

New-York, Le 15 Novembre 2013

BlackDivine LLC
Headquarter
60 Broad Street, suite 3502
New York, NY 10004

Teddy Truchot
Founder & COO Blackdivine

Madame Valérie MICHEL-AMSELLEM
Présidente du Jury de Déontologie Publicitaire
23 rue Auguste Vacquerie
75116 Paris

Objet : Affaire n°290/13 : Gleeden.com

Madame la Présidente du Jury,

Je viens de prendre connaissance de votre courrier nous informant que des plaintes ont été déposées auprès de votre institution au sujet de notre dernière campagne d'affichage dans le métro parisien à l'encontre de notre marque Gleeden.com.

Je vous informe que je ne pourrai malheureusement pas être présent à la séance du Jury de Déontologie Publicitaire qui se tiendra le 6 décembre 2013. Cependant, afin de préparer l'examen de notre dossier au regard des principes relatifs à la responsabilité sociale du Code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale sur les pratiques de publicité et de communication commerciale, et des dispositions de la Recommandation « Image de la personne humaine » de l'ARPP, je souhaiterais vous faire part des éléments suivants :

- Depuis la création de notre site Internet en décembre 2009, Gleeden.com s'est installée dans le paysage Français et Européen des sites de rencontres en ligne. Notre plateforme en ligne permet la mise en relation de membres cherchant des rencontres virtuelles. Le service, sécurisé et modéré, permet l'échange de messages personnels de façon anonyme et discrète. Leader sur son marché, notre marque Gleeden.com a toujours été soucieuse de véhiculer une image sérieuse et distinguée

en se conformant aux exigences juridiques de nos prestataires et fournisseurs d'espaces publicitaires.

- Depuis 4 ans donc, nous communiquons très régulièrement (au moins une fois par trimestre) sur les différents supports proposés par la société MédiaTransports. Avant d'être diffusés, nos messages publicitaires sont toujours examinés et validés par le service juridique de la régie publicitaire de la RATP. Nous n'avons eu à ce jour aucun refus de leur part car nos campagnes respectent toujours leurs critères de publication.

- La campagne publicitaire pour laquelle vous avez récemment reçu les plaintes a été réalisée par l'agence de communication Melville. Le message : « C'est parfois en restant fidèle qu'on se trompe le plus » est une continuité logique de nos précédentes campagnes de communication (« *Par principe, nous ne proposons pas de carte de fidélité* », « *Tout le monde peut se tromper. Surtout maintenant* », « *Et si cette année vous trompiez votre amant avec votre mari ?* »).

Ces campagnes sont le reflet de notre marque, féminine et décalée, qui prend la parole sans complexe, mais sur le ton de l'humour et de la finesse du jeu de mot. Certes, il s'agit d'une provocation légère mais le but de nos campagnes a toujours été de faire sourire et réfléchir; jamais de choquer ou d'offenser. Ces campagnes avaient d'ailleurs à l'époque reçues les éloges de la Presse et aussi des usagers (*voir annexes en pièce jointe, articles online et print*).

- Preuve en est, nous attachons une attention toute particulière à faire valider nos spots publicitaires télévisés par votre institution l'ARPP. Pour rappel, ils ont toujours été acceptés (en 2011 et 2013) car ils respectaient vos critères.

Toutes nos publicités ont été par la suite, acceptées par les services juridiques des régies publicitaires du Paysage Audiovisuel Français (régie Canal+, M6...).

Nos campagnes sont diffusées dans plusieurs pays européens tels que la Belgique ou l'Italie, sans aucune plainte à ce jour.

Chaque jour des dizaines de supports parlent d'infidélité tels que les magazines féminins, les séries TV, les films (série tv « *Desperate housewives* », films « *Les infidèles* » ou « *le grand méchant loup* »...), ou encore dans l'actualité des célébrités. Gleeden.com est loin de ces sollicitations quotidiennes et pourtant il n'y a aucune remarque sur ces médias.

Dans un pays où la liberté d'expression est un droit fondamental, nous entendons et comprenons les plaintes des usagers qui vous ont été adressées. Cependant depuis 2009, les usagers peuvent constater que Gleeden.com ne fait pas de prosélytisme pour l'adultère, et ne prône en aucun cas des valeurs contraires au code civil. Jusqu'à présent nos campagnes dans le métro parisien ont toujours remporté un franc succès malgré un sujet qui peut amener à controverse.

Nous ne faisons pas l'apologie de l'adultère, sinon tâchons de traiter avec humour en dédramatisant un sujet, bien que tabou, réel de notre société. En effet, notre site prend acte d'une réalité sociétale. Il répond, aux moyens d'une plateforme sécurisée et modérée, à un besoin exprimé par des usagers d'un même statut marital, leur permettant d'échanger virtuellement des messages privés de façon anonyme, ce sans hypocrisie.

Nous reconnaissons que le message de notre dernière campagne d'affichage, bien qu'en continuité avec notre discours initial n'ai pas forcément fait sourire les usagers du métro parisien. Nous souhaitons donc par la présente adresser nos excuses aux plaignants si nos affiches les ont froissés ou heurtés. Nous nous engageons à être plus vigilants à l'avenir et à prendre en compte les recommandations que vous nous ferez parvenir.

En restant à votre disposition pour tout complément d'information, veuillez agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes considérations distinguées.

Teddy Truchot
Founder & COO Blackdivine

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned below the typed name and title.