



# Organiser un jeu dans le cadre d'une opération promotionnelle destinée à un consommateur

Les présentes informations ne sauraient se substituer aux textes officiels en vigueur

DGAÉ – CCISM – 31 juillet 2019

# Cadre de l'intervention

- ▶ Cette intervention présente le cadre juridique applicable aux jeux promotionnels proposés aux consommateurs c'est-à-dire :
  - aux jeux organisés dans le cadre d'une opération commerciale :
    - Soit pour la promotion d'une marque, d'un magasin, de produits ou services,
    - Soit pour le lancement d'une activité ou d'un nouveau produit ou service...
  - Et qui donnent lieu à un tirage au sort ou à un élément de hasard :
    - Dont tous les participants ne gagnent pas forcément, ou ne gagnent pas la même chose.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les cadres réglementaires

▶ Un jeu promotionnel est à la fois :

→ un jeu de hasard :

- à ce titre, il peut être soumis aux règles relatives aux loteries du code de la sécurité intérieure (article L.322-1 et suivant de ce code) ;

→ une opération promotionnelle destinée aux consommateurs :

- dont les règles sont fixées par l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992 modifié relatif à l'information et à la protection du consommateur en Polynésie française ;
- en particulier les règles relatives à l'octroi de cadeaux ou de primes (articles 26 et suivants de l'arrêté).

*A noter : Les jeux promotionnels organisés sur internet (ex. FaceBook) doivent respecter ce cadre réglementaire. En outre, les réseaux sociaux établissent leurs propres règles d'usage et de fonctionnement.*

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles du code de la sécurité intérieure

- ▶ Le principe : « les loteries de toute espèce sont interdites ».
- ▶ Les loteries sont définies comme tout jeu (*loteries, tombolas, concours avec tirage au sort, jeu d'adresse, jeu de grattage, jeu de cartes...*) ;
- ▶ Elles sont interdites quand elles rassemblent toutes les caractéristiques suivantes :
  - offre au public : par des moyens de communication commerciale, ou organisé dans un espace public ou ouvert à toute personne...
  - Jeu basé, même partiellement, sur le hasard, y compris lorsque le jeu fait intervenir le savoir-faire du joueur (jeux d'adresse, poker...) ;
  - faisant naître l'espérance d'un gain, quelle que soit sa valeur ;
  - et impliquant un sacrifice financier.
- ▶ En cas de doute sur l'interprétation d'un ou plusieurs critères, en dernier ressort c'est le juge qui apprécie la situation au regard des faits et des lois.
- ▶ Ainsi, seuls sont légaux les jeux promotionnels qui n'impliquent pas de sacrifice financier.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles du code de la sécurité intérieure

- ▶ Les jeux promotionnels sont, par nature, offerts au public, ils font naître l'espérance d'un gain et interviennent le hasard.
- ▶ Le sacrifice financier est la condition la plus importante puisque c'est lui qui déterminera la légalité du jeu :
  - Le jeu est légal s'il existe un moyen totalement gratuit de participer :
    - ce moyen doit être facilement accessible,
    - connu du consommateur,
    - les modalités du jeu et les chances de gain doivent être identiques au canal payant.
  - Le jeu est illégal, s'il implique obligatoirement un sacrifice financier :
    - le sacrifice financier est apprécié par le juge mais il peut être de toute nature, y compris l'achat concomitant d'un bien ou service, le prix d'un SMS, les coûts de connexion... (en particulier lorsque ces coûts sont surtaxés) ;

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles relatives à l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992 modifié

- ▶ Le principe : le don gratuit de produits ou l'accomplissement de tout service à titre gratuit est interdit lorsqu'il est destiné à un consommateur (article 26 de l'arrêté).
- ▶ Il existe des exceptions prévues à l'article 27 lorsque l'opération promotionnelle respecte les conditions de cet article (2 cas de figure) :
  - Hors de toute transaction commerciale
  - Lorsque l'opération est liée à une transaction commerciale
- ▶ Les jeux promotionnels sont considérés comme non liés à une transaction commerciale parce qu'ils sont totalement gratuits ou bénéficient d'un canal gratuit, pour être autorisés en application du code de la sécurité intérieure.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles relatives à l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992 modifié

- ▶ Pour être autorisés par l'arrêté n° 170 CM, les jeux promotionnels doivent respecter les conditions suivantes :
  - la valeur totale des cadeaux de l'opération ou du jeu ne peut excéder 5 000 000 F CFP TTC ;
  - l'opération ou le jeu ne peut pas durer plus de deux mois calendaires ;
  - les cadeaux offerts ne peuvent pas être, même partiellement :
    - des sommes en numéraire (ou titre de paiement équivalent), c'est-à-dire tout ce qui s'apparente à de l'argent,
    - du tabac,
    - de l'alcool.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles de l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992

- ▶ Pour être autorisés par l'arrêté n° 170 CM, les jeux promotionnels doivent respecter les conditions suivantes :
  - la publicité relative au jeu doit énumérer de manière précise :
    - la nature des produits ou services offerts,
    - la durée de l'opération,
    - l'adresse à laquelle peut être demandé le règlement de l'opération,
    - le nom de l'officier ministériel auprès de qui le règlement est déposé ;
  - la publicité relative au jeu doit également respecter les règles générales de publicité de l'arrêté n° 170 CM :
    - article 2 : les publicités ne doivent pas comporter des éléments faux ou de nature à induire en erreur.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles de l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992

- ▶ Le règlement du jeu doit être déposé auprès d'un officier ministériel :
  - en général les règlements de jeu sont déposés chez un huissier
  - le dépôt doit comporter :
    - les modalités de l'opération (durée, produits & services offerts),
    - la valeur des cadeaux ,
    - les publicités liées à l'opération.
  
- ▶ L'officier ministériel vérifie la régularité de l'opération :
  - sa gratuité,
  - l'existence d'un règlement,
  - les mentions des publicités liées à l'opération.
  
- ▶ Cette vérification peut engager sa responsabilité.
  
- ▶ L'officier ministériel communique le règlement à toute personne qui en fait la demande.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les règles de l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992

- ▶ Par exception, certaines opérations promotionnelles ne sont pas soumises aux conditions de l'arrêté (article 28 de l'arrêté) :
  - octroi d'escomptes, de rabais, de ristournes ou de remises quantitatives ;
  - don d'échantillons, d'emballages usuels, de spécimens, de produits ou services accessoires accompagnant usuellement le produit ou le service fourni ;
  - prestation de service après-vente, livraison gratuite, facilités de stationnements;
  - opérations publicitaires organisées à l'occasion :
    - de l'inauguration d'un commerce ou d'un point de vente lors des 7 premiers jours d'activité ;
    - du lancement d'un nouveau produit pendant les 7 premiers jours de sa commercialisation.
  
- ▶ Attention : ces jeux promotionnels restent soumis aux dispositions du code de la sécurité intérieure s'ils ne sont pas totalement gratuits ou s'il n'existe pas de canal gratuit.

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

# Les risques

- ▶ **L'organisation d'une loterie prohibée :**
  - est contrôlée par les forces de l'ordre (gendarmerie, police nationale) ;
  - est sanctionnée d'une peine maximale de 3 ans d'emprisonnement et d'une amende d'un montant maximal de 10 739 856 F CFP.
  
- ▶ **L'organisation d'une opération promotionnelle non conforme aux dispositions de l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992 modifié**
  - est contrôlée notamment par les services de la DGAE ;
  - est sanctionnée de l'amende prévue pour une contravention de 5<sup>ème</sup> classe soit 178 997 F CFP par infraction portée au quintuple pour une personne morale (894 985 F CFP).

*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*

Une question, un signalement ?

Contactez la DGAE  
[dgae@economie.gov.pf](mailto:dgae@economie.gov.pf)



*Les présentes informations ne sauraient se substituer  
aux textes officiels en vigueur.*