

Betclic

CHARTE MARKETING RESPONSABLE

Le Jeu au cœur.
La passion du sport.
Le contrôle toujours.

CHEZ BETCLIC,

nous sommes des passionnés de sport.
Nous aimons le sport parce qu'il permet de **rassembler les gens** autour d'une passion commune, autour d'événements fédérateurs et collectifs.
Et parce que nous sommes joueurs,
nous faisons vivre **ces émotions mémorables à nos clients** au travers de nos jeux dans un cadre conçu pour favoriser une pratique récréative et maîtrisée. Nous aimons le sport pour ce qu'il est : **imprévisible, intense, collectif**, où les rebondissements peuvent parfois générer des émotions fortes qu'il faut savoir gérer. Pour nous, le jeu est un divertissement qui doit être pratiqué avec mesure, dans un environnement sûr et un cadre maîtrisé.

C'est pourquoi cette charte fixe les règles que nous nous imposons pour tous nos contenus marketing sur nos différents produits (paris sportifs, poker, paris hippiques) : publicité, réseaux sociaux, influence, sponsoring, CRM, événements, partenariats, production audiovisuelle et contenus générés ou assistés par l'intelligence artificielle.

Elle définit les principes applicables aux activités marketing de Betclic en France et est partagée avec toutes les personnes qui participent à leur conception, leur validation ou leur diffusion : collaborateurs, agences, prestataires, partenaires, ambassadeurs, influenceurs et créateurs de contenus.

Nous voulons faire vivre la passion du sport et l'amusement du jeu, sans jamais faire perdre le sens des réalités. Nous créons avec énergie, nous communiquons avec honnêteté et nous plaçons la protection des joueurs au cœur de chaque décision.

DIVERTIR
EST NOTRE RAISON D'ÊTRE,
L'HUMOUR
NOTRE ADN
ET LE CONTRÔLE
NOTRE BOUSSOLE.

Nous préférons rassembler plutôt que cliver, fédérer plutôt qu'exacerber les tensions entre sportifs, clubs ou supporters. Nous promouvons le beau jeu. Nous existons pour célébrer les émotions que le sport nous procure.



NOS 14 ENGAGEMENTS



01 LA SPORT CULTURE AVANT TOUT

NOS CONTENUS PARLENT D'ABORD DE SPORT :
DE PASSION,
DE PERFORMANCE,
DE CULTURE,
DE TACTIQUE,
DE STATISTIQUES,
DE SUPPORTERS
ET D'ÉMOTIONS.

Le pari ne doit pas devenir la seule raison de suivre un match. Nous voulons faire aimer le sport et tout ce qu'il véhicule, et ne pas faire croire que sa valeur dépend de la possibilité de miser.

Nous privilégions les contenus qui apportent une vraie valeur : analyse, pédagogie, humour, immersion, communauté, débat et partage. Nous ne faisons pas de contenus à charge contre un joueur ou un club. Nous n'opposons pas les supporters ou clubs les uns contre les autres. Nous préférons célébrer plutôt que de nous moquer. C'est pourquoi notre politique de partenariat soutient des fédérations et des ligues entières, afin d'engager toutes les équipes d'une même discipline : football, rugby, volleyball, basketball, handball, tennis, hockey sur glace, sports de combat, padel...

02 NOUS PARLONS VRAI

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- communiquer de manière claire, exacte et loyale
- présenter les cotes et les probabilités sans les transformer en certitudes
- ne jamais garantir un gain ou un résultat
- ne pas exagérer la fréquence ou le montant des gains
- expliquer les conditions et limites des offres de manière lisible
- rappeler que la connaissance du sport ne supprime ni le hasard ni l'incertitude

NOUS NE PRÉSENTONS JAMAIS LE PARI COMME :

- une source de revenus
- un investissement
- un moyen de devenir riche rapidement
- une solution à des difficultés financières
- un moyen de récupérer des pertes
- une compétence garantissant le succès

03 NOUS NE GLORIFIONS PAS LE RISQUE

Chez Betclic, nous aimons l'audace, mais pas le risque sans contrôle. Donc nous ne valorisons jamais :

- les mises excessives
- la répétition compulsive
- la poursuite des pertes
- l'augmentation des mises après un gain
- le pari comme preuve de courage, de virilité ou de statut social
- la pression exercée par un groupe
- les comportements impulsifs ou incontrôlés
- les paris réalisés pour résoudre une difficulté personnelle

Nous ne montrons pas de faux tickets, de faux témoignages, de gains non vérifiables ou de mises spectaculaires présentées comme normales.

TOUTES LES COMMUNICATIONS, QUEL QUE SOIT LE SUPPORT, Y COMPRIS VIDÉO, RESPECTENT LES IDÉES SUIVANTES :

- Ne pas véhiculer d'émotions excessives lors de la prise de pari et du résultat associé
- Ne pas associer des signes de richesse au pari sportif
- Ne pas présenter les chances de gagner comme plus élevées que dans la réalité ou faire croire que le jeu ne comporte aucun ou peu de risque de perte

Sont proscrits tous les messages et toutes les formulations pouvant laisser penser qu'un pari est sûr, qu'il permet de gagner facilement de l'argent, qu'il ne comporte aucun risque de perte ou qui mettent en avant une pratique de jeu irresponsable.

04 NOUS PROTÉGEONS LES MINEURS ET LES PUBLICS VULNÉRABLES

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- ne jamais représenter de mineur dans une communication commerciale
- faire appel à des acteurs de plus de 25 ans dans nos productions publicitaires
- ne pas utiliser de codes, personnages, références ou expressions particulièrement attractifs pour les mineurs
- ne pas diffuser de publicité dans des environnements destinés à la jeunesse
  - AFFICHAGE : notamment aux abords des établissements scolaires, bibliothèques, gymnases et piscines municipales
  - TV : pas de communication sur les programmes jeunesse
- vérifier l'âge et la composition des audiences de nos partenaires média digitaux
- ne pas collaborer avec un influenceur ou ambassadeur/égérie dont la part d'audience âgée de 13 à 17 ans est supérieure ou égale à 16 %
- privilégier les ambassadeurs/égéries de plus de 25 ans, **sauf exception applicable aux sportifs professionnels majeurs**
- ne pas présenter le pari comme un rite de passage vers l'âge adulte

Conformément à la réglementation applicable, les joueurs identifiés comme excessifs ne sont pas sollicités à des fins commerciales. Nous les excluons sur notre app de toute communication directe, promotion ou gratification commerciale.

Lors de la construction d'une nouvelle offre promotionnelle, nous appliquons une matrice d'évaluation des critères de risque de nos offres temporaires, coconstruite avec deux chercheurs de référence sur les risques liés aux jeux d'argent. Cette matrice permet d'apprécier les risques que nos offres promotionnelles sont susceptibles de présenter en matière de jeu excessif.

05 NOUS RENDONS BETCLIC PROTECT CONCRET

La protection des joueurs ne doit pas être seulement un message ajouté à la fin d'une campagne.

Conformément à notre stratégie publi-promotionnelle validée par l'ANJ chaque année, nous nous engageons à réaliser tout au long de l'année plusieurs actions marketing dédiées au jeu responsable à travers Betclic Protect (newsletters trimestrielles, campagnes sur les réseaux sociaux, notifications push destinées à aider nos joueurs à garder le contrôle de leur pratique, assets de campagne dédiés à Betclic Protect, etc.).

Lorsque cela est pertinent, nos contenus font connaître nos dispositifs et outils de protection Betclic Protect:

- les limites de mises, de temps et de pertes
- le tableau de bord joueur
- l'auto-évaluation
- la pause et l'auto-exclusion
- l'interdiction volontaire de jeu
- les dispositifs de détection et d'accompagnement
- les ressources d'aide

Nous pouvons parler de performance, de technologie et d'intelligence artificielle, mais toujours pour montrer comment elles contribuent à mieux protéger les joueurs, jamais pour donner une illusion de contrôle sur le résultat sportif.



06 NOUS CHOISISSONS NOS INFLUENCEURS AVEC EXIGENCE

Un influenceur n'est pas choisi uniquement pour son nombre d'abonnés.

AVANT TOUTE COLLABORATION AVEC DES INFLUENCEURS, NOUS VÉRIFIONS :

- son âge
- la composition et la localisation de son audience
- la part des mineurs et des jeunes adultes de son audience
- son historique de contenus
- ses collaborations passées
- ses pratiques en matière de pronostics
- son éventuel lien avec des opérateurs illégaux
- sa capacité à modérer sa communauté
- son adéquation avec les valeurs de Betclic

NOUS EXCLUONS LES INFLUENCEURS :

- proposant des pronostics payants
- promettant des résultats ou des gains
- mettant en scène de faux tickets ou de faux bénéfices
- banalisant l'endettement ou la récupération des pertes
- profitant de la confiance de leur audience pour la tromper ou l'inciter à prendre des décisions sans en mesurer les conséquences
- utilisant des codes principalement destinés aux mineurs
- valorisant le pari sportif comme une source de revenus garantis
- tenant des propos discriminatoires (racisme, sexisme, homophobie...)

Nous privilégions les influenceurs qui parlent du sport avec crédibilité, respect et responsabilité et dont les contrats incluent une clause exigeant la détention du **certificat "Influence responsable" de l'ARPP**, avec son volet consacré aux jeux d'argent



07 NOUS SOMMES TRANSPARENTS LORSQU'IL S'AGIT DE PUBLICITÉ

Toute collaboration avec un influenceur, un ambassadeur ou un créateur comporte :

- la mention « Publicité » ou « Collaboration commerciale »
- l'identification claire de Betclic
- le pictogramme d'interdiction aux moins de 18 ans
- l'affichage des mentions légales
- un lien vers les outils de jeu responsable lorsque le format le permet

Ces éléments sont mentionnés sur tous nos supports, y compris dans les stories, les vidéos courtes et les lives.

08 NOUS ENCADRONS LES LIVES ET LES COMMUNAUTÉS

Tout live diffusé par Betclic prévoit :

- une modération active
- la suppression des incitations à jouer davantage
- l'interdiction des promesses de gain et des faux tickets
- le blocage des liens ou codes non validés
- l'affichage du message 18+ et des mentions légales
- une procédure permettant de corriger, suspendre ou interrompre rapidement la diffusion selon la gravité du manquement

09 NOUS MAÎTRISONS LA DIFFUSION

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- ne pas cibler directement ou indirectement les mineurs
- contrôler les environnements de diffusion
- exclure les contextes scolaires ou destinés à la jeunesse
- exclure les ciblages liés à l'auto-exclusion, à l'interdiction de jeu ou à la recherche d'aide
- limiter la répétition des publicités dans le respect de la stratégie publi-promotionnelle soumise tous les ans à l'ANJ
- utiliser les outils d'ad verification sur les plateformes digitales qui les proposent
- interrompre rapidement toute campagne qui présenterait un risque pour les joueurs ou pour la marque

10 NOUS RESPECTONS LES PERSONNES ET LA SOCIÉTÉ

Nous voulons une communication vivante, populaire et accessible, mais jamais au détriment des personnes.

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- représenter la diversité des profils, des origines, des genres et des corps
- éviter les stéréotypes
- bannir toute discrimination
- respecter la dignité humaine
- ne pas exploiter la peur, la souffrance ou la vulnérabilité
- ne pas dénigrer ceux qui ne jouent pas
- ne pas associer le pari à la virilité, à la violence, à l'illégalité ou à l'exclusion
- rendre nos contenus numériques accessibles aux personnes en situation de handicap
- représenter le sport comme un moyen de rassembler et de fédérer autour d'une passion commune, sans cliver ni créer des tensions

11 NOUS RÉDUISONS L'EMPREINTE DE NOS CONTENUS

Créer mieux, c'est aussi produire avec plus de discernement.

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

- privilégier les contenus utiles, durables et réutilisables
- limiter les tournages, déplacements et moyens techniques inutiles ; privilégier le train ou le covoiturage pour les déplacements de nos équipes de production et de captation
- favoriser dès que possible les productions locales et les prestataires engagés, labellisés Ecoprod ou bénéficiant d'un label équivalent
- concevoir des décors, supports et objets réutilisables ou recyclables, dans une logique de circularité ; favoriser la location des décors et costumes plutôt que l'achat
- optimiser le poids, la définition et la durée des fichiers en fonction de leur usage et de leur format de visionnage sans dégrader inutilement leur qualité
- supprimer les versions obsolètes et limiter le stockage redondant
- privilégier des formats et des dispositifs média sobres



AVANT DE PRODUIRE, NOUS NOUS POSONS TROIS QUESTIONS :

- Est-ce nécessaire ?
- Peut-on le faire avec moins de ressources ?
- Peut-on le réutiliser ou le prolonger ?

12 NOUS UTILISONS L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AVEC DISCERNEMENT

L'IA peut nous aider à créer plus vite et parfois mieux. Elle ne nous dispense jamais de réfléchir, de vérifier, de contrôler et d'assumer.

NOUS NOUS ENGAGEONS À :

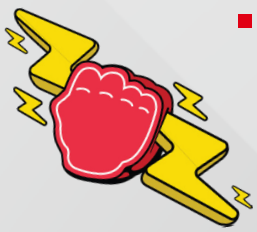
- utiliser l'IA lorsqu'elle apporte une utilité réelle et dans le respect de la Politique d'Utilisation Acceptable de l'IA de Betclic
- vérifier les contenus générés et conserver systématiquement une validation et une responsabilité humaines
- protéger les données personnelles, confidentielles et stratégiques
- ne jamais générer de faux témoignages, faux gains ou fausses preuves
- ne pas utiliser l'IA pour manipuler une audience ou cibler une personne vulnérable
- respecter les obligations de transparence applicables aux contenus générés ou manipulés par IA, conformément à la réglementation en vigueur
- limiter les générations inutiles et l'impact environnemental des outils

L'IA peut nous aider à produire mieux. Elle ne doit jamais nous conduire à produire davantage sans raison.

13 NOUS SOMMES COLLECTIVEMENT RESPONSABLES

CHAQUE COLLABORATEUR, AGENCE OU PARTENAIRE DOIT :

- connaître cette charte
- l'appliquer dans ses décisions
- alerter en cas de doute
- conserver les éléments de validation et de diffusion
- signaler tout contenu problématique
- savoir interrompre une campagne lorsque le risque l'exige



14 NOUS VALIDONS ET CONTRÔLONS

TOUTES LES CAMPAGNES ET CONTENUS DOIVENT RESPECTER CETTE CHARTE.

Les campagnes marketing majeures sont en plus validées en amont par toutes les fonctions concernées :

- Marketing
- Communication et Impact
- Jeu responsable
- Juridique ou Conformité
- Agence ou partenaire impliqué

Les campagnes marketing majeures sont testées sur un panel de consommateurs cibles avant et après diffusion. Un baromètre annuel teste la perception de la marque sur un échantillon représentatif de la société.



Chaque campagne marketing fait l'objet de points de contrôle sur :

- la cible
- l'audience du partenaire
- les messages utilisés
- les risques identifiés
- les mentions obligatoires
- les dispositifs de protection
- les modalités de modération
- le plan de retrait ou de correction
- les indicateurs de suivi

Les éléments justifiant le choix définitif de tout nouveau partenaire, influenceur ou créateur de contenu, au regard de chacun des critères cités dans *l'engagement n° 6* de cette charte, doivent être consignés par écrit et conservés à des fins de suivi, de contrôle et d'audit, le cas échéant.

Les campagnes et contenus font l'objet d'un suivi, d'un contrôle et d'un audit selon une approche fondée sur les risques, afin de vérifier le respect de cette charte.

NOTRE ENGAGEMENT COLLECTIF

Nous reconnaissons que les contenus que nous concevons, validons et diffusons peuvent influencer les comportements.

Nous nous engageons à appliquer cette charte, à protéger les mineurs et les publics vulnérables, à ne jamais présenter le pari comme une solution financière ou une garantie de réussite, à créer et diffuser des contenus en adéquation avec les valeurs de Betclic et à rendre les outils de protection visibles et compréhensibles.

Nous nous engageons également à limiter l'empreinte environnementale de nos productions et à utiliser l'intelligence artificielle de manière utile, sécurisée, transparente, responsable et proportionnée.

CHEZ BETCLIC, LA PASSION DU SPORT VA TOUJOURS AVEC LE CONTRÔLE.