurs.

Avant que de nouveaux détaillants soient autorisés à vendre des produits, ils doivent bénéficier d'une formation sur le jeu responsable. Une formation adaptée peut leur être fournie, en fonction des gammes de produits qu'ils vendent au nom des Membres (par exemple, une formation spécifique



devrait être proposée détaillants chargés d'Appareils de jeux électroniques – EGMs). La préférence est donnée à un spécialiste de la formation pour la prestation de ce service.

Les Membres doivent, quand c'est possible, donner régulièrement la possibilité à leurs détaillants d'avoir accès à des formations sur la référence à des traitements et sur le jeu problématique.

Les Membres doivent évaluer, au moins une fois par année, l'adéquation et l'efficacité du Programme de Jeu Responsable des détaillants.

IV. CONCEPTION DES JEUX

Avant le lancement de tout nouveau type de produit/service, les Membres établissent une évaluation de l'impact social au moyen d'une procédure d'appréciation structurée afin d'examiner les facteurs pertinents de risques. Les Membres mettent en application des stratégies efficaces afin de minimiser les impacts négatifs de ces facteurs de risques. Ceux-ci doivent être documentés et toute stratégie de minimisation de préjudice doit être clairement enregistrée afin que l'évaluation puisse être révisée si nécessaire.

Dès lors, les Membres doivent être conscients des facteurs de risques relatifs au jeu problématique, au niveau du produit (par exemple, fréquence des événements, probabilité de gain, quasi-gain, ...), au niveau situationnel (par exemple, lieu et nombre de points de vente) et au niveau organisationnel (par exemple, marketing et publicité).

Les Membres n'exploiteront des nouveaux types de produits / jeux qui sont évalués « à haut risque » (lors de l'évaluation de l'impact social), que lorsque ce faisant, ceci permet à la Loterie membre de réduire ou de réglementer de manière plus efficace un risque déjà existant sur le marché (par exemple si un produit ou service est opéré par quelqu'un d'autre que la Loterie membre).

Les Membres doivent étudier si une évaluation d'impact social (particulièrement celles indiquant un produit/service à « haut risque ») devrait être soumise à vérification par une tierce personne indépendante et ainsi documenter les conclusions de la décision en tant qu'élément de l'évaluation de l'impact social.

Des options d'auto-exclusion volontaire doivent être mises en place lorsque cela est opérationnellement possible ou rendu possible par les lois du pays concerné pour tous les joueurs (et pas uniquement pour ceux souffrant de jeu problématique).

Les produits ne doivent pas être rationnellement et objectivement susceptibles d'attirer l'attention ou l'intérêt particulier des mineurs. En particulier, ils ne doivent pas contenir de symboles ou de langage destinés à attirer les mineurs, ni utiliser des éléments visuels, sonores, verbaux ou écrits qui sont spécifiquement ou principalement destinés aux mineurs

La conception des produits ne doit pas dégrader l'image ou le statut des personnes appartenant à une minorité ethnique, un groupe religieux, un sexe, une orientation sexuelle, une préférence politique ou une classe protégée.

V. CANAUX NUMERIQUES

Les vérifications sur le consommateur mentionnées ci-après s'effectueront selon un processus formel et documenté.

Au minimum, lors de l'inscription, le consommateur doit fournir son nom, âge, adresses et nom d'utilisateur et mot de passe uniques. Lorsque c'est possible, des systèmes de vérification par des tiers doivent être utilisés par les Membres afin de vérifier les informations fournies et/ou l'admissibilité pour jouer.



S'il y a lieu et selon les produits offerts, les Membres devront s'assurer que leurs plateformes numériques (Internet, télévision numérique, appareils mobiles, applications) incluent, selon les règles de compétence :

- Preuve d'identité ou vérification de l'identité

La preuve d'identité fournie par un consommateur doit être formellement vérifiée par les Membres et/ou une tierce partie avant que le consommateur ne soit considéré comme « dûment inscrit ».

- Limite et vérification de l'âge

L'âge du consommateur doit être formellement vérifié par les Membres et/ou une tierce partie (selon les règles de compétence) avant que ce dernier ne soit considéré comme « dûment inscrit » par le Membre.

Il doit être indiqué clairement que les mineurs ne sont pas autorisés à jouer par le biais de panneaux « Interdit au moins de » 16, 18 ou 21 (en fonction des règles de compétence) et un message clair concernant la prévention du jeu des mineurs doit être affiché.

Si un mineur est identifié, les Membres doivent suivre une politique transparente et documentée, comprenant le remboursement de l'acompte et une marche à suivre pour les mises et les gains.

Les Membres doivent promouvoir l'utilisation d'un programme de contrôle parental reconnu afin de permettre aux consommateurs/parents d'empêcher les mineurs d'avoir accès aux sites de jeux.

Lorsqu'il n'existe aucune législation concernant le jeu des mineurs dans une juridiction donnée, la Loterie devrait émettre des recommandations sur les risques liés au jeu des mineurs et le Membre devrait faire en sorte de ne pas accepter le jeu des mineurs.

- Limites fixées par le consommateur et/ou le système par défaut et portant sur le jeu, les dépenses, les dépôts et/ou les pertes

Certaines limites obligatoires (fixées par le consommateur ou par défaut par la Loterie) doivent être déterminées avant que le joueur ne soit autorisé à jouer. Les consommateurs doivent avoir la possibilité

de modifier leurs limites. Une diminution de la limite prendra effet sans délai. Une augmentation de la limite devrait prendre effet après une période minimum d'interruption (*cooling-off*) (24 heures par exemple).

- Aucune facilité de crédit

Un Membre ne tolère aucun solde négatif sur un compte de consommateur. Les Loteries doivent décourager l'utilisation du crédit (cartes) comme moyen de paiement.

- Option d'auto-exclusion volontaire par les joueurs

Les procédures d'auto-exclusion volontaire doivent être clairement documentées sur le site Internet. Les joueurs doivent avoir la possibilité de s'auto-exclure via le site Internet. De plus, l'auto-exclusion doit également être possible via le service clientèle. Aucun effort de marketing ne visera spécifiquement les consommateurs auto-exclus durant leur exclusion.

- Elements de contrôle de la réalité (par exemple, horloge, avertissements concernant les limites, courtes périodes d'interruption (*cooling-off*))

Pour certains jeux où le temps joue un rôle (par exemple les compétitions entre joueurs avec tirages au sort fréquents comme le poker play...), des informations concernant le temps de connexion et/ou une horloge devrait figurer en permanence sur toutes les pages. En fonction du type de jeu, le joueur devrait avoir la possibilité d'ajouter d'autres éléments de contrôle de la réalité, tels que des alertes sur les limites et/ou le temps passé sur une session (en particulier dans les compétitions entre joueurs où le temps peut poser problème).

Les joueurs devraient également pouvoir accéder aux informations concernant leurs activités de jeu par tous les moyens (tels que Internet, mobile, tablettes, télévision numérique, etc.) pouvant être utilisés pour jouer, par exemple :



- solde du compte
- mises sur une période donnée (session, jour, semaine, mois, ...)
- gains, pertes, dépôts, ...

Afin d'informer au mieux les consommateurs, chaque jeu devrait se terminer en affichant clairement les résultats : gain ou perte et un temps minimum entre deux jeux devrait être mis en place (par exemple 10 secondes).

Un logo ou tout autre type d'avertissement devrait figurer sur toutes les pages du site Internet afin d'informer les joueurs sur les risques liés au jeu.

- Contrôles de protection des données

L'opérateur doit faire en sorte de protéger l'intimité du consommateur et doit documenter sa politique de confidentialité sur son site Internet. Entre autres, les consommateurs doivent avoir la possibilité d'interdire la divulgation de leurs informations personnelles à des tiers à des fins de marketing, ainsi que de corriger leurs données personnelles. De manière générale, la plus grande attention doit être portée à la protection des données personnelles de tous les consommateurs.

- Affichage de la valeur financière des mises

La valeur financière ainsi que la monnaie des mises doivent toujours s'afficher afin de fournir la meilleure information possible au consommateur.

- Possibilités de s'auto-évaluer afin d'aider les personnes à définir si elles jouent de manière responsable.

Un accès à la page ou au site relatif au jeu responsable doit être disponible depuis toutes les pages du site Internet :

- un processus d'auto-évaluation simple et approuvé (autotest) afin de déterminer le potentiel de risque,
- des explications et conseils pour garder une pratique de jeu saine.
- Toutes les informations relatives au jeu responsable devraient être disponibles dans toutes les langues dans lesquelles il est possible de jouer.
- Des liens sur chaque page web doivent fournir des informations relatives aux actions prises dans le domaine du jeu responsable par les Membres et donner des sources de conseils et de soutien (par exemple, numéro de téléphone de lignes d'écoute,

références à des prestataires de soin). Les Membres s'assureront que le personnel du centre de contact est en mesure de se référer à ces sources de conseils et de soutien.

- Les Membres doivent prendre des mesures pour identifier et surveiller les comportements à risque et/ou les joueurs à risque dans leur base de joueurs numériques.

VI. PUBLICITÉ ET MARKETING

Les Membres adopteront un code de publicité et de marketing qui assure que les publicités et opérations promotionnelles n'encouragent pas les mineurs ou les joueurs problématiques et ne fournissent pas aux joueurs des informations trompeuses telles qu'une fausse impression de possibilité de gain. Les Membres sont encouragés à utiliser les directives en matière de publicité jointes à ce cadre comme référence.

Les Membres ne cibleront pas directement les groupes vulnérables dans la publicité (en ce qui concerne l'âge, le statut social ou les habitudes de jeu).

Les Membres doivent avoir une politique en place qui contient au moins ces sujets:

- éviter toute publicité ou matériel promotionnel ayant pour cibles des mineurs
- ne pas inciter les mineurs à jouer ni suggérer que les mineurs peuvent jouer ou placer des paris
- ne jamais montrer le jeu comme un cadeau qu'un enfant pourrait offrir ou recevoir
- afficher clairement et visiblement dans tout le matériel de marketing, l'interdiction des jeux aux mineurs.
- ne pas représenter des personnages, des symboles ou un langage réels ou fantastiques ayant un attrait spécifique pour les mineurs.
- Les personnes représentées en tant qu'acheteurs ou joueurs dans la publicité ne doivent pas être, ni sembler être, des mineurs.
- ne placer aucune publicité durant les émissions ou sur les canaux de communications adressés spécifiquement aux mineurs
- une utilisation appropriée des médias sociaux en veillant tout particulièrement à ne pas utiliser les pages, blogs, chaînes ou influenceurs suivis spécifiquement ou principalement par des mineurs.



- dans les services de médias audiovisuels, éviter les blocs publicitaires précédant ou suivant immédiatement les programmes destinés spécifiquement ou principalement aux mineurs.
- dans les médias physiques, éviter les lieux où l'on peut raisonnablement et principalement s'attendre à ce que le public soit composé de mineurs.
- éviter d'envoyer du marketing direct aux joueurs à risque ou aux joueurs à problèmes.
- une stratégie visant à adapter la publicité et le marketing en fonction du profil de risque des jeux.
- un processus interne pour examiner tous les nouveaux jeux et la publicité sur leur attrait pour les groupes vulnérables.
- les parrainages doivent également éviter d'attirer les mineurs ou les groupes vulnérables vers les jeux d'argent

Les Membres doivent également se conformer à des codes obligatoires ou non en relation avec le genre de services qu'ils offrent. Chaque code de chaque Membre doit indiquer quel code est obligatoire ou volontaire et s'ils sont applicables dans le domaine de leur fonctionnement.

Les tiers impliqués dans les campagnes de communication et de promotion, y compris les affiliés, doivent également respecter le code.

Afin de promouvoir le jeu responsable et de maintenir les valeurs d'EL, le code s'assure que les campagnes de publicité et de marketing:

- Ne proposent pas des offres de fidélité déraisonnables, encourageant à jouer davantage pour gagner davantage ;
- Se concentrent sur le divertissement et n'énoncent pas ou ne suggèrent pas que le jeu est une alternative au travail ou un moyen de sortir de difficultés financière ;
- Affichent clairement les conditions applicables aux activités promotionnelles, apposent la date et l'heure et ne les modifient pas de façon déraisonnable suite à l'activité de jeu ;
- ne seraient pas trompeuses sur la possibilité ou les chances de gagner ;
- Excluent tout contenu conçu pour exploiter les inquiétudes financières d'un individu ;
- N'encouragent pas les consommateurs à récupérer leurs pertes ;
- n'impliquent pas que les jeux de pur hasard sont des jeux d'adresse ou que leur résultat dépend de l'expérience, des connaissances, de la persévérance ou de l'instinct du joueur.
- ne dépeignent ni n'incitent à l'abus de produits, à des achats répétitifs ou incontrôlés, à un jeu excessif ou à une obsession du jeu.
- ne dénigrent pas une personne qui n'achète pas de billet ni louent indûment une personne qui achète un billet.
- évitent toute discrimination fondée sur l'ethnie, la nationalité, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle ou l'âge
- excluent tout contenu qui inclut ou encourage la violence, les thèmes d'exploitation sexuelle ou les activités illégales.
- Ne coopèrent pas avec des liens où des prêts instantanés sont proposés, s'y référer ou les soutenir.
- fournissent une fonction de désabonnement ou de retrait pour toute communication par courrier électronique ou SMS.
- incluent un message de jeu responsable dans tous les supports publicitaires et marketing.
- utilisent des messages spécifiques de jeu responsable achetés dans les médias.
- utilisent des messages directs ou un contact direct limité pour offrir aux joueurs à risque l'utilisation de tous les outils de Jeu Responsable à leur disposition.
- utilisent des bonus et des promotions équilibrant l'obligation de protéger les joueurs et la nécessité de les détourner des offres illégales ou moins protectrices.



VII. INFORMATIONS SUR LES SERVICES DE TRAITEMENT

Les Membres s'engagent activement avec des organisations de traitement de jeu problématique, des centres de soin et/ou des professionnels de la santé afin de comprendre l'impact des produits de jeu et de la publicité sur les joueurs problématiques.

Quand des services de soin existent dans une juridiction, les Membres (à moins qu'une organisation alternative n'ait été choisie à cette fin dans une juridiction) fournissent des informations pertinentes aux joueurs, aux détaillants et aux employés de la Loterie et collaborent avec des fournisseurs concernant des services disponibles pour les joueurs problématiques. Ces informations, (coordonnées précises/numéro de téléphone de lignes d'écoute) doivent être disponibles en format imprimé et doivent être clairement visibles dans les lieux de jeu aussi bien que sur les sites Internet des Membres.

Les Membres contrôlent, au moins une fois par année, l'applicabilité, l'adéquation et l'efficacité de ces mesures.

VIII. EDUCATION DES JOUEURS

Les Membres incluront ces éléments dans les informations destinées aux joueurs (y compris sur les canaux numériques) :

- Les règles du jeu doivent être à la disposition du joueur en tout temps ;
- Lorsqu'un jeu est disponible en plusieurs langues, les règles et l'information concernant le jeu responsable doivent également être disponibles dans ces mêmes langues ;
- Des informations détaillées quant aux possibilités de gain sur chaque jeu permettant aux joueurs d'évaluer les risques et profits de jeu ;
- Le tableau de répartition des gains doit être à la disposition du joueur

- La page d'accueil du site Internet du Membre doit clairement afficher les mesures de limite d'âge, par exemple interdit aux moins de 18 ans (selon la juridiction concernée)
- Dans les cas où il n'existe aucune limite d'âge – légale ou déterminée par l'opérateur – il doit y avoir un communiqué détaillant les risques liés au jeu des mineurs
- Des informations concernant le jeu responsable et la protection des consommateurs doivent être fournies sur le site Internet
- Des informations concernant la limite d'âge, le jeu responsable, la protection des consommateurs et les lieux où trouver de l'aide en cas de jeu problématique
- Des informations sur les outils, les limites et les options d'exclusion disponibles pour les joueurs.

Dans le cas où les informations susmentionnées ne sont pas disponibles en version numérique ou imprimée dans les lieux de jeu (par exemple points de ventes), les Membres s'assureront que des détails sur la façon d'obtenir de telles informations soient clairement disponibles pour les joueurs/détaillants (agents).

Là où du matériel est disponible en version imprimée, il doit être placé de manière à être accessible discrètement. Si des distributeurs automatiques se trouvent sur place, des dépliants d'information seront disposés près de ceux-ci.

IX. ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

Les Membres seront régulièrement (au moins une fois par an) en contact, officiellement et de façon informelle, avec leurs principales parties prenantes (telles que des groupes confessionnels, des groupes de pression contre le jeu problématique, les organisations de bienfaisance concernées, des spécialistes du traitement, des chercheurs dans le domaine académique et du travail social) et le mentionneront dans leur processus d'information



(reporting). L'engagement couvrira les questions qui sont d'intérêt tant pour les parties prenantes que pour le Membre lui-même. Un large éventail de parties prenantes devrait faire partie de ce processus.

L'engagement doit fournir aux parties prenantes l'opportunité d'exprimer des propos ou des questions pertinentes.

Les Membres incluront les résultats de l'engagement relatif aux parties prenantes dans leurs processus de prise de décisions stratégiques et informeront la/les partie(s) prenante(s) concernée(s) sur les résultats du processus d'engagement.

X. RECHERCHE

Les Membres doivent, avec les parties prenantes concernées, encourager (par exemple initier / s'engager à / communiquer sur les résultats de) la recherche et/ou les études, y compris celles de sources indépendantes, en vue de contribuer à la compréhension par la société du jeu problématique.

Cela peut inclure le financement de recherches et/ou d'études tout comme l'organisation et/ou la participation à des séminaires, des conférences et le soutien de toutes les actions d'EL dans le domaine du jeu responsable.

La responsabilité relative aux études de prévalence reste celle de l'Etat. Néanmoins, les Membres se doivent, si besoin est, de coopérer à ces études lorsque la demande leur en est faite.

Ces résultats devraient aussi être utilisés pour la mise en place de nouvelles mesures de jeu responsable.

XI. APPAREILS DE JEUX ÉLECTRONIQUES (EGM)

Les EGM comprennent les VLT (Terminaux de vidéo loterie), les AWP (Appareils de divertissement avec gains), les IVT (Terminaux de vidéo interactive) et les EIL (Loterie Instantanée Électronique).

Les Membres doivent prendre en considération le fait que les jeux de loterie offerts via des EGM sont plus susceptibles de développer des problèmes de dépendance chez les joueurs que les jeux de loterie traditionnels.

Lors de l'achat et de l'installation de nouveaux jeux EGM, il convient d'envisager au moins les sujets suivants en ce qui concerne les possibilités de déclencher du jeu excessif.

- Fréquence du jeu
- Taux de réussite
- Mise maximale
- Taux de retour
- Volatilité

Les Membres doivent pouvoir contrôler la vitesse du jeu afin de sélectionner la vitesse appropriée (appropriée = discutée avec des spécialistes).

Les EGM doivent être positionnés de manière centrale. Si la vérification de l'âge ou l'identification ne sont pas obligatoires, ils ne doivent pas être cachés et le personnel doit pouvoir voir les machines en tout temps (afin d'empêcher le jeu des mineurs). Les EGM doivent également être placés de manière à ce que le personnel puisse réagir en cas d'infractions.

Les EGM doivent si possible afficher des messages de prévention sur leur écran. Ces messages doivent être élaborés à l'aide de spécialistes du jeu responsable.

Si possible, les EGM doivent offrir la possibilité de fixer des limites de temps et/ou de dépenses aux joueurs.

Les EGM doivent offrir aux joueurs des périodes d'interruption (*cooling-off*) entre les différentes sessions de jeu.

Les EGM doivent, si possible, proposer aux joueurs des éléments de contrôle de la réalité (cash-out automatique après un montant donné, messages défilants de jeu responsable, historique de l'argent dépensé, horloge, ...)

Les EGM doivent proposer une impression automatique du ticket après un gain important, ou



après une certaine durée de jeu.

Si possible, les EGM doivent donner le choix aux joueurs de s'auto-exclure volontairement.

Les Membres doivent offrir une formation jeu responsable spécifique aux forces de vente EGM.

Lorsque les Membres n'ont pas mis en place d'autres mesures – par exemple un jeu enregistré –, ils doivent décourager les détaillants d'EGM de jouer dans leur point de vente.

Les Membres devraient faire figurer les règles du jeu responsable concernant les EGM dans le contrat des forces de vente.

Les EGM doivent proposer un système de vérification d'âge afin d'empêcher les mineurs de jouer.

La publicité doit centrer le message sur le jeu responsable.

L'EGM et ses alentours doivent informer sur les probabilités de gain.

Les informations fournies sur l'EGM ou dans ses alentours doivent indiquer clairement que le fait de gagner est une pure question de hasard et que le talent ou les connaissances d'un joueur n'améliorent pas les chances de gagner.

Les Membres doivent fournir aux joueurs d'EGM des informations sur comment contacter un service d'assistance téléphonique.

Les Membres doivent éviter de servir de l'alcool aux joueurs pendant qu'ils jouent, et les joueurs ne doivent pas se voir offrir de l'alcool gratuit.

Les Membres doivent faire contrôler l'application des règles jeu responsable pour les EGM par leurs propres systèmes. Lorsque cela est impossible, les Membres feront appel à des clients mystères pour vérifier toutes (les autres) règles jeu responsable sur l'EGM.

La version anglaise fait foi.