



GUVERNUL ROMÂNIEI  
SECRETARIATUL GENERAL AL GUVERNULUI  
OFICIUL NAȚIONAL PENTRU JOCURI DE NOROC

# CODUL ETIC DE COMUNICARE RESPONSABILĂ ÎN DOMENIUL JOCURILOR DE NOROC

## 1. Preambul

Prezentul cod etic creează cadrul destinat să asigure o comunicare comercială responsabilă în domeniul jocurilor de noroc, legat de necesitatea de protejare a minorilor și a altor persoane vulnerabile, de a fi expuse la mesajele care promovează jocurile de noroc. Organizatorii de jocuri de noroc, toți cei implicați în acest domeniu, vor manifesta o abordare constructivă privitor la demersul autorității de reglementare în domeniul jocurilor de noroc, **Oficiul Național pentru Jocuri de Noroc - ONJN**.

Acest **set de reguli** se constituie ca un **ansamblu de norme de autoreglementare în ceea ce privește comunicarea comercială în domeniul gamblingului**, în baza căruia organizatorii de jocuri de noroc urmează să își adapteze practicile, astfel încât să se asigure că acestea sunt în concordanță cu criteriile stabilite în prezentele norme de conduită.

Regulile de comunicare comercială au la bază:

- **Recomandarea Comisiei Europene din 14 iulie 2014**, privind principiile ce stau la baza protecției consumatorilor și utilizatorilor de servicii de jocuri de noroc online și pentru împiedicarea accesului minorilor la jocurile de noroc online 2014/478/UE
- **Norma europeană din 11 noiembrie 2016**, privind reclama și publicitatea în domeniul jocurilor de noroc

și au în vedere:

- Normele conținute în **Codul de practică în comunicarea comercială** adoptat de Consiliul Român pentru Publicitate, la 26.08.2016.

Setul de reguli a fost alcătuit plecându-se de la necesitatea respectării principiilor statuate în OUG nr. 77/2009, privind organizarea și exploatarea jocurilor de noroc.

În înțelesul prezentului set de reguli, prin **comunicare** se înțelege orice mesaj, publicitate, informare, prin care se aduce la cunoștință, fără a se limita la acestea, existența jocurilor de noroc, modul de desfășurare, șansele de reușită, locul în care se desfășoară acest gen de activități sau adresele virtuale ce pot fi accesate, modul de acces sau de participare.

## 2. Principii de bază

Comunicarea comercială în  
domeniul jocurilor de noroc  
**trebuie:**

- să fie legală, decentă, onestă și reală;
- să asigure protecția minorilor și a persoanelor vulnerabile;
- să se adreseze unui public adult, într-un mod responsabil și adecvat;
- să respecte principiile concurenței loiale.

Comunicarea comercială în  
domeniul jocurilor de noroc  
**nu trebuie:**

- să fie lipsită de etică;
- să nu respecte standardele generale ale decenței și bunului simț;
- să pună sub semnul întrebării integritatea și demnitatea umană.

### 3. Plasarea responsabilă

- 3.1. Comunicarea se adresează exclusiv persoanelor cu vârsta de peste 18 ani;
- 3.2. Comunicarea ce are loc pe canale deținute de organizatorii de jocuri de noroc, cum ar fi paginile de internet ale website-urilor brandurilor, conținutul descărcabil (download), direct mailing, evenimente proprii etc., trebuie să se desfășoare astfel încât să indice, fără nici un fel de dubiu, că acestea sunt adresate exclusiv persoanelor peste 18 ani;
- 3.3. Comunicarea realizată prin intermediul mediilor de comunicare care nu aparțin organizatorilor de jocuri de noroc, indiferent de canalul utilizat, se va efectua prin plasarea - prin grija organizatorilor - în zonele, paginile, reale sau virtuale, în intervalele orare, în care, pentru canalul de comunicare respectiv se pot da asigurări că cel puțin 90% din audiență are peste 18 ani, ori canalul este destinat în mod exclusiv acestui segment de vârstă;
- 3.4. Pentru comunicarea plasată în media digitală, prin grija organizatorilor de jocuri de noroc, se va realiza implementarea unui sistem activ de verificare a vârstei; acesta va fi prezent pe pagina de start a website-urilor brandurilor (operatorilor/organizatorilor) ori partenerilor acestora (afiliați), indiferent de forma convenției ce stă la baza relației lor partenariale. Conținutul și reclamele gratuite ce pot fi descărcate trebuie să aibă incluse instrucțiuni, pentru cei ce folosesc acel material, referitoare la faptul că nu au dreptul să distribuie materialele respective către persoane cu vârsta mai mică de 18 ani;
- 3.5. Comunicarea plasată în media scrisă, indiferent de formă sau mod de prezentare, nu se va îngloba în formatele care au ca adresabilitate minorii, sau în paginile adresate acestora;
- 3.6. Comunicarea nu se va realiza în incintele, ori în proximitatea, așezămintelor de cultură, sănătate, artă, cu caracter social, culte religioase și alte asemenea;
- 3.7. Comunicarea, în orice formă tipărită, nu se distribuie/nu se afișează în cadrul evenimentelor adresate minorilor, sau la care participarea acestora este permisă.

## 4. Conținutul responsabil

### 4.1. Jocul Responsabil

- 4.1.1. Mesajul de joc responsabil, de exemplu sub forma unei pagini web ce conține informații pentru jucător, trebuie să fie inclus în materialele promoționale, incluzând advertorialele în media tipărită, materiale de marketing, digital media, precum website-urile organizatorilor, evenimente promoționale sau sponsorizate. Acest mesaj va include modalitatea de obținere de informații referitoare la conceptul de joc responsabil (adresă/locăție/punct de informare);
- 4.1.2. Comunicarea comercială în domeniul jocurilor de noroc trebuie să încurajeze jocul responsabil. Exemplu: *"Jocurile de noroc sunt o modalitate de petrecere a timpului liber. Tu ai grijă să păstrezi controlul"*.
- 4.1.3. Comunicarea trebuie să fie clară, să nu se bazeze pe termeni vagi, care să poată induce în eroare ori să amăgească jucătorii. Exemplu anunțul: *"Cash back x%"* - publicat fără explicitarea necesară înțelegerii exacte a ce presupune acest lucru.
- 4.1.4. Comunicarea **nu trebuie** să conțină acte sau omisiuni înșelătoare.
- 4.1.5. Comunicarea nu trebuie să încurajeze sau să îndemne la practicarea jocurilor de noroc într-o manieră care să conducă la un comportament obsesiv, indicând, de exemplu, că jucând zilnic/săptămânal cresc (pot crește) șansele de câștig, inclusiv pentru a câștiga un jackpot. Exemplu: *"Efortul își arată roadele după ce o persoană refuză să se oprească."* sau *"Ai câștigat, continuă să joci! Ai pierdut, continuă să joci!"*
- 4.1.6. Comunicarea va trebui să respecte alegerea fiecărei persoane de a nu juca, să nu portretizeze într-o lumină negativă abținerea de a juca ori de a juca moderat;
- 4.1.7. Comunicarea trebuie să evite orice asociere sau aluzie către băuturile care conțin alcool.

## 4.2. Minorii

- 4.2.1. Conținutul reclamelor și al materialelor de marketing care promovează jocurile de noroc, trebuie concepute în așa fel încât să nu atragă tinerii sub 18 ani, spre exemplu să nu conțină elemente care portretizează copii, obiecte, imagini, impresii, simboluri, muzică, caractere - fie reale sau fictive - desene animate, celebrități cum ar fi campionii sportivi, ce ar putea reprezenta o atracție pentru persoanele cu vârsta sub 18 ani;
- 4.2.2. Publicitatea nu trebuie să submineze autoritatea părinților sau a tutorilor legali. Exemplu: *"Ești destul de matur/mare ca să faci ce-ți place"*;
- 4.2.3. Jocurile de noroc nu trebuie promovate într-un mod în care ar sugera o legătură între practicarea jocului de noroc și demonstrarea maturității, sau ca fiind un rit de trecere către maturitate. Exemplu: *"La jocuri de noroc participă doar oamenii mari."*
- 4.2.4. Comunicarea nu trebuie să fie realizate prin intermediul persoanelor cu notorietate, cum sunt modelele, actorii, sportivi renumiți - folosind prezența ori imaginea acestora;
- 4.2.5. Nici un fel de simbol al unui organizator de jocuri de noroc, care face parte din identitatea mărcii, de tipul logo-ului, trademark sau nume, nu trebuie asociat cu articole de îmbrăcăminte, jucării, jocuri ori echipamente de joc sau orice alte obiecte, ce sunt sau pot fi adresate persoanelor sub 18 ani.
- 4.2.6. Comunicarea nu trebuie să exploateze susceptibilitățile, aspirațiile, credulitatea, lipsa de experiență sau lipsa de cunoaștere a minorilor, nu trebuie să asocieze jocurile de noroc cu activitățile și preocupările specifice acestui segment de vârstă.

### 4.3. Sănătate și educație

- 4.3.1. Comunicarea trebuie să conțină cel puțin o atenționare care să transmită ideea de responsabilitate socială, în sensul că practicarea unor jocuri de noroc înseamnă un mod de a petrece timpul liber, asociat, eventual, cu ideea de a cheltui o anumită sumă de bani;
- 4.3.2. Comunicarea nu trebuie să afecteze voința jucătorilor de a se opri din joc, punând orice fel de obstacole, sub forma unor condiționări de timp (durată de joc), sumă minimă de bani rulată/jucată etc.
- 4.3.3. Comunicarea nu trebuie să sugereze că jocurile de noroc pot fi o soluție pentru problemele financiare, o modalitate de a câștiga bani, o metodă de îmbogățire ori o formă de investiție financiară;
- 4.3.4. Comunicarea nu trebuie să inducă ideea că pierderile excesive la jocurile de noroc nu au consecințe negative;
- 4.3.5. Comunicarea nu trebuie să furnizeze informații înșelătoare cu privire la posibilitatea (șansele) de a câștiga, și/sau de a determina pe jucători să creadă că, dacă vor repeta jocul, șansele lor de a câștiga vor crește;
- 4.3.6. Comunicarea nu trebuie să sugereze că abilitățile sau experiența jucătorului vor elimina (ori diminua) factorul de noroc (aleator) de care depinde câștigul;
- 4.3.7. Comunicarea nu trebuie să sugereze necesitatea perseverării în practicarea jocurilor de noroc, ori disprețul față de ideea de abținere de la joc;
- 4.3.8. Comunicarea nu trebuie să prezinte mesaje în care să fie devalorizate munca ori studiul, ori în care jocurile de noroc să fie prezentate ca alternative mai atrăgătoare;
- 4.3.9. Comunicarea nu trebuie să sugereze toleranță față de practicarea jocurilor de noroc la locul de muncă;
- 4.3.10. Comunicarea nu trebuie să sugereze că jocurile de noroc pot îmbunătăți abilitățile personale ori recunoașterea socială;

- 4.3.11. Comunicarea nu trebuie să aibă conținut sexual sau jocuri de seducție, și nu trebuie să asocieze ideea de jocuri de noroc cu ideea de success sexual ori atracție fizică sporită;
- 4.3.12. Comunicarea nu trebuie să promoveze activități cu un comportament antisocial.

## 5. Asumare

Prezentul cod etic se dorește a fi un ansamblu de norme, la care toți cei implicați în domeniul jocurilor de noroc **consimt în mod liber**, conștientizând că promovarea valorilor morale este o componentă a responsabilității sociale și, totodată, asigură o percepție pozitivă a societății, cu efecte benefice inclusiv asupra activității lor economice.

Regulile instituite în prezentul document au **caracter complementar** în raport de normele instituite la nivel național în domeniul comunicării comerciale, precum și în raport de prevederile Codului de reglementare a conținutului audiovizual, elaborat de CNA.

Orice persoană fizică ori juridică poate informa ONJN, la **Compartimentul Relații publice**, în oricare dintre modalitățile prevăzute pe site-ul ONJN, în cazul în care sesizează faptul că o comunicare se abate de la prezentul set de reguli.

Prezentul set de reguli privind comunicarea comercială responsabilă în domeniul jocurilor de noroc este un document supus **dezvoltării și permanentei adaptări** la evoluția domeniului jocurilor de noroc, a noilor metode și canale de comunicare. În acest sens, ONJN este deschis oricăror propuneri și sugestii de îmbunătățire, atât din partea industriei de gambling, a jucătorilor, a altor instituții, cât și din partea publicului, a reprezentanților mass-media, a unor ONG-uri sau alte organizații interesate de comunicarea responsabilă în domeniul jocurilor de noroc.

###