

## APPLICATION DE LA CONVENTION POUR UNE PUBLICITÉ ET UN MARKETING ÉTHIQUES ET RESPONSABLES

### ANNEXE A :

Dans leurs publicités sur support papier ou digital, dans les médias d’affichage, au cinéma, à la télévision, à la radio, sur leur site internet et dans leurs activités de sponsoring, les sociétés signataires de la Convention pour une publicité et un marketing éthiques et responsables (ci-après dénommée « la Convention ») s’engagent à mentionner un message de sensibilisation dont l’application visuelle consiste en un pictogramme relatif à l’âge minimum requis pour avoir accès au produit, un pictogramme de prévention relatif au site playsafe.be et un slogan de prévention: « JOUEZ RESPONSABLE » (« SPEEL VERANTWOORD » en néerlandais et « PLAY RESPONSIBLY » en anglais).

La taille du pictogramme relatif à l’âge minimum requis pour avoir accès au produit, la taille du pictogramme de prévention relatif au site playsafe.be et le type et la grandeur du caractère qui doivent être pris en considération dans le slogan sont énoncés ci-après.

Le choix du type de bandeau (horizontal ou vertical) est laissé à l’appréciation de l’annonceur, pour autant que l’utilisation d’un des deux bandeaux ne soit pas stipulée dans l’annexe B.

### Pour le bandeau horizontal :

Les données valent pour un bandeau de 15 mm/43 px de hauteur et 85 mm/241 px de largeur et sont à adapter proportionnellement à la hauteur réelle du bandeau en fonction du type de support (voir annexe B):

Taille du pictogramme relatif à l’âge : 8 mm H x 8 mm L/23 px H x 23 px L

Taille du pictogramme de prévention ‘playsafe.be’: 11 mm H/ 31 px H

Type de caractère : Gibson Regular / Caps

Grandeur du caractère : 10,5 pts.

**Pour le bandeau vertical :**

Les données valent pour un bandeau de 45 mm/128 px de hauteur et 25 mm/71 px de largeur et sont à adapter proportionnellement à la largeur réelle du bandeau en fonction du type de support (voir annexe B):

Taille du pictogramme relatif à l'âge : 11 mm. H x 11 mm L/31 px H x 31 px L

Taille du pictogramme de prévention 'playsafe.be': 13 mm H/ 37 px H

Type de caractère : Gibson Regular / caps

Grandeur du caractère : 8,5 pts.

## ANNEXE B :

1. Pour les publicités des sociétés signataires de la Convention, pour tout produit destiné aux adultes à partir de 18 ans et/ou à partir de 21 ans :

- (i) dans les journaux, les magazines, les périodiques et les imprimés publicitaires, il faut apposer le bandeau de sensibilisation sur toutes les annonces.

Lorsque différents produits sont mentionnés sur une même page, le bandeau de sensibilisation ne doit être visible qu'une seule fois sur cette page.

Si la page mentionne des produits destinés aux adultes à partir de 18 ans d'une part et des produits destinés aux adultes à partir de 21 ans d'autre part, le bandeau de sensibilisation doit contenir les pictogrammes relatifs à ces deux âges minimums requis pour avoir accès à ces produits.

La taille du bandeau, son emplacement dans l'espace publicitaire et sa couleur sont repris ci-après :

**Emplacement** : le bandeau doit être apposé en pied ou en tête d'annonce et doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** : grandeur minimale du bandeau en proportion avec la taille de l'image : 4%.

- (ii) sur les affiches, il faut apposer le bandeau de sensibilisation sur toutes les annonces.

Lorsque différents produits sont mentionnés sur une même affiche, le bandeau de sensibilisation ne doit être visible qu'une seule fois sur cette page.

Si la page mentionne des produits destinés aux adultes à partir de 18 ans d'une part et des produits destinés aux adultes à partir de 21 ans d'autre part, le bandeau de sensibilisation doit contenir les pictogrammes relatifs à ces deux âges minimums requis pour avoir accès à ces produits.

La taille du bandeau, son emplacement dans l'affiche et sa couleur sont repris ci-après :

**Emplacement** : le bandeau doit être apposé en tête ou en pied d'annonce et doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** : grandeur minimale du bandeau en proportion avec la taille de l'image : 4%

(iii) à la télévision ou dans les salles de cinémas, il faut apposer le bandeau de sensibilisation sur toutes les annonces.

Lorsque différents produits sont mentionnés dans un même spot publicitaire, le bandeau de sensibilisation ne doit être visible qu'une seule fois dans ce spot.

Si le spot mentionne des produits destinés aux adultes à partir de 18 ans d'une part et des produits destinés aux adultes à partir de 21 ans d'autre part, le bandeau de sensibilisation doit contenir les pictogrammes relatifs à ces deux âges minimums requis pour avoir accès à ces produits.

La taille du bandeau, son emplacement dans le spot télévisé ou dans le spot de cinéma, sa couleur et sa durée d'exposition sont repris ci-après :

**Emplacement** : le bandeau doit être apposé horizontalement en tête ou en pied du visuel et doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** : grandeur minimale du bandeau en proportion avec la hauteur de l'image : 4%

**Durée** : pour les spots d'une durée de plus de 10 secondes, le bandeau de sensibilisation doit rester affiché un minimum de 3 secondes. Cette disposition ne s'applique pas pour les spots de moins de 10 secondes.

Un slogan oral peut être ajouté, pour autant qu'il ne dénature pas le message de prévention. Il pourrait par exemple prendre la forme suivante :

- FR : « Chez (entreprise concernée), je joue responsable » / « Chez (entreprise concernée), vous jouez responsable » / « Chez (entreprise concernée), jouez responsable » /
- NL : « Bij (entreprise concernée), speel ik verantwoord » / « Bij (entreprise concernée), speelt u verantwoord » / « Bij (entreprise concernée), speel je verantwoord »
- ENG: « With (entreprise concernée), I play responsibly » / « With (entreprise concernée), play responsibly »

(iv) à la radio, il faut mentionner le slogan de prévention dans toutes les annonces. Lorsque différents produits sont mentionnés dans un même spot publicitaire, le slogan de prévention ne doit être mentionné qu'une seule fois dans ce spot.

L'emplacement du slogan dans le spot radiophonique et la durée de l'annonce du spot radiophonique qui doivent être pris en considération sont repris ci-après :

**Emplacement** : le slogan est lancé à la fin de l’annonce publicitaire. Cette disposition s’applique pour les annonces publicitaires de plus de 10 secondes.

Les annonceurs peuvent ajouter des éléments textuels avant le slogan, pour autant qu’ils ne le dénaturent pas et que le slogan clôture toujours le spot radiophonique.

Il pourrait par exemple prendre la forme suivante :

- FR : « Chez (entreprise concernée), je joue responsable » / « Chez (entreprise concernée), vous jouez responsable » / « Chez (entreprise concernée), jouez responsable »
- NL : « Bij (entreprise concernée), speel ik verantwoord » / « Bij (entreprise concernée), speelt u verantwoord » / « Bij (entreprise concernée), speel je verantwoord »
- ENG: « With (entreprise concernée), I play responsibly » / « With (entreprise concernée), play responsibly »

- (v) sur les sites internet de jeux de hasard exploités par les opérateurs signataires de la Convention, il faut apposer le bandeau de sensibilisation dans le pied ou en tête de page.

Le bandeau de sensibilisation doit contenir les pictogrammes relatifs aux produits destinés aux adultes à partir de 18 ans d’une part et aux produits destinés aux adultes à partir de 21 ans d’autre part, ainsi que le logo [playsafe.be](https://www.playsafe.be) ‘cliquable’ et redirigeant l’internaute vers le site [playsafe.be](https://www.playsafe.be). La taille du bandeau, son emplacement sur la page du site internet et sa couleur sont repris ci-après :

**Emplacement** : le bandeau doit être apposé en tête ou en pied de page et doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** : 40 px H x 250 px L

- (vi) sur les supports publicitaires digitaux autres que ceux utilisés via les médias sociaux, il faut apposer le bandeau de sensibilisation sur toutes les bannières.

Lorsque différents produits sont mentionnés sur un même support digital, le bandeau de sensibilisation doit être visible sur chaque bannière.

En cas de bannière animée avec une durée d’au moins 10 secondes, le bandeau sera au minimum visible pendant 3 secondes.

Si la bannière mentionne des produits destinés aux adultes à partir de 18 ans d’une part et des produits destinés aux adultes à partir de 21 ans d’autre part, le bandeau de sensibilisation doit contenir les pictogrammes relatifs à ces deux âges minimums requis pour avoir accès à ces produits.

La taille du bandeau, son emplacement sur le support digital et sa couleur sont repris ci-après :

**Emplacement** : le bandeau doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** :

- Hauteur minimale du bandeau horizontal : 40 px.
- Hauteur minimale du bandeau vertical : 120 px.

Toutes les publicités ne dépassant pas une largeur de 160 px ou une hauteur de 150 px ne doivent pas reprendre le bandeau de sensibilisation, pour autant qu'elles renvoient vers une publicité digitale ou une page web contenant le bandeau de sensibilisation.

(vii) Sur les médias sociaux (dont, mais pas uniquement, Facebook, Twitter, Instagram), il faut apposer le bandeau de sensibilisation sur l'illustration utilisée comme bandeau fixe supérieur de la page (*header/cover picture*). La taille du bandeau, son emplacement sur le support digital et sa couleur sont repris ci-après.

**Emplacement** : le bandeau doit faire partie intégrante du visuel.

**Couleur** : positive (éléments du bandeau blancs sur fond noir) ou négative (éléments du bandeau noirs sur fond blanc), clairement distinguable de la couleur de fond.

Une version en teintes de gris (noir:  $\geq 50\%$ ) peut être utilisée avec des éléments blancs repris dans le bandeau de sensibilisation.

**Taille minimale du bandeau** :

- Hauteur minimale du bandeau horizontal : 40 px.
- Hauteur minimale du bandeau vertical : 120 px.

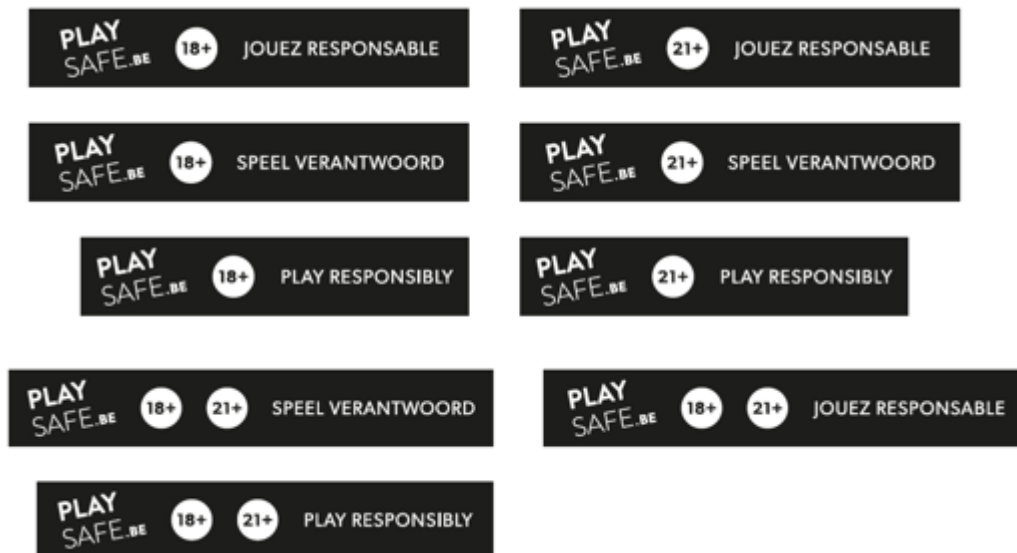
Les messages commerciaux sponsorisés sur les médias sociaux ne doivent pas porter de bandeau de sensibilisation, pour autant qu'ils renvoient vers une publicité digitale ou une page web contenant le bandeau de sensibilisation. Le message de description accompagnant le message commercial sponsorisé sera toutefois accompagné d'un hashtag : #jouezresponsable (#speelverantwoord en néerlandais, #playresponsibly en anglais).

Les messages non-sponsorisés sur les médias sociaux ne doivent pas porter de bandeau de sensibilisation.

(viii) Concernant particulièrement les activités de sponsoring, l'obligation d'utilisation de la vignette n'est pas d'application dans les activités de promotion prises à l'initiative des parties sponsorisées. Ceci comprend, de façon non exhaustive, maillots portés par les équipes sportives sponsorisées, encarts publicitaires des parties sponsorisées, annonces des parties sponsorisées en radio et télévision, annonces publicitaires des parties sponsorisées sur les médias sociaux.

## 2. Illustration visuelle

### 1. Bandeau horizontal



### 2. Bandeau vertical

