

KONINKRIJK BELGIE**ROYAUME DE BELGIQUE****FEDERALE OVERHEIDSDIENST JUSTITIE****SERVICE PUBLIC FEDERAL JUSTICE**

Ontwerp van koninklijk besluit tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen

Projet d'arrêté royal déterminant les modalités relatives à la publicité pour les jeux de hasard

FILIP, Koning der Belgen,

PHILIPPE, Roi des Belges,

Aan allen die nu zijn en hierna wezen zullen, Onze Groet.

A tous, présents et à venir, Salut.

Gelet op de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers, artikel 61, tweede lid, ingevoegd bij de wet van 7 mei 2019;

Vu la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, l'article 61, alinéa 2, inséré par la loi du 7 mai 2019 ;

Gelet op het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten;

Vu l'arrêté royal du 25 octobre 2018 relatif aux modalités d'exploitation des jeux de hasard et des paris exploités au moyen des instruments de la société de l'information ;

Gelet op het advies van de Kansspelcommissie, gegeven op 5 april 2022;

Vu l'avis de la Commission des jeux de hasard, donné le 5 avril 2022,

Gelet op het advies van de Inspecteur van Financiën, gegeven op 28 april 2022;

Vu l'avis de l'Inspecteur des Finances, donné le 28 avril 2022 ;

Gelet op de akkoordbevinding van de Staatsecretaris van Begroting, d.d. 4 mei 2022;

Vu l'accord du Secrétaire d'Etat au Budget, donné le 4 mai 2022 ;

Gelet op de mededeling 2022/0332/B aan de Europese Commissie, op 8 mei 2022, met toepassing van artikel 5, lid 1, van richtlijn 2015/1535/EU van het Europees Parlement en de Raad van 9 september 2015 betreffende een informatieprocedure op het gebied van technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij;

Vu la communication à la Commission européenne 2022/0332/B le 8 mai 2022, en application de l'article 5, paragraphe 1er, de la directive 2015/1535/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information;

Gelet op het advies ... van de Raad van State, gegeven op ..., met toepassing van het artikel 84, § 1, eerste lid, 2°, van de wetten op de Raad van State, gecoördineerd op 12 januari 1973;

Vu l'avis ... du Conseil d'Etat, donné le ..., en application de l'article 84, § 1er, alinéa 1er, 2°, des lois sur le Conseil d'Etat, coordonnées le 12 janvier 1973 ;

Op de voordracht van de Minister van Economie, van de Minister van Financiën, belast met de Nationale loterij, van de Minister van Volksgezondheid, van de Minister van Justitie en van de Minister van Binnenlandse Zaken,

Sur la proposition du Ministre de l'Economie, du Ministre des Finances, chargé de la Loterie nationale, du Ministre de la Santé publique, du Ministre de la Justice et de la Ministre de l'Intérieur,

Hebben Wij besloten en besluiten Wij:

Nous avons arrêté et arrêtons :

Hoofdstuk 1. – Toepassingsgebied en definities

Chapitre 1er. – Champ d'application et définitions

Artikel 1. Onder voorbehoud van het koninklijk besluit van 22 december 2010 tot vaststelling van de voorwaarden tot aanneming van weddenschappen buiten kansspelinrichtingen klasse IV, is dit besluit van toepassing op houders van een vergunning van klasse A, A+, B, B+, F1, F1+, F2 en E voor kansspelen.

Article 1^{er}. Sous réserve de l'arrêté royal du 22 décembre 2010 déterminant les conditions pour l'engagement de paris en dehors des établissements de jeux de hasard de classe IV, le présent arrêté s'applique aux titulaires de licence de classe A, A+, B, B+, F1, F1+, F2 et E pour les jeux de hasard.

Enkel de vergunninghouders bedoeld in het eerste lid mogen reclame maken onder de voorwaarden bepaald in dit besluit.

Seuls les titulaires de licence visés à l'alinéa 1^{er} peuvent faire de la publicité dans les conditions prévues par le présent arrêté.

Art. 2. Alleen de in hoofdstuk 2 opgenomen vormen van reclame zijn toegestaan.

Art. 2. Seules les formes de publicité reprises au chapitre 2 sont autorisées.

Art. 3. Voor de toepassing van dit besluit, verstaan we onder:

Art. 3. Pour l'application du présent arrêté, on entend par :

1° "kansspelwet": wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers;

1° « loi sur les jeux de hasard » : la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection du joueur ;

2° "kansspelen": kansspelen bedoeld in artikel 1, 2°, van de kansspelwet;

2° « jeux de hasard » : les jeux de hasard visés à l'article 2, 1°, de la loi sur les jeux de hasard ;

3° "reclame": elke vorm van communicatie of handeling, anders dan die bedoeld in artikel 60, tweede lid, van de kansspelwet, die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft om kansspelen te promoten of naambekendheid te verwerven, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken. Voor de toepassing van dit besluit wordt het aanbrengen van de merknaam of het logo of de twee als reclame beschouwd;

3° « publicité » : toute forme de communication ou d'action, autre que celle visée à l'article 60, alinéa 2, de la loi sur les jeux de hasard, qui vise directement ou indirectement à faire la promotion de jeux de hasard ou à acquérir de la notoriété, quels que soient le lieu, les moyens de communication appliqués ou les techniques utilisées. Pour l'application du présent arrêté, l'apposition de la marque ou du logo, ou des deux, sont assimilés à la publicité ;

4° "sponsoring": het ondersteunen van professionele sportverenigingen of sportwedstrijden met financiële middelen of

4° « parrainage »: soutenir des clubs sportifs professionnels et des événements sportifs en leur apportant des ressources financières ou

andere vormen van ondersteuning om meer zichtbaarheid te verwerven, zonder dat het merk of logo van de in artikel 1 bedoelde vergunninghouder wordt gebruikt in de naam van de sportclub of het sportevenement. Voor de toepassing van dit besluit wordt sponsoring als reclame beschouwd;

5° “merknaam”: de combinatie van maximum drie woorden die het mogelijk maakt de vergunninghouders, bedoeld in artikel 1 te onderscheiden;

6° “logo”: een beeldelement of semi-figuratief element waarmee onderscheid kan worden gemaakt tussen de vergunninghouders bedoeld in artikel 1.

Hoofdstuk 2. – Toegestane vormen van reclame

Art. 4. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen reclame maken voor zichzelf en de kansspelen die zij aanbieden, op voorwaarde dat die uitsluitend bestemd is voor personen die werkzaam zijn in de kanspelsector.

Art. 5. Incidentele reclame in het kader van verslaggeving van sportwedstrijden en evenementen is toegestaan voor de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders.

Art. 6. §1. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen reclame maken voor zichzelf door middel van hun merknaam of hun logo, of de twee, aan te brengen:

1° op de sportkledij van spelers en sportteams van professionele clubs;

2° op de plaats waar de professionele sport wordt beoefend.

Reclame voor kansspelen bedoeld in het eerste lid, 2°, is van toepassing voor alle betrokken vergunninghouders en waarvan de totale oppervlakte niet meer dan 20% van de totale oppervlakte van alle reclameboodschappen in beslag mag nemen, en niet meer dan 70 m².

d'autres formes de soutien afin de gagner plus de visibilité, sans que la marque ou le logo du titulaire de licence visé à l'article 1^{er} ne puisse être utilisé dans le nom du club sportif ou de l'évènement sportif. Pour l'application du présent arrêté, le parrainage est assimilé à la publicité;

5° « marque » : la combinaison de maximum trois mots permettant de distinguer les titulaires de licence visés à l'article 1^{er};

6° « logo » : élément figuratif ou semi figuratif permettant de distinguer les titulaires de licences visés à l'article 1^{er}.

Chapitre 2. – Formes de publicité autorisée

Art. 4. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité, pour eux-mêmes et pour les jeux de hasard qu'ils proposent, à condition qu'elle soit exclusivement destinée aux personnes travaillant dans le secteur des jeux de hasard.

Art. 5. La publicité fortuite dans le cadre de reportage de compétitions sportives et d'évènements est autorisée pour les titulaires de licence visés à l'article 1^{er}.

Art. 6. §1. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité pour eux-mêmes au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux:

1° sur les vêtements de sport de joueurs ou d'équipes sportives des clubs professionnels ;

2° sur le lieu où est pratiqué le sport professionnel.

La publicité pour les jeux de hasard visé à l'alinéa 1^{er}, 2°, s'applique à l'ensemble des titulaires de licence concernés et ne peut pas dépasser 20% de la surface totale de toutes les publicités, et ne peut pas être supérieure à 70 m².

§2 De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen sponsorboodschappen uitzenden door middel van hun merknaam of hun logo, of de twee, voor de volgende evenementen:

1° internationale en Europese sporttoernooien;

2° Belgische sporttoernooien.

Elke uitzending van sponsorboodschappen moet aan de volgende voorwaarden voldoen:

1° de sponsorboodschappen duren niet langer dan 5 seconden;

2° het maximum aantal sponsorboodschappen per uur is twee;

3° de sponsorboodschap wordt uitgezonden tijdens de periode van vijftien minuten vóór het begin van en de periode van vijftien minuten na het einde van de rechtstreekse uitzending van een sportwedstrijd, d.w.z. gedurende de periode vanaf het feitelijke begin van de betrokken sportwedstrijd die rechtstreeks wordt uitgezonden tot het feitelijke einde van die sportcompetitie.

Art. 7. Onverminderd de toepasselijke gewestelijke en gemeentelijke bepalingen, mogen de vergunninghouders A, B, F1 en F2 reclame maken door middel van het aanbrengen van hun merknaam of hun logo, of de twee aan de voorgevel van hun kansspelinrichting. Indien de kansspelinrichting meer dan één voorgevel heeft, wordt de reclame beperkt tot één voorgevel. De aangebrachte reclame mag maximaal 30% van de totale oppervlakte van de voorgevel in beslag nemen en niet meer dan 20m².

Art. 8. De vergunninghouders A, B, F1 en F2 mogen binnen in hun kansspelinrichting reclame maken voor zichzelf en uitsluitend voor de kansspelproducten die zij binnen hun kansspelinrichting aanbieden.

Art. 9. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen reclame maken door

§2. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent diffuser des messages de parrainage au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux pour les évènements suivants:

1° les tournois sportifs internationaux et européens ;

2° les tournois sportifs belges.

Toute diffusion de message de parrainage doit satisfaire aux conditions suivantes :

1° la durée des messages de parrainage ne dépasse pas 5 secondes ;

2° le nombre de message de parrainage par heure est de maximum deux;

3° le message de parrainage est diffusé durant la période de quinze minutes qui précède le début et la période de quinze minutes qui suit le reportage en direct de compétitions sportives, à savoir pendant la période qui va du commencement effectif de la compétition sportive en question diffusée en direct jusqu'à la fin effective de cette compétition sportive.

Art. 7. Sans préjudice des dispositions régionales et communales applicables, les titulaires d'une licence A, B, F1, et F2 peuvent faire de la publicité au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux, sur la façade de leur établissement de jeux de hasard. Si l'établissement de jeux de hasard a plus d'une façade, la publicité est limitée à une seule façade. La publicité installée peut occuper au maximum 30% de la surface totale de la façade et ne peut être supérieure à 20m².

Art. 8. Les titulaires d'une licence A, B, F1 et F2 peuvent faire de la publicité pour eux-mêmes à l'intérieur de leur établissement de jeux de hasard et seulement pour les produits de jeux de hasard qu'ils proposent à l'intérieur de leur établissement de jeux de hasard.

Art. 9. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité par placement de

middel van productplaatsing in televisieprogramma's die in het buitenland zijn opgenomen, behoudens wanneer deze programma's zich specifiek richten tot de Belgische markt. Met productplaatsing wordt bedoeld elke vorm van audiovisuele commerciële communicatie die bestaat in het opnemen van, of het verwijzen naar, een product of dienst of een desbetreffend handelsmerk in het kader van een programma of een door gebruikers gegenereerde video, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding;

Art. 10. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen slechts via informatiemaatschappij-instrumenten reclame voor zichzelf maken door middel van hun merknaam of hun logo, of de twee, door middel van een advertentieprogramma waarbij de vergunninghouder reclame kan maken op een pagina met zoekresultaten, na de invoering van kansspel gerelateerde zoektermen, en waarbij de advertentie als zoekresultaat kan worden beschouwd omdat de advertentie tegen betaling bovenaan de pagina wordt geplaatst.

Art. 11. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen op hun eigen website reclame maken voor zichzelf of voor de kansspelproducten die zij aanbieden en op voorwaarde dat:

1° geen interactie is toegestaan;

2° geen enkele tegenprestatie aan een derde wordt aangeboden om reclame te maken;

3° de duur van de reclame met bewegende beelden niet meer dan 5 seconden bedraagt.

Art. 12. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen alleen op hun eigen sociale media accounts voor het delen van online-inhoud reclame maken voor de kansspelproducten die zij aanbieden en op voorwaarde dat:

1° geen interactie is toegestaan;

produit dans des programmes télévisés enregistrés à l'étranger, sauf si ces programmes sont spécifiquement destinés au marché belge. Le placement de produit vise toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme ou dans un contenu créé par l'utilisateur moyennant paiement ou autre contrepartie.

Art. 10. Les titulaires des licences visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité pour eux-mêmes au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux, par le biais d'instruments de la société de l'information uniquement au moyen d'un programme publicitaire par lequel le titulaire de la licence peut faire de la publicité sur une page de résultats de recherche, suite à l'introduction de termes de recherche liés aux jeux d'argent, et dans lequel la publicité peut être considérée comme un résultat de recherche parce que la publicité est placée en haut de la page contre paiement.

Art. 11. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité pour eux-mêmes ou pour les produits de jeux de hasard qu'ils proposent sur leur propre site Internet et à condition :

1° de ne pas permettre d'interaction ;

2° de ne pas offrir de contrepartie à un tiers pour faire de la publicité ;

3° que la durée de la publicité qui utilise des images en mouvement ne dépasse pas 5 secondes.

Art. 12. Les titulaires de licence visés à l'article 1^{er} peuvent faire de la publicité pour les produits de jeux de hasard qu'ils proposent uniquement sur les comptes qu'ils détiennent sur des plateformes de partage de contenu en ligne, et à condition:

1° de ne pas permettre d'interaction ;

2° geen enkele tegenprestatie aan een derde wordt aangeboden om reclame te maken;

3° de duur van de reclame met bewegende beelden niet meer dan 5 seconden bedraagt.

Hoofdstuk 3 – Algemene beperkingen op de toegestane reclame

Art. 13. De reclame mag alleen betrekking hebben op de kansspelen, die zijn toegestaan krachtens de kansspelwet.

Art. 14. In overeenstemming met de voorwaarden van hoofdstuk 2, mag een vergunninghouder bedoeld in artikel 1 reclame maken voor zichzelf of voor de kansspelen die hij aanbiedt of voor de twee.

Art. 15. De reclame mag niet specifiek gericht zijn tot maatschappelijk kwetsbare groepen. Onder maatschappelijk kwetsbare groepen vallen personen die niet aan de minimumleeftijd voldoen en alle andere personen onder artikel 54 van de kansspelwet, alsook personen die kenmerken van risicovol spelgedrag vertonen.

Art. 16. De reclame mag niet gepersonaliseerd zijn.

Art. 17. Met uitzondering van de reeds bestaande logo's op het moment van publicatie van dit besluit, mag de reclame geen natuurlijke personen of fictieve personages afbeelden.

Reclame mag geen stemmen gebruiken van bekende natuurlijke personen of bekende fictieve personages.

Art. 18. Reclame voor kansspelen opgesomd die door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders worden geëxploiteerd, is enkel toegelaten indien de inhoud ervan:

1° bevat geen ongefundeerde beweringen over de winsten die spelers kunnen verwachten;

2° de ne pas offrir de contrepartie à un tiers pour faire de la publicité ;

3° que la durée de la publicité qui utilise des images en mouvement ne dépasse pas 5 secondes.

Chapitre 3. – Dispositions générales sur la publicité autorisée

Art. 13. La publicité porte uniquement sur les jeux de hasard autorisés par la loi sur les jeux de hasard.

Art. 14. Dans le respect des conditions visées au chapitre 2, un titulaire de licence visé à l'article 1^{er} peut faire de la publicité pour lui-même ou pour les jeux de hasard qu'il propose ou pour les deux.

Art. 15. La publicité ne peut pas s'adresser spécifiquement à des groupes socialement vulnérables. Les groupes socialement vulnérables comprennent les personnes qui ne remplissent pas les conditions d'âge minimum et toutes les autres personnes visées par l'article 54 de la loi sur les jeux de hasard, ainsi que les personnes qui présentent les caractéristiques d'un comportement de jeu à risque.

Art. 16. La publicité ne peut pas être personnalisée.

Art. 17. A l'exception des logos déjà existants au moment de la publication du présent arrêté, la publicité ne peut pas représenter de personnes physiques ou des personnages fictifs.

La publicité ne peut pas utiliser la voix de personnes physiques célèbres ou des personnages fictifs célèbres.

Art. 18. La publicité en faveur des jeux de hasard exploités par les titulaires de licence visés à l'article 1^{er}, est uniquement autorisée si son contenu :

1° ne contient aucune déclaration infondées sur les gains que les joueurs peuvent espérer remporter;

2° niet aanzet tot of in standhouden van spelverslaving, noch aanzet tot overmatig gokken;

3° niet de indruk wekt dat winnen afhankelijk zou zijn van de kennis van het spel of de kunde van de spelers;

4° personen die spelen niet ophemelt, noch kritiek uitoefent op degenen die niet spelen;

5° geen personen onder druk zet als hij niet wenst deel te nemen aan het spel;

6° niet suggereert dat het spel een alternatief is voor werken en sparen, een manier is om snel rijk te worden, of een oplossing is voor financiële problemen;

7° niet suggereert dat gokken leidt tot of gelinkt is aan sociaal, financieel en seksueel succes;

8° situaties waarin personen die deelnemen aan een kansspel of een weddenschap tegelijk alcoholische dranken of tabak gebruiken niet in beeld brengt;

9° geen promotie maakt voor leningen die kunnen worden aangegaan met de bedoeling te spelen noch zich aansluiten bij reclameboodschappen voor dergelijke leningen;

10° geen gebruik maakt van tekeningen of marketingtechnieken die verwijzen naar personages, beelden of uitingen die populair of in de mode zijn bij personen bedoeld in artikel 15.

Art. 19. Reclame voor kansspelen -die uitgebaat worden door de vergunninghouders bedoeld in artikel 1 moet een leeftijdsindicatie bevatten die de minimumleeftijd voor deelname aan deze kansspelen aangeeft. De Minister van Justitie bepaalt, na advies van de Hoge Gezondheidsraad, de modaliteiten waaraan deze leeftijdsindicatie moet voldoen.

Art. 20. Elke reclameboodschap voor kansspelen, bevat een preventieve boodschap, wat ook het gebruikte medium is. De Minister van Justitie bepaalt, na advies van de Hoge

2° n'incite pas à jouer de manière irresponsable et abusive ;

3° ne suggère pas que le fait de gagner dépend de la connaissance du jeu ou des compétences du joueur ;

4° ne fait pas l'éloge des personnes qui jouent ou critiquer celles qui ne jouent pas;

5° ne fait pas pression sur une personne si elle ne souhaite pas participer au jeu ;

6° ne suggère pas que le jeu constitue une alternative au travail et à l'épargne, une manière de s'enrichir rapidement ou une solution aux problèmes financiers ;

7° n'établit pas de lien entre le jeu et la réussite sociale, financière et sexuelle ;

8° ne met pas en scène des situations où des personnes jouent à un jeu de hasard ou un pari et, simultanément, consomment des produits alcoolisés ou du tabac ;

9° ne fait pas la promotion ou ne s'associe pas à des publicités offrant des prêts qui peuvent être obtenus dans le but de jouer ;

10° n'utilise pas des dessins ou des techniques de marketing faisant référence à des personnages, des images ou des expressions populaires ou à la mode chez les personnes visées à l'article 15.

Art. 19. La publicité en faveur des jeux de hasard exploités par les titulaires d'une licence visés à l'article 1^{er} doit comporter une indication de l'âge minimum requis pour participer à ces jeux de hasard. Le Ministre de la Justice détermine, après avis du Conseil supérieur de la santé, les modalités auxquelles cette indication de l'âge doit se conformer.

Art. 20. Quel que soit le support utilisé, chaque publicité en faveur des jeux de hasard contient un message de prévention. Le Ministre de la Justice détermine, après avis du Conseil

Gezondheidsraad, de modaliteiten waaraan deze preventieve boodschap moet voldoen.

supérieur de la santé, les modalités auxquelles ce message de prévention doit se conformer.

Hoofdstuk 4 – Strafbepaling

Chapitre 4 – Disposition pénale

Art. 21. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouder is aansprakelijk voor de niet-naleving van de bepalingen van dit besluit.

Art. 21. Le titulaire de la licence visée à l'article 1^{er} est responsable du non-respect des dispositions du présent arrêté.

Naast de in artikel 1 bedoelde vergunninghouder kunnen ook de persoon verantwoordelijk voor de inhoud, de eigenaar of beheerder van het zendmedium, de verantwoordelijke van de plaats van bestemming en elke andere derde die de bepalingen van dit besluit niet naleeft, aansprakelijk worden gesteld.

Outre le titulaire de licence visé à l'article 1^{er}, peuvent également être tenus pour responsables, le responsable du contenu, le propriétaire ou le gestionnaire du support de transmission, le responsable du lieu de destination et tout autre tiers qui ne respecterait pas les dispositions du présent arrêté.

Hoofdstuk 5. – Opheffingsbepalingen

Chapitre 5. - Dispositions abrogatoires

Art. 22. Artikel 6, § 1 en § 2, 2°, van dit besluit wordt vanaf 1 januari 2025 opgeheven.

Art. 22. L'article 6, § 1^{er} et § 2, 2°, du présent arrêté est abrogé à partir du 1^{er} janvier 2025.

Art. 23. De artikelen 1 tot en met 5 en de artikelen 7 tot en met 11 van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten worden opgeheven.

Art. 23. Les articles 1 à 5 et les articles 7 à 11 de l'arrêté royal du 28 octobre 2018 relatif aux modalités d'exploitation des jeux de hasard et des paris exploités au moyen des instruments de la société de l'information sont abrogés.

Hoofdstuk 6. – Overgangsmaatregelen en inwerkingtreding

Chapitre 6. - Disposition transitoire et entrée en vigueur

Art. 24. Dit besluit treedt in werking op de eerste dag van de eerste maand volgende op zijn bekendmaking in het Belgisch Staatsblad.

Art. 24. Le présent arrêté entre en vigueur le premier jour du premier mois qui suit sa publication au Moniteur belge.

De reclamecontracten die op de datum van publicatie van dit besluit in het Belgisch Staatsblad werden afgesloten tussen de in artikel 1 bedoelde vergunninghouder en reclamebureaus blijven in voorkomend geval gelden tot 1 oktober 2023 voor zover deze vergunninghouders voldoen aan de voorwaarden bepaald in artikelen 13 tot en met 20 van dit besluit.

Les contrats de publicité qui, à la date de la publication du présent arrêté au Moniteur belge, ont été conclus entre les titulaires de licences visés à l'article 1^{er} et les agences de publicité restent valables aux mêmes conditions jusqu'au 1^{er} octobre 2023 pour autant que ces titulaires de licence se conforment aux articles 13 à 20 du présent arrêté.

Art. 25. Bij ontstentenis van de vaststelling door de Minister van Justitie van de modaliteiten

Art. 25. A défaut de détermination par le ministre de la Justice, au moment de l'entrée en

waaraan de in de artikelen 19 en 20 leeftijdsindicatie en preventieve boodschap moeten voldoen, op het moment van de inwerkingtreding van dit besluit, is de lettergrootte van de leeftijdsindicatie en de preventieve boodschap minimaal 4 % van de hoogte van de advertentieruimte en heeft als minimumwaarde 7 punten, zonder dat de lettertekens kleiner mogen zijn dan een kwart van de grootste lettertekens die worden gebruikt in de reclame.

Hoofdstuk 7. – Slotbepaling

Art. 26. De minister bevoegd voor Economie, de minister bevoegd voor Financiën en de Nationale loterij, de minister bevoegd voor Volksgezondheid, de minister bevoegd voor Justitie en de minister bevoegd voor Binnenlandse Zaken, zijn, ieder wat hem betreft, belast met de uitvoering van dit besluit.

Gegeven te

Van Koningswege :

De minister van Economie,

viguer du présent arrêté, des modalités auxquelles l'indication de l'âge et le message de prévention visées aux articles 19 et 20 doivent se conformer, la taille des lettres de l'indication de l'âge et du message de prévention correspond à au moins 4 % de la taille de l'espace publicitaire et a une valeur minimum de 7 points sans être inférieure au quart de la taille des caractères les plus grands utilisés dans la publicité.

Chapitre 7. - Disposition finale

Art. 26. Le ministre qui a l'Economie dans ses attributions, le ministre qui a les Finances et la Loterie nationale dans ses attributions, le ministre qui a la Santé publique dans ses attributions, le ministre qui a la Justice dans ses attributions et le ministre qui a l'Intérieur dans ses attributions, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Donné à

Par le Roi :

Le ministre de l'Economie,

P-Y DERMAGNE

De minister van Financiën, belast met de
Nationale loterij,

Le ministre des Finances, chargé de la Loterie
nationale,

V. VAN PETEGHEM

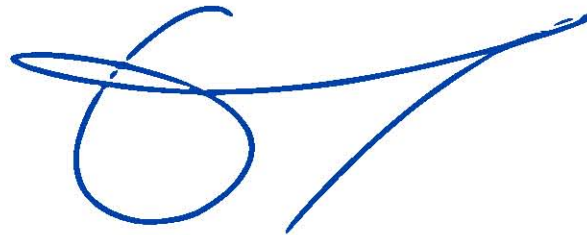
De minister van Volksgezondheid,

Le ministre de la Santé publique,

F. VANDENBROUCKE

De minister van Justitie,

Le ministre de la Justice,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop on the left and a long, sweeping stroke extending to the right.

V. VAN QUICKENBORNE

De minister van Binnenlandse Zaken,

La ministre de l'Intérieur,

A. VERLINDEN

KONINKRIJK BELGIE

FEDERALE OVERHEIDSDIENST JUSTITIE

Koninklijk besluit tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame over de kansspelen

VERSLAG AAN DE KONING

Sire,

Het besluit dat U wordt voorgelegd beoogt uitvoering te geven aan artikel 61, tweede lid, van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers (hierna de “Kansspelwet” genoemd), zoals ingevoegd bij de wet van 7 mei 2019, waarbij de Koning gemachtigd wordt de nadere regels betreffende de reclame over de kansspelen te bepalen.

Reclame voor kansspelen is alom vertegenwoordigd zowel op TV, radio, kranten, tijdschriften, sociale media, tijdens sportwedstrijden, maar ook in het straatbeeld. Dergelijke reclame is niet zonder gevaar voor de volksgezondheid en de maatschappij.

Reclame voor kansspelen heeft minstens drie belangrijke effecten:

1. Reclame speelt een belangrijke rol bij het werven van nieuwe spelers;
2. Reclame beïnvloedt het gokgedrag en zet spelers aan tot meer intensief speelgedrag;
3. Reclame verhoogt de kans op terugval bij gokverslaafden.

ROYAUME DE BELGIQUE

SERVICE PUBLIC FEDERAL JUSTICE

Arrêté royal déterminant les modalités relatives à la publicité sur les jeux de hasard

RAPPORT AU ROI

Sire,

Le présent arrêté royal qui vous est soumis tend à porter exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs (ci-après appelée la « loi sur les jeux de hasard »), inséré par la loi du 7 mai 2019, habilitant le Roi à fixer les modalités relatives à la publicité sur les jeux de hasard.

La publicité pour les jeux de hasard est omniprésente à la télévision, à la radio, dans les médias sociaux, pendant les compétitions sportives, mais aussi dans la rue. Une telle publicité n'est pas sans danger pour la santé publique et la société.

La publicité pour les jeux de hasard a au moins trois effets importants :

1. La publicité joue un rôle important dans le recrutement de nouveaux joueurs ;
2. La publicité influence le comportement de jeu et incite les joueurs à jouer plus intensément ;
3. La publicité augmente la probabilité de rechute chez les joueurs présentant une dépendance au jeu.

Daarnaast zorgt reclame voor een normalisering van gokken in de samenleving. Door de reclame wordt gokken voorgesteld als sociaal en cultureel aanvaard gedrag en een legitieme vrijetijdsbesteding. Dit is nefast voor de meer kwetsbare groepen, zoals minderjarigen, jongeren en gokverslaafden.

Onderzoek uit 2013 naar het verband tussen nationaal gokbeleid en de prevalentie van verstoord gokgedrag in Europa heeft aangetoond dat er een statistisch significant verband is tussen gokbeleid en prevalentie. Het percentage subklinisch verstoord gokgedrag was hoger in omgevingen die minder strenge regulering van reclame voor (online) gokken voorschreven.

Uit een Belgisch onderzoek (AB-REOC-rapport "(Online) gokken Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen", Jan Velghe, 2017) blijkt dat 74% van de Belgen van mening is dat reclame mensen aanzet tot gokken. 54% van de Belgen gelooft dat reclame mensen positiever doet denken over gokken (aanvaarding, normalisering). Meer nog: 11% van de Belgen die op geen enkele manier deelnamen aan kansspelen, zegt dat ze door de invloed van reclame in de toekomst toch wel eens een gokje willen wagen. Bij studenten loopt dat op tot 14,8%, bij 25- tot 34-jarigen tot 17,3% en bij werkzoekenden zelfs tot 28,9%.

Bovendien blijkt uit dit onderzoek dat hoe intensiever het gokgedrag, hoe vaker spelers zich laten beïnvloeden door reclameboodschappen. 56% van de intensieve spelers gokt meer na aanleiding van een bonus die hen werd aangeboden, 46% na een email van een gokbedrijf en 39% nadat ze gokreclame hadden bekeken. Ongeveer één op de drie gokkers laat zijn

En outre, la publicité normalise les jeux d'argent dans la société. Par le biais de la publicité, les jeux d'argent sont présentés comme un comportement socialement et culturellement acceptable et une activité de loisirs légitime. Cette situation est préjudiciable aux groupes plus vulnérables tels que les mineurs, les jeunes et les personnes dépendantes des jeux d'argent.

Une étude de 2013 sur la relation entre les politiques nationales en matière de jeux de hasard et la prévalence du jeu perturbé en Europe a révélé qu'il existait une relation statistiquement significative entre la politique en matière de jeux de hasard et la prévalence. Le taux de comportement de jeu perturbé subclinique était plus élevé dans les milieux qui prescrivaient une réglementation moins stricte de la publicité pour les jeux de hasard (en ligne).

Une étude belge (rapport AB-REOC "(Online) gokken Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen", Jan Velghe, 2017) montre que 74 % des Belges pensent que la publicité incite les gens à jouer. 54% des Belges pensent que la publicité incite les gens à penser plus positivement aux jeux de hasard (acceptation, normalisation). En outre, 11 % des Belges qui n'ont participé d'aucune manière à des jeux de hasard déclarent qu'en raison de l'influence de la publicité, ils aimeraient jouer à l'avenir. Chez les étudiants, ce chiffre s'élève à 14,8%, chez les 25-34 ans à 17,3% et chez les demandeurs d'emploi même à 28,9%.

En outre, cette recherche montre que plus le comportement de jeu est intensif, plus les joueurs sont influencés par les messages publicitaires. 56 % des joueurs intensifs ont joué davantage après s'être vu offrir un bonus, 46 % après avoir reçu un courriel d'une société de jeux de hasard et 39 % après avoir regardé des publicités sur les jeux de hasard. Environ un joueur sur trois

gokgedrag beïnvloeden door reclame op billboards of affiches of reclame tijdens het bekijken van een wedstrijd.

laisse son comportement de jeu être influencé par la publicité sur les panneaux d'affichage ou les affiches ou par la publicité pendant qu'il regarde un match.

De Hoge Gezondheidsraad adviseerde in haar rapport nr. 9396 over gokstoornissen (2017) tot een verbod op gokreclame om het risico op problematisch gokken te verkleinen. Volgens de conclusies van dit rapport is het essentieel om de toegankelijkheid, in het bijzonder voor jongeren, en de aanvaarding van gokken te verminderen. Volgens de Hoge Gezondheidsraad speelt reclame een belangrijke rol in de aanvaarding en normalisering van gokken en moet daarom worden verboden.

Dans son rapport n° 9396 sur les troubles liés au jeu (2017), le Conseil supérieur de la santé a recommandé l'interdiction des publicités pour les jeux de hasard afin de réduire le risque de jeu problématique. Selon les conclusions de ce rapport, il est essentiel de réduire l'accessibilité, notamment pour les jeunes, et l'acceptation des jeux de hasard. Selon le Conseil supérieur de la santé, la publicité joue un rôle important dans l'acceptation et la normalisation des jeux de hasard et devrait donc être interdite.

De bepalingen inzake gokreclame zijn deels geïnspireerd op de regelgeving inzake tabaksreclame die werd aangenomen ter omzetting van richtlijn 2003/33/EG van 26 mei 2003 betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake de reclame en sponsoring voor tabaksproducten. Uit onderzoek naar de impact van tabaksreclame op het rookgedrag blijkt dat de reclame bij 40 procent van de tieners verantwoordelijk is voor hun rookgewoonte. Volgens dit onderzoek bepaalt tabaksreclame op borden, bij sport- en televisiemanifestaties, in tijdschriften en zelfs gewone naamsvermelding op kleding wel degelijk mee of kinderen tussen 12 en 16 jaar al dan niet aan het roken gaan. Hoe aantrekkelijker de reclame wordt voorgesteld, hoe meer het jongeren aanzet tot roken. We zien dat gokreclame een vergelijkbare impact heeft op het gokgedrag van jongeren en kwetsbare personen.

Les dispositions relatives à la publicité pour les jeux de hasard s'inspirent en partie de la réglementation sur la publicité pour le tabac adoptée pour transposer la directive 2003/33/CE du 26 mai 2003 concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité et de parrainage en faveur des produits du tabac. Les recherches sur l'impact de la publicité pour le tabac sur le comportement tabagique montrent que la publicité est responsable de 40 % de l'habitude de fumer des adolescents. Selon cette étude, la publicité pour le tabac sur les panneaux d'affichage, lors d'événements sportifs et télévisés, dans les magazines et même le simple marquage du nom sur les vêtements détermine si les enfants âgés de 12 à 16 ans commencent à fumer ou non. Plus la publicité est présentée de manière attrayante, plus elle incite les jeunes à fumer. Nous constatons que la publicité pour les jeux de hasard a un impact similaire sur le comportement de jeu des jeunes et des personnes vulnérables.

Hoewel de Hoge Gezondheidsraad in zijn advies (nr 9396) aanbeveelt om de gokreclame te verbieden, zijn er ook risico's verbonden aan zo'n totaal verbod. Het kansspelbeleid in België stoelt op de kanalisatie gedachte. Dit betekent dat het enkel toegestaan is om deel te nemen aan kansspelen die door de wetgever zijn toegestaan en die een vergunning hebben bekomen. De vrees dat spelers door een totaal verbod op reclame naar de illegale markt zullen worden geleid, is dus niet geheel ongegrond. Een beperkte vorm van reclame is dus aanvaardbaar om ervoor te zorgen dat de vergunde kansspeloperators nog naamsbekendheid kunnen verwerven.

Overeenkomstig artikel 61, tweede lid van de huidige kansspelwet kan de Koning de regels voor de reclame op kansspelen bepalen.

Deze regels moeten ervoor te zorgen dat enkel personen die actief op zoek zijn naar informatie over kansspelen en/of die willen gokken nog geconfronteerd worden met reclame voor kansspelen.

Met het oog op een betere bescherming van de spelers beoogt dit besluit dus de toegestane vormen van reclame voor kansspelen en weddenschappen te beperken en regels op te leggen voor de inhoud van deze reclame.

De regels inzake reclame zijn van toepassing op de houders van een vergunning A-, A+, B-, B+, F1-, F1+, F2- en E-. De regels inzake reclame zijn eveneens van toepassing op de Nationale Loterij voor de kansspelproducten die ze aanbiedt in het kader van haar F1-vergunning. De Nationale Loterij moet voor de weddenschappen, net als de private houders van een F1-vergunning, de bepalingen naleven van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, maar ook van haar

Bien que le Conseil supérieur de la santé recommande dans son avis (Cn° 9396) d'interdire la publicité des jeux de hasard, une telle interdiction comporte également des risques. La politique des jeux de hasard en Belgique est basée sur l'idée de canalisation. Cela signifie qu'il n'est permis de participer qu'à des jeux de hasard autorisés par le législateur et ayant obtenu une licence. La crainte que les joueurs soient poussés vers le marché illégal par une interdiction totale de la publicité n'est donc pas totalement infondée. Une forme limitée de publicité est donc acceptable pour garantir que les opérateurs de jeux de hasard agréés puissent encore se faire connaître par la publicité.

En vertu de l'article 61, alinéa 2, de la loi actuelle sur les jeux de hasard, le Roi peut déterminer les règles de publicité pour les jeux de hasard.

Ces règles doivent garantir que seules les personnes recherchant activement des informations sur les jeux de hasard et/ou souhaitant jouer sont confrontées aux publicités pour les jeux de hasard.

En vue d'une meilleure protection des joueurs, le présent arrêté vise dès lors à limiter les formes de publicité autorisées en matière de jeux de hasard et de paris ainsi qu'à imposer des règles pour le contenu de cette publicité.

Les règles relatives à la publicité s'appliquent aux titulaires d'une licence A, A+, B, B+, F1, F1+, F2 et E. Les règles en matière de publicité s'appliquent également à la Loterie nationale pour les produits de jeux de hasard qu'elle propose dans le cadre de sa licence F1. La Loterie Nationale, comme les titulaires de licences F1 privés, doit se conformer aux dispositions de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard et de ses arrêtés d'exécution, y compris les règles

uitvoeringsbesluiten, met inbegrip van de regels inzake reclame opgenomen in dit besluit.

De loterijproducten en krasbiljetten aangeboden door de Nationale Loterij zijn onderworpen aan de regels bedoeld in de wet van 19 april 2002 betreffende de rationalisering van de werkingen het beheer van de Nationale Loterij. De regels inzake reclame opgenomen in dit besluit zijn bijgevolg niet van toepassing op deze producten. Het bestaande wettelijke verschil tussen kansspelen enerzijds en loterijproducten en krasbiljetten anderzijds wordt in dit koninklijk besluit volgehouden. Dit onderscheid is niet enkel in overeenstemming met de bestaande wettelijke dichotomie binnen het Belgisch kansspelbeleid, maar ook wetenschappelijk onderbouwd. Uit onderzoek door Van Rooij, 2017, blijkt bijvoorbeeld dat de loterijen en krasbiljetten een significant kleiner risico op verslaving vertonen. Volgens dit onderzoek vertonen spelers van loterijen slechts in 6,8% van de gevallen een problematisch gokgedrag. Voor de krasbiljetten is dat 7,1%. De andere kansspelproducten kennen een significant hoger risico op een problematisch gokgedrag:

- Sportwedenschappen: 17,7%
- Poker: 12,2%
- Gokautomaten: 26,2%
- Casinospelen: 22,7%

Aangezien de loterijen en kasbiljetten een kleiner risico op verslaving inhouden, valt een drastische beperking van de reclame veel minder te verantwoorden vanuit het oogpunt van consumentenbescherming en bescherming van de maatschappelijke orde. Bovendien is de reclamevoering van de Nationale Loterij, door middel van bestaande mechanismen zoals het beheerscontract tussen de Nationale Loterij

relatives à la publicité contenues dans cet arrêté.

Les produits de loterie et les tickets à gratter proposés par la Loterie Nationale sont soumis aux règles visées par la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale. Par conséquent, les règles relatives à la publicité contenues dans le présent arrêté ne s'appliquent pas à ces produits. La différence juridique existante entre les jeux de hasard, d'une part, et les produits de loterie et les tickets à gratter, d'autre part, est maintenue dans l'arrêté royal. Cette distinction n'est pas seulement conforme à la dichotomie juridique existante dans la politique belge en matière de jeux d'argent, mais elle est également étayée scientifiquement. L'étude de Van Rooij, 2017, montrent par exemple que les loteries et les tickets à gratter présentent un risque de dépendance nettement inférieur. Selon cette étude, les joueurs de loterie ne présentent un comportement de jeu problématique que dans 6,8% des cas. Pour les tickets à gratter, le chiffre est de 7,1%. Les autres produits de jeu présentent un risque nettement plus élevé et un comportement de jeu problématique :

- Paris sportifs : 17,7%.
- Poker : 12,2%.
- Machines à sous : 26,2%.
- Jeux de casino : 22,7%.

Étant donné que les loteries et les billets à gratter comportent un risque moindre de dépendance, une restriction drastique de la publicité est beaucoup moins justifiable du point de vue de la protection des consommateurs et de l'ordre social. En outre, par le biais de mécanismes existants, tels que le contrat de gestion entre la Loterie Nationale et le gouvernement belge, la publicité de la Loterie Nationale est limitée

en de Belgische regering, beperkt tot hetgeen nodig is om de opgelegde kanalisatiedoelstellingen te behalen.

à ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs de canalisation imposés.

Na de mededeling aan de Europese Commissie 2022/0332/B, op 8 mei 2022, met toepassing van artikel 5, lid 1, van Richtlijn (EU) 2015/1535 van het Europees Parlement en de Raad van 9 september 2015 betreffende een informatieprocedure op het gebied van technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij, werd ten aanzien van het ontwerp een uitvoerig advies door Malta gegeven. Na dit uitvoerig advies, werd het onderhavige verslag aan de Koning op grond van bovenstaande overwegingen aangepast.

Suite à la communication à la Commission européenne 2022/0332/B, le 8 mai 2022, en application de l'article 5, paragraphe 1er, de la directive 2015/1535/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, le projet a reçu un avis circonstancié de la part de Malte. Suite à cet avis circonstancié, le présent rapport au Roi a été modifié par les considérations qui précèdent.

Artikelsgewijze bespreking

Commentaires des articles

Hoofdstuk 1. – Toepassingsgebied en definities

Chapitre 1er. – Champ d'application et définitions

Artikel 1.

Article 1^{er}.

Artikel 1 bepaalt het toepassingsgebied van het koninklijk besluit. Alleen de houders van een vergunning A-, A+, B-, B+, F1-, F1+, F2- en E- vallen onder de in dit ontwerp vastgestelde voorwaarden.

L'article 1^{er} fixe le champ d'application de l'arrêté royal. Seuls sont concernés par les modalités fixées par le présent projet, les titulaires de licences A, A+, B, B+, F1, F1+, F2- et E.

De houders van een vergunning C, die de uitbating van een kansspelinrichting van klasse III of een café toestaat, mogen geen reclame maken. Volgens artikel 3 van het koninklijk besluit van 22 december 2000 betreffende de werking en het beheer van de kansspelinrichtingen klasse III, de wijze van aanvraag en de vorm van de vergunning klasse C mag immers geen reclame voor de uitgebate kansspelen worden gemaakt, noch binnen, noch buiten.

Les titulaires de licence C qui permet l'exploitation d'un établissement de jeux de hasard de classe III ou débit de boissons ne peuvent pas faire de la publicité. En effet, en vertu de l'article 3, de l'arrêté royal du 22 décembre 2000 'relatif au fonctionnement et à l'administration des établissements de jeux de hasard de classe III, aux modalités des demandes et à la forme de la licence de classe C', aucune publicité intérieure ou extérieure, relative aux jeux de hasard exploités ne peut être diffusée.

Voor de dagbladhandelaars, die houder zijn van een vergunning F2, zijn bepaalde verplichtingen inzake reclame opgenomen in het koninklijk besluit van 22 december 2010 tot vaststelling van de voorwaarden tot aanneming van weddenschappen buiten kansspelinrichtingen klasse IV, zoals gewijzigd bij het koninklijk besluit van 17 februari 2022.

Zoals vermeld in de “Handleiding voor het opstellen van wetgevende en reglementaire teksten - Beginselen van de wetgevingstechniek” van de Raad van State, *De uitdrukking “onder voorbehoud van”, evenwel geeft aan welke van beide confligerende bepalingen voorrang heeft, ongeacht of ze tot twee verschillende teksten behoren dan wel of ze in dezelfde tekst voorkomen; de bepaling waarin het voorbehoud wordt gemaakt, heeft alleen uitwerking als de bepaling waarvoor voorbehoud is gemaakt, niet van toepassing is.* Zo zijn voor de dagbladhandelaars, die houder zijn van een F2 vergunning, wanneer het voornoemde koninklijk besluit van 22 december 2010, gewijzigd bij het koninklijk besluit van 17 februari 2022, geen specifieke regels bevat, de bepalingen van dit besluit van toepassing.

Voor zover dit besluit van toepassing is op de vergunninghouders van de klassen A, A+, B, B+, F1, F1+, F2 en E. Alleen deze vergunninghouders mogen reclame maken onder de in dit besluit vastgestelde voorwaarden.

Art. 2.

Artikel 2 bevat het beginsel dat alleen de reclame die valt onder dit besluit is toegestaan. Dit betekent dat alle andere vormen van reclame voor kansspelen die niet onder dit besluit vallen, verboden zijn.

En ce qui concerne les libraires qui sont titulaires d’une licence F2, certaines obligations relatives à la publicité figurent dans l’arrêté royal du 22 décembre 2010 ‘déterminant les conditions pour l’engagement de paris en dehors des établissements de jeux de hasard de classe IV’, tel que modifié par l’arrêté royal du 17 février 2022.

Comme l’indique le « Guide de rédaction des textes législatifs et réglementaires – Principes de technique législative » du Conseil d’Etat, « la locution « sous réserve de » indique l’ordre de prééminence entre deux dispositions en conflit, soit qu’elles appartiennent à deux actes différents, soit qu’elles se situent à l’intérieur d’un même acte; la disposition qui énonce la réserve produit ses effets uniquement lorsque la disposition réservée ne trouve pas à s’appliquer. » (p. 5). Ainsi, pour les librairies titulaires d’une licence F2, lorsque l’arrêté royal 22 décembre 2010 précité, tel que modifié par l’arrêté royal du 17 février 2022, ne contient pas de règles spécifiques, ce sont les dispositions du présent arrêté qui seront d’application.

Dans la mesure où le présent arrêté s’appliquent aux titulaires de licence de classe A, A+, B, B+, F1, F1+, F2 et E pour les jeux de hasard. Seuls ces titulaires de licence peuvent faire de la publicité dans les conditions prévues par le présent arrêté.

Art. 2.

L’article 2 en projet contient le principe selon lequel seule la publicité visée par le présent arrêté est autorisée. A contrario, toutes autres formes de publicité non visées par le présent arrêté sont interdites.

Art. 3.

In dit artikel wordt een reeks begrippen gedefinieerd die in het besluit worden gebruikt.

Artikel 3, 1° definieert de kansspelwet. Het gaat hier uiteraard om de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers.

In artikel 3, 2°, verwijst de term "kansspelen" naar de definitie in artikel 2, 1° van de kansspelwet, namelijk *"elk spel, waarbij een ingebrachte inzet van om het even welke aard, hetzij het verlies van deze inzet door minstens één der spelers, hetzij een winst van om het even welke aard voor minstens één der spelers, of inrichters van het spel tot gevolg heeft en waarbij het toeval een zelfs bijkomstig element is in het spelverloop, de aanduiding van de winnaar of de bepaling van de winstgrootte"*. Er dient aan herinnerd te worden dat deze definitie eveneens de weddenschappen bedoeld in artikel 2, 5°, van de kansspelwet omvat. Inderdaad, een weddenschap wordt gedefinieerd als een *"kansspel waarbij elke speler een inzet inbrengt en waarbij winst of verlies wordt opgeleverd die niet afhangt van een daad gesteld door de speler, maar van de verwezenlijking van een onzekere gebeurtenis die zich voordoet zonder tussenkomst van de spelers"*.

Artikel 3, 3° definieert de term "reclame". Deze definitie is gebaseerd op artikel 7, §2bis, 1°, alinea 2, van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, laatstelijk gewijzigd bij de wet van 15 maart 2020.

Voor de toepassing van dit besluit worden sponsoring en het aanbrengen van de

Art. 3.

Cet article définit une série de notions utilisées dans l'arrêté.

L'article 3, 1°, définit la loi sur les jeux de hasard. Il s'agit bien entendu, de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection du joueur.

Dans l'article 3, 2°, le terme « jeux de hasard » renvoie à la définition de l'article 2, 1°, de la loi sur les jeux de hasard, à savoir *« tout jeu pour lequel un enjeu de nature quelconque est engagé, ayant pour conséquence soit la perte de l'enjeu par au moins un des joueurs, soit le gain de quelque nature qu'il soit, au profit d'au moins un des joueurs, ou organisateurs du jeu et pour lequel le hasard est un élément, même accessoire, pour le déroulement du jeu, la détermination du vainqueur ou la fixation du gain; »*. Il faut rappeler que sont inclus dans cette définition, les paris visés à l'article 2, 5°, de la loi sur les jeux de hasard. En effet, un pari est défini comme étant un *« jeu de hasard dans lequel chaque joueur mise un montant et qui produit un gain ou une perte qui ne dépend pas d'un acte posé par le joueur mais de la vérification d'un fait incertain qui survient sans l'intervention des joueurs »*.

L'article 3, 3°, définit le terme « publicité ». Il s'inspire de l'article 7, §2bis, 1°, alinéa 2, de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits, modifiée en dernier lieu par la loi du 15 mars 2020.

Pour l'application du présent arrêté, le parrainage et l'apposition de la marque du

merknaam of het logo of de twee als reclame beschouwd.

logo ou des deux sont assimilés à la publicité.

Hierbij dient gewezen te worden dat het overeenkomstig artikel 60, lid 2 van de kansspelwet aan casino's (vergunninghouders A) is toegelaten om aan hun cliënteel verplaatsingen, maaltijden, dranken of geschenken kosteloos of onder marktprijs van vergelijkbare goederen en diensten aan te bieden, tot een maximumbedrag van 400 euro per twee maanden en per speler.

Il faut noter que les casinos (licences A) peuvent continuer à proposer à leurs clients des déplacements, des repas, des boissons ou des présents à titre gratuit ou à des prix inférieurs au prix du marché de biens et de services comparables, jusqu'à un montant maximum de 400 euros par deux mois et par joueur, en application de l'article 60, alinéa 2, de la loi sur les jeux de hasard.

Volgens artikel 3, 4°, wordt onder sponsoring verstaan de ondersteuning van professionele sportclubs en sportevenementen door het verstrekken van financiële middelen of andere vormen van steun om aan zichtbaarheid te winnen. Er dient op gewezen te worden dat de merknaam of logo van de vergunninghouder niet in de naam van de sportclub of het sportevenement gebruikt mag worden.

En application de l'article 3, 4°, on entend par le parrainage le soutien des clubs sportifs professionnels et des événements sportifs en leur apportant des ressources financières ou d'autres formes de soutien afin de gagner plus de visibilité. A noter que la marque ou le logo du titulaire de licence ne peut pas être utilisé dans le nom du club sportif ou de l'évènement sportif.

Artikel 3, 5°, definieert wat onder "merknaam" moet worden verstaan. Deze definitie is geïnspireerd op artikel 3, 8°, van het koninklijk besluit van 13 april 2019 betreffende de gestandaardiseerde verpakking van sigaretten, roltabak en waterpijptabak.

L'article 3, 5°, définit ce qu'il faut entendre par « marque ». Cette définition s'inspire de l'article 3, 8°, de l'arrêté royal du 13 avril 2019 relatif au paquet standardisé des cigarettes, du tabac à rouler et du tabac à pipe à eau.

Artikel 3, 6° definieert de term "logo" als *"een beeldelement of semi-figuratief element waarmee onderscheid kan worden gemaakt tussen de vergunninghouders bedoeld in artikel 1"*. Een beeldelement bestaat uit grafische elementen: er zijn geen verbale elementen in een beeldelement. Een semi-figuratief element bestaat uit twee soorten elementen: een verbaal element en een beeldelement.

L'article 3, 6° définit le terme « logo » comme étant *« l'élément figuratif ou semi-figuratif permettant de distinguer les titulaires de licences visés à l'article 1^{er} »*. Un élément figuratif est constitué d'éléments graphiques : on ne trouve aucun élément verbal dans un élément figuratif. Un élément semi-figuratif comprend deux types d'éléments : un élément verbal et un élément figuratif.

Hoofdstuk 2. – Toegestane vormen van reclame

Dit hoofdstuk vermeldt de vormen van reclame die zijn toegestaan. Zoals hierboven reeds is vermeld, zijn vormen van reclame die niet in dit besluit zijn opgenomen, verboden.

Art. 4.

Artikel 4 heeft betrekking op reclame die algemeen bekend staat als "business to business". Het gaat hier om reclameboodschappen die bedoeld zijn om tussen bedrijven te communiceren. De reclame voor kansspelen is dus uitsluitend gericht op personen die in de kansspelsector werkzaam zijn. Er dient op gewezen te worden dat deze vorm van reclame, in tegenstelling tot de traditionele reclame, minder zichtbaar is voor het grote publiek.

Art. 5.

Dit artikel staat incidentele reclame toe voor kansspelen in het kader van verslaggeving van sportwedstrijden. Deze toestemming betreft verslaggeving van de georganiseerde sportwedstrijden, waarbij incidenteel reclame voor kansspelen wordt gemaakt. Incidentele reclame voor kansspelen is ook toegestaan in het kader van evenementen. Het kan bijvoorbeeld gaan over evenementen in het buitenland waar sponsoring is toegestaan.

Een soortgelijke toestemming bestaat voor tabaksreclame (artikel 7n §2bis, 2°, 2^{de} streepje van de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten.)

Het is duidelijk dat deze toestemming voor incidentele reclame geen systematische

Chapitre 2. – Formes de publicité autorisée

Ce chapitre énumère les formes de publicité qui sont autorisées. Comme déjà indiqué plus haut, les formes de publicité non reprises dans le présent arrêté sont interdites.

Art. 4.

L'article 4 vise la publicité communément appelée « business to business ». Il s'agit des messages publicitaires destinés à communiquer entre les entreprises et donc, la publicité pour des jeux de hasard qui s'adresse exclusivement aux personnes travaillant dans le secteur des jeux de hasard. Il faut préciser que contrairement à la publicité classique, cette forme de publicité est moins visible au grand public.

Art. 5.

Cet article autorise la publicité fortuite pour les jeux de hasard dans le cadre de reportages de compétitions sportives. Cette autorisation concerne le reportage de compétitions sportives au cours desquels apparaît incidemment une publicité pour des jeux de hasard. La publicité fortuite pour les jeux de hasard est également autorisée dans le cadre d'événements. Il peut s'agir par exemple d'événements à l'étranger où le parrainage est autorisé.

Une autorisation similaire existe en matière de publicité pour le tabac (article 7, §2bis, 2°, 2^e tiret, de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits).

Il est évident que cette autorisation pour la publicité fortuite ne doit pas devenir une

praktijk mag worden die door de vergunninghouders zou worden gebruikt om het verbod op reclame in andere vormen te omzeilen.

Art. 6.

Betreffende de "sportsponsoring" mogen de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders dit soort reclame uitsluitend maken voor zichzelf door middel van hun merknaam of hun logo of de twee aan te brengen. Het is ook beperkt tot twee elementen:

1° de merknaam of logo of de twee mag worden aangebracht op de sportkleding van spelers of sportploegen van professionele clubs op voorwaarde dat deze clubs niet gericht zijn op minderjarige spelers of andere kwetsbare groepen.

Met professionele sportclubs wordt bedoeld de sportclub waar op professionele wijze sport wordt beoefend met betaalde spelers en waarvan het team is samengesteld uit professionele of beroepssporters.

2° ongeacht het gebruikte medium en voor alle betrokken vergunninghouders, op de plaats waar de professionele sport wordt beoefend en waarvan de totale oppervlakte van de reclameboodschappen voor kansspelen niet meer dan 20% van de totale oppervlakte van alle reclameboodschappen in beslag mag nemen, en niet meer dan 70 m².

Zo mag reclame ongeacht het medium, bijvoorbeeld digitale panelen of schermen aan de rand van een voetbalveld, vlaggen, papieren affiches, enz., niet meer dan 20% van de totale oppervlakte van alle reclameboodschappen in beslag nemen en niet meer dan 70 m². Deze beperking geldt voor alle vergunninghouders die op de plaats reclame maken. Zij zullen derhalve de

pratique systématique qui serait utilisée par les opérateurs pour contourner l'interdiction de faire de la publicité sous d'autres formes.

Art. 6.

En matière de « sponsoring sportif », les titulaires de licence visés à l'article 1^{er}, peuvent faire ce type de publicité uniquement pour eux-mêmes au moyen de leur marque ou de leur logo ou des deux. Elle est également limitée à deux éléments:

1° la marque ou le logo, ou les deux, peut être placée sur les vêtements de sport de joueurs ou d'équipes sportives des clubs professionnels à condition que ces clubs ne ciblent pas les joueurs mineurs ou d'autres groupes vulnérables.

Les clubs sportifs professionnels sont des clubs sportifs où le sport est pratiqué de manière professionnelle avec des joueurs rémunérés et où l'équipe est composée de professionnels ou d'athlètes professionnels.

2° quel que soit le support utilisé, et pour l'ensemble titulaires de licences concernés, à l'endroit où est pratiqué le sport professionnel, les publicités pour les jeux de hasard ne peuvent pas dépasser 20 % de la surface totale de toutes les publicités, et pas plus de 70 m².

Ainsi, les publicités, tout support confondu, que ce soit par exemple, les panneaux ou écrans numériques au bord d'un terrain de football, les drapeaux, les affiches papiers, etc. ne peuvent pas dépasser 20% de la surface totale de toutes les publicités, et pas plus de 70 m². Cette limitation concerne l'ensemble des titulaires de licences qui feraient de la publicité dans ce lieu. Ils

advertentieruimte onder elkaar moeten verdelen.

devront donc se répartir la surface de publicité.

Ten slotte, is het uitzenden van sponsorboodschappen toegestaan bij internationale of Europese sporttoernooien en bij sporttoernooien voor de Belgische markt.

En outre, la diffusion de messages de parrainage est autorisée lors de tournois sportifs internationaux ou européens et lors de tournois sportifs pour le marché belge.

Een sponsorboodschap mag uitsluitend gebruik maken van de merknaam of het logo of de twee.

Un message de parrainage ne peut utiliser que le nom de la marque ou le logo ou les deux.

De uitzending van sponsorboodschappen moet echter aan verschillende voorwaarden voldoen:

La diffusion des messages de parrainages doit toutefois répondre à plusieurs conditions :

- De uitgezonden sponsorboodschappen duren maximaal 5 seconden, ongeacht het aantal vergunninghouders;
- Per uur zijn maximaal 2 sponsorboodschappen toegestaan;
- De uitzending van sponsorboodschappen is enkel toegestaan tijdens de periode van 15 minuten vóór het begin en de periode van 15 minuten na het einde van de rechtstreekse uitzending van een sportwedstrijd.

- Les messages de parrainage diffusés durent au maximum 5 secondes, quel que soit le nombre de titulaires de licences ;
- un maximum de 2 messages de parrainage par heure est autorisé ;
- la diffusion des messages de parrainage n'est autorisée que pendant la période de 15 minutes avant le début et la période de 15 minutes après la fin de la transmission en direct d'une compétition sportive.

Met de rechtstreekse verslaggeving van sportwedstrijden wordt de periode bedoeld vanaf het effectieve begin van de desbetreffende live sportwedstrijd tot het effectieve einde van de desbetreffende sportwedstrijd. Het gaat bijvoorbeeld om de 90 minuten van een voetbalmatch of de volledige duur van een tennismatch.

Le reportage en direct de compétitions sportives vise le commencement effectif de la compétition sportive en question diffusée en direct jusqu'à la fin effective de cette compétition sportive. Il s'agit par exemple, des 90 minutes d'un match de football ou toute la durée d'un match de tennis.

Er zij op gewezen dat de omroepmedia waarop dit artikel betrekking heeft, radio, televisie of platforms voor het delen van video's zijn.

A noter que les supports de diffusion visés par le présent article sont la radio, la télévision ou les plateformes de partage de vidéo.

Sponsorboodschappen worden niet toegestaan in de geschreven pers. Een

Les messages de parrainage ne sont pas autorisés dans la presse écrite. En effet, un

sponsorboodschap van 5 seconden is inderdaad heel vluchtig, terwijl een sponsorboodschap in de krant voor lange tijd zichtbaar blijft, en de spelers dus langer kan aanzetten tot spelen, en meer zichtbaarheid geeft aan gokken.

Art. 7.

Dit artikel is enkel van toepassing op de vergunninghouders die een fysieke kansspelinrichting hebben, meer bepaald de vergunninghouders A, B, F1 en F2. Deze laatste mogen reclame maken door middel van het aanbrengen van hun merknaam of hun logo of de twee aan de voorgevel van hun kansspelinrichting. De aangebrachte reclame mag maximaal 30% van de totale oppervlakte van de voorgevel in beslag nemen en niet meer dan 20m².

Overeenkomstig artikel 1 van dit besluit moet de dagbladhandelaar, die houder is van een vergunning F2, voldoen aan de verplichting vervat in artikel 4, tweede lid, 6°, van voormeld koninklijk besluit van 22 december 2010, zoals gewijzigd bij het koninklijk besluit van 17 februari 2022, namelijk: *“de aangebrachte reclame, zowel langs de straatzijde als in de winkelruimte zelf, voor maximaal 1/5e op de aanneming van weddenschappen is gericht en in totaal niet meer dan 3 m2 in beslag neemt;”*.

Er moet rekening gehouden worden met de gemeentelijke en gewestelijke verordeningen. De aangebrachte reclame mag niet in strijd zijn met deze verordeningen.

Art. 8.

In de fysieke kansspelinrichting mogen de vergunninghouders A-, B-, F1- en F2- reclame maken voor de kansspelproducten die zij er aanbieden. Alle soorten media kunnen voor deze vorm van reclame worden

message de parrainage de 5 secondes est très éphémère, alors qu'un message de parrainage dans le journal reste visible plus longtemps, et peut donc inciter les joueurs à jouer plus longtemps, et donne plus de visibilité aux jeux d'argent.

Art. 7.

Cet article s'applique uniquement aux titulaires de jeux de hasard qui ont un établissement, à savoir les titulaires d'une licence A, B, F1, et F2. Ces derniers peuvent faire de la publicité au moyen de leur marque, de leur logo, ou des deux, sur une seule façade de leur établissement de jeux de hasard. La surface de publicité est limitée à maximum 30% de la surface totale de la façade et pas plus de 20m².

En application de l'article 1^{er} du présent arrêté, les librairies titulaires d'une licence F2 sont tenus de respecter l'obligation contenue à l'article 4, alinéa 2, 6°, de l'arrêté royal du 22 décembre 2010 précité, tel que modifié par l'arrêté royal du 17 février 2022, à savoir *« la publicité placée, tant du côté rue que dans l'espace commercial même, n'est axée sur l'engagement de paris que pour maximum 1/5e et n'occupe pas plus de 3m² au total; »*.

Les réglementations communales et régionales doivent être prises en compte. La publicité affichée ne peut pas être en contradiction avec ces réglementations.

Art. 8.

A l'intérieur d'un établissement de jeux de hasard, les titulaires d'une licence A, B, F1 et F2 peuvent faire de la publicité pour les jeux de hasard qu'ils y proposent. Tous les types de support peuvent être utilisés pour ce

gebruikt. Voor de bescherming van de spelers is het niet toegestaan om reclame te maken voor kansspelen van een andere aard en waaraan een ander risico verbonden is, dat wil zeggen, voor kansspelen die onder een andere vergunning vallen.

Deze toegestane reclame is beperkt tot de lokalen van de kansspelinrichting. Indien de kansspelinrichting zich bijvoorbeeld bevindt in een groter complex waarin andere evenementen plaatsvinden of waarin zich andere soorten inrichtingen of bedrijven bevinden, kan de reclame dus niet op deze andere plaatsen worden gemaakt.

Art. 9.

De uitzending van reclame door productplaatsing voor in het buitenland opgenomen televisieprogramma's is eveneens toegestaan, tenzij deze programma's specifiek voor de Belgische markt bestemd zijn. De definitie van "productplaatsing" vloeit voort uit de Europese richtlijn 2018/1808 inzake audiovisuele mediadiensten.

De plaats waar de vergunninghouder of de mediadienstverlener is gevestigd, is niet relevant. Het aanknopingspunt is de markt waartoe het programma is gericht, en dan met name de Belgische markt. Merk wel op dat een kansspeloperator zonder Belgische vergunning op geen enkele wijze reclame mag maken gericht op de Belgische markt, ingevolge artikel 4, §2, van de Kansspelwet.

Dit artikel is in overeenstemming met de rechtspraak van het Hof van Justitie van de Europese unie (arrest van 5 oktober 1994 in zaak C-23/93, TV10). Het uitvoeren van productplaatsing in het buitenland, louter om zich te onttrekken aan de uit de nationale wetgeving voortvloeiende

type de publicité. Pour la protection des joueurs, il n'est pas autorisé de faire de la publicité pour des jeux de hasard de nature différente et comportant un risque différent, c'est-à-dire des jeux de hasard qui sont soumis à une autre licence.

A noter que cette autorisation est limitée aux locaux de l'établissement de jeux de hasard. Ainsi, si l'établissement de jeux de hasard se trouve par exemple dans un complexe plus étendu dans lequel a lieu d'autres événements ou se trouve d'autres types d'établissements ou commerces, la publicité ne peut pas être faite dans ces autres lieux.

Art. 9.

La diffusion de la publicité par placement de produit pour des programmes télévisés enregistrés à l'étranger est également autorisée sauf si ces programmes sont spécifiquement destinés au marché belge. La définition de « placement de produit » résulte de la Directive européenne 2018/1808 sur les services des médias audiovisuels.

La localisation du titulaire de la licence ou du fournisseur de services de médias est sans importance. Le point de départ est le marché auquel le programme s'adresse, en particulier le marché belge. Il faut noter qu'un opérateur de jeux de hasard sans licence belge n'est pas autorisé à faire de la publicité sur le marché belge, conformément à l'article 4, § 2, de la loi sur les jeux de hasards.

Cet article est conforme à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (arrêt du 5 octobre 1994 dans l'affaire C-23/93, TV10). Effectuer du placement de produits à l'étranger dans le seul but d'échapper aux obligations et aux restrictions imposées par la législation

verplichtingen en beperkingen ter bescherming van de speler, moet onder de Belgische regels sanctioneerbaar zijn.

Net als bij incidentele reclame kan reclame door productplaatsing niet systematisch worden gebruikt om het verbod op reclame in andere vormen te omzeilen.

Art. 10.

Om naambekendheid te verwerven en om de legale vergunninghouders te kunnen onderscheiden van de illegale vergunninghouders, is het de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders toegestaan om online door middel van een advertentieprogramma reclame te maken. Dit betekent dat de vergunninghouder reclame kan maken op een pagina met zoekresultaten, waarbij de advertentie als zoekresultaat kan worden beschouwd omdat de advertentie tegen betaling bovenaan de pagina wordt geplaatst.

Behoudens de toegestane reclame in artikel 11 en 12, is elke andere vorm van online reclame voor kansspelen verboden.

Dit artikel beoogt een einde te maken aan de alomtegenwoordigheid van de online reclame voor kansspelen. Deze maatregel zorgt ervoor dat enkel de personen die actief op zoek gaan naar informatie over kansspelen, geconfronteerd worden met reclame voor die kansspelen. Deze vorm van adverteren is dus alleen mogelijk wanneer kansspel gerelateerde zoektermen worden gebruikt. Dit moet ook een betere bescherming van de minderjarigen en kwetsbare groepen garanderen.

nationale pour protéger le joueur devrait être sanctionné par la réglementation belge.

Tout comme pour la publicité fortuite, la publicité par placement de produit ne peut pas être utilisée de façon systématique pour contourner l'interdiction de faire de la publicité sous d'autres formes.

Art. 10.

Afin d'obtenir une reconnaissance du nom et de pouvoir distinguer les titulaires de licence légaux des titulaires de licence illégaux, il est autorisé aux titulaires des licences visés à l'article 1^{er} de faire de la publicité via un programme publicitaire par lequel le titulaire de la licence peut faire de la publicité sur une page de résultats de recherche et dans lequel la publicité peut être considérée comme un résultat de recherche parce que la publicité est placée en haut de la page contre paiement.

A l'exception de la publicité autorisée aux articles 11 et 12, toute autre forme de publicité pour les jeux de hasard en ligne est interdite.

Cet article vise à mettre un terme à l'omniprésence des messages publicitaires online pour les jeux de hasard. Cette mesure garantit que seules les personnes qui recherchent activement des informations sur les jeux de hasard sont confrontées à des publicités sur ces jeux. Ainsi, cette forme de publicité n'est possible que lorsque des termes de recherche liés aux jeux d'argent sont utilisés. Cela devrait également assurer une meilleure protection des mineurs et des groupes vulnérables.

Art. 11.

Het is de vergunninghouder toegestaan om op de eigen website reclame te maken. Het doel van dergelijke reclame is naambekendheid te geven aan de gokactiviteiten van de vergunninghouder en om spelers te informeren over de kansspelproducten die zij aanbieden. Ook hier is het niet toegestaan om reclame te maken voor kansspelen van een andere aard en waaraan een ander risico verbonden is, dat wil zeggen, voor kansspelen die onder een andere vergunning vallen.

Er moet echter aan drie voorwaarden worden voldaan:

- Geen enkele interactie op de website mag worden toegestaan: de pagina delen, reageren, enz.
- De vergunninghouder mag aan een derde geen tegenprestatie aanbieden om voor hem reclame te maken. Hiermee wordt elke vorm van tegenprestatie bedoeld: geld, geschenken, voordelen van welke aard ook, enz.
- De duur van de reclame met bewegende beelden niet meer dan 5 seconden bedraagt. Dit naar analogie met de duur van de sponsorboodschappen.

Bovendien is het niet toegestaan reacties op reclameboodschappen op het internet uit te lokken door geschenken of andere voordelen aan te bieden.

Dit artikel beoogt eveneens een einde te maken aan de alomtegenwoordigheid van de online reclame voor kansspelen, ten einde de spelers en minderjarigen beter te beschermen.

Art. 11.

Le titulaire de la licence est autorisé à faire de la publicité sur son propre site web. Le but de cette publicité est de faire connaître les activités de jeu du titulaire de la licence et d'informer les joueurs des produits de jeu qu'il propose. Là encore, il n'est pas permis de faire de la publicité pour des jeux de hasard d'une autre nature et auxquels est attaché un autre risque, c'est-à-dire des jeux de hasard qui relèvent d'une autre licence.

Trois conditions sont toutefois à respecter :

- Aucune interaction sur le site internet n'est autorisée : partager la page, réagir, etc.
- Aucune contrepartie ne peut être offerte à un tiers par le titulaire de licence pour que ce tiers fasse de la publicité pour lui. Toute contrepartie est visée : argent, cadeaux, avantages quelconques, etc.
- La durée de la publicité qui utilise des images en mouvement est limitée à 5 secondes. Ceci est analogue à la durée des messages de parrainage.

En outre, il n'est pas autorisé d'inciter à réagir aux messages publicitaires sur Internet en offrant des cadeaux ou d'autres avantages.

Cet article vise à mettre un terme à l'omniprésence des messages publicitaires online pour les jeux de hasard, afin de mieux protéger les joueurs et les mineurs.

Art. 12.

De vergunninghouders mogen reclame maken op het internet via hun eigen accounts op platforms voor het online delen van inhoud (sociale media). Dergelijke reclame mag alleen betrekking hebben op de kansspelproducten die door de vergunninghouder worden aangeboden.

Ook hier zijn er drie voorwaarden te respecteren:

- Geen enkele interactie op het platform (sociale media) mag worden toegestaan: de pagina delen, reageren, enz.
- De vergunninghouder mag aan een derde geen tegenprestatie aanbieden om voor hem reclame te maken. Hiermee wordt elke vorm van tegenprestatie bedoeld: geld, geschenken, voordelen van welke aard ook, enz.
- De duur van de reclame met bewegende beelden niet meer dan 5 seconden bedraagt. Dit naar analogie met de duur van de sponsorboodschappen.

Het is niet toegestaan om reacties op reclameboodschappen op sociale media aan te moedigen door cadeaus of andere voordelen aan te bieden.

Hoofdstuk 3 – Algemene beperkingen op de toegestane reclame

Dit hoofdstuk bevat een reeks principes die van toepassing zijn op alle vormen van reclame die krachtens dit besluit zijn toegestaan.

Art. 12.

Les titulaires de licence peuvent faire de la publicité sur internet sur les propres comptes qu'ils détiennent sur des plateformes de partage de contenu en ligne (les médias sociaux). Cette publicité peut uniquement concerner les produits de jeux de hasard proposés par le titulaire de licence.

Ici aussi trois conditions sont à respecter :

- Aucune interaction sur la plateforme (médias sociaux) n'est autorisée : partager la page, réagir, « liker », etc.
- Aucune contrepartie ne peut être offerte à un tiers par le titulaire de licence pour que ce tiers fasse de la publicité pour lui. Toute contrepartie est visée : argent, cadeaux, avantages quelconques, etc.
- La durée de la publicité qui utilise des images en mouvement est limitée à 5 secondes. Ceci est analogue à la durée des messages de parrainage.

Il n'est pas autorisé d'inciter à réagir aux messages publicitaires sur les médias sociaux en offrant des cadeaux ou d'autres avantages.

Chapitre 3. – Dispositions générales sur la publicité autorisée

Ce chapitre contient une série de principes applicables à l'ensemble de la publicité autorisée par le présent arrêté.

Art. 13.

Dit artikel bevat een fundamenteel principe: reclame mag alleen betrekking hebben op kansspelen die wettelijk zijn toegestaan. Reclame voor illegale kansspelen is dus niet toegestaan.

Art. 14.

Een vergunninghouder die reclame mag maken, mag dat alleen voor zichzelf doen. Hij mag dus geen reclame maken voor een andere vergunninghouder of voor kansspelen die onder een andere vergunning vallen.

Art. 15.

Reclame mag niet specifiek gericht zijn op sociaal kwetsbare groepen. In de context van dit besluit betekent dit :

- personen die niet voldoen aan de minimumleeftijdseisen voor deelname aan kansspelen krachtens artikel 54 van de kansspelwet;
- alle andere personen bedoeld in artikel 54 van de kansspelwet;
- personen die de kenmerken vertonen van risicovol gokgedrag. Om dit te beoordelen, moet rekening worden gehouden met de inhoud, het medium, de plaats, het tijdstip van de dag, het aantal gespeelde uren, de bedragen, de frequentie van spelen, de doelgroep van de reclame, enz.

Art. 16.

Reclame mag niet worden gepersonaliseerd.

Art. 13.

Cet article contient un principe fondamental : la publicité ne peut porter que sur des jeux de hasard qui sont autorisés par loi. Ainsi, la publicité pour des jeux de hasard illégaux n'est pas permise.

Art. 14.

Un titulaire de licence qui est autorisé à faire de la publicité ne peut le faire que pour lui-même. Par conséquent, il ne peut pas faire de la publicité pour un autre titulaire de licence ou pour des jeux de hasard qui relèvent d'une autre licence.

Art. 15.

La publicité ne peut pas spécifiquement s'adresser à des groupes socialement vulnérables. Dans le cadre du présent arrêté, il s'agit :

- des personnes qui ne remplissent pas les conditions d'âge minimum prévu par l'article 54 de la loi sur les jeux de hasard pour participer aux jeux de hasard ou paris ;
- de toutes les autres personnes visées par l'article 54 de la loi sur les jeux de hasard ;
- les personnes qui présentent les caractéristiques d'un comportement de jeu à risque. Pour l'évaluer, il faut tenir compte du contenu, du support utilisé, du lieu, de l'heure, du nombre d'heure jouée, les montants, la fréquence de jeu, du groupe cible du message publicitaire, etc.

Art. 16.

La publicité ne peut pas être personnalisée.

Dit betekent dat elke vorm van persoonlijke communicatie, zoals mailing, briefwisseling, enz. niet zijn toegestaan.

Cela signifie que toute forme de communication personnelle, telle que le mailing, la correspondance, etc. n'est pas autorisée.

Dit betekent eveneens dat reclame niet gericht mag zijn op een specifieke doelgroep.

Cela signifie également que la publicité ne peut pas être destinée à un groupe cible spécifique.

Art. 17.

Art. 17.

Reclame mag geen natuurlijke personen of fictieve personages afbeelden. Het gebruik van bekende persoonlijkheden, zoals sporters, acteurs of influencers, brengt immers een zeker positief beeld van gokken naar voren, terwijl het een sector is die niet zonder gevaar is voor de volksgezondheid en voor mensen met een gokverslaving en minderjarigen in het bijzonder. Zoals reeds vermeld, beïnvloedt reclame het gokgedrag en zet het spelers ertoe aan intensiever te gokken, en het gebruik van beroemdheden versterkt deze invloed. Bovendien versterkt het gebruik van bekende personen de normalisering van het gokken.

La publicité ne peut pas représenter de personnes physiques ou des personnages fictifs. En effet, le fait d'avoir recours à des personnalités connues, comme des sportifs, des acteurs ou influenceurs par exemple, véhicule une certaine image positive des jeux de hasard alors qu'il s'agit d'un secteur qui n'est pas sans danger pour la santé publique et pour les personnes présentant une dépendance au jeu et les mineurs en particulier. Comme déjà précisé, la publicité influence le comportement de jeu et incite les joueurs à jouer plus intensément et le recours à des personnes célèbres accentue cette influence. En outre, l'utilisation de personnalités connues accroît la normalisation des jeux d'argent.

Om dezelfde redenen als hierboven, mogen geen stemmen worden gebruikt van bekende natuurlijke personen of bekende fictieve personages, zoals sportmannen of -vrouwen, beroemde persoonlijkheden, stripfiguren, enz. Er zij op gewezen dat het imiteren van een beroemde stem eveneens verboden is.

Pour les mêmes raisons que celles évoquées ci-avant, les voix utilisées ne peuvent pas être celles de personnes physiques célèbres ou des personnages fictifs célèbres, tels que des sportifs ou personnalités connues, des personnages de dessins animé, etc. A noter que toute imitation d'une voix célèbre est également interdite.

Er wordt echter een uitzondering gemaakt voor logo's die reeds bestaan op het ogenblik van de bekendmaking van dit besluit. Kansspeloperatoren hoeven bijgevolg hun logo niet te wijzigen als het een natuurlijke persoon of een fictief personage voorstelt.

Une exception est toutefois prévue pour les logos déjà existants au moment de la publication du présent arrêté. En effet, il ne sera pas demandé aux opérateurs de changer leur logo si celui-ci représente une personne physique ou un personnage fictif.

Art. 18.

Voor zover reclame voor kansspelen toegestaan is, moeten de vergunninghouders zich houden aan een aantal ethische regels betreffende de inhoud van deze reclame. Dit artikel is voornamelijk geïnspireerd op de inhoud van artikel 2 van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 "betreffende de nadere regels voor de werking van kansspelen en weddenschappen die worden geëxploiteerd door middel van instrumenten van de informatiemaatschappij", waarvan de bepalingen inzake reclame door dit besluit worden opgeheven, en op de Europese richtlijnen inzake gokreclame.

Art. 19.

De reclame voor kansspelen moet steeds de minimumleeftijd voor deelneming vermelden.

De minister van Justitie bepaalt de wijze waarop aan deze leeftijdsaanduiding moet worden voldaan. Dit omvat het lettertype, de grootte, de kleur van het bericht, enz.

Daartoe vraagt hij advies aan de Hoge Gezondheidsraad.

Art. 20.

Elke reclame voor kansspelen moet een preventieve boodschap bevatten.

De minister van Justitie bepaalt de voorwaarden waaraan deze preventieve boodschap moet voldoen. Het kan bijvoorbeeld gaan om de verplichting een hulplijn voor kansspelen aan te bieden, de grootte en de kleur van het lettertype van het bericht, enz.

Art. 18.

Dans la mesure où la publicité pour les jeux de hasard est possible, les titulaires d'une licence sont tenus de respecter un certain nombre de règles déontologiques portant sur le contenu de cette publicité. Cet article s'inspire principalement du contenu de l'article 2 de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 'relatif aux modalités d'exploitation des jeux de hasard et des paris exploités au moyen des instruments de la société de l'information', dont les dispositions concernant la publicité sont abrogées par le présent arrêté, et sur les directives européennes relatives à la publicité pour les jeux de hasard.

Art. 19.

La publicité pour les jeux de hasard doit toujours comporter une indication de l'âge minimum requis pour y participer.

Le Ministre de la Justice détermine les modalités auxquelles cette indication de l'âge doit se conformer. Il s'agit ici de déterminer la police de caractère, la taille, la couleur du message, etc.

Pour ce faire, il demande un avis au Conseil supérieur de la santé.

Art. 20.

Chaque message publicitaire pour des jeux de hasard doit comporter un message de prévention.

Le Ministre de la Justice détermine les modalités auxquelles ce message préventif doit se conformer. Il peut s'agir par exemple d'exiger la mention d'une ligne d'assistance sur les jeux de hasard, la taille, la couleur de la police de caractère du message, etc.

Daartoe vraagt hij advies aan de Hoge Gezondheidsraad.

Pour ce faire, il demande un avis au Conseil supérieur de la santé.

Hoofdstuk 4 – Strafbepaling

Chapitre 4 – Disposition pénale

Art. 21.

Art. 21.

Dit artikel stelt de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders strafrechtelijk aansprakelijk voor de niet-naleving van de bepalingen van het besluit. Naast de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders kunnen ook de persoon verantwoordelijk voor de inhoud, de eigenaar of beheerder van het zendmedium, de verantwoordelijke van de plaats van bestemming en elke andere derde die de bepalingen van dit besluit niet naleeft, aansprakelijk worden gesteld. Deze bepaling is met name van belang voor de verplichtingen in verband met het gebruik van instrumenten van de informatiemaatschappij, sociale media of audiovisuele mediadiensten, want onder deze derden vallen ook aanbieders van diensten van de informatiemaatschappij.

Cet article attribue aux titulaires de licence visés à l'article 1^{er}, la responsabilité pénale en cas de non-respect des dispositions de l'arrêté. Outre les titulaires de licence visés à l'article 1^{er}, peuvent également être tenus pour responsables, le responsable du contenu, le propriétaire ou le gestionnaire du support de transmission, le responsable du lieu de destination et tout autre tiers qui ne respecterait pas les dispositions du présent arrêté. Cette disposition est particulièrement importante pour les obligations liées à l'utilisation des instruments de la société de l'information, les médias sociaux ou les services des médias audiovisuels, car ces tiers comprennent également des prestataires de services de la société de l'information.

Dit kan worden begrepen op een vergelijkbare wijze als de algemene verbodsbepaling inzake reclame voor illegale kansspelen, zoals opgenomen in artikel 4, §2 van de Kansspelwet: "Het is eenieder verboden deel te nemen aan een kansspel, de exploitatie van een kansspel of kansspelinrichting te vergemakkelijken, reclame te maken voor een kansspel of kansspelinrichting of spelers te werven voor een kansspel of kansspelinrichting wanneer de betrokkene weet dat het gaat om de exploitatie van een kansspel of kansspelinrichting die niet is vergund in toepassing van deze wet."

Cela peut être compris de manière similaire à l'interdiction générale de la publicité pour les jeux de hasard illégaux, telle que contenue dans l'article 4, §2, de la loi sur les jeux de hasard: « Il est interdit à quiconque de participer à un jeu de hasard, de faciliter l'exploitation d'un jeu de hasard ou d'un établissement de jeu de hasard, de faire de la publicité pour un jeu de hasard ou un établissement de jeu de hasard ou de recruter des joueurs pour un jeu de hasard ou un établissement de jeu de hasard quand l'intéressé sait qu'il s'agit de l'exploitation d'un jeu de hasard ou d'un établissement de jeu de hasard non autorisé en application de la présente loi. ».

Wat betreft specifiek internet service providers (hierna: ISP), werd op basis van artikel 4, §2, van de Kansspelwet een

En ce qui concerne spécifiquement les fournisseurs de services Internet (ci-après : ISP), un protocole a été conclu sur la base de

protocol afgesloten tussen de ISP en de Kansspelcommissie alsook de Federale Gerechtelijke Politie. De ISP worden dus niet geacht zomaar weet te hebben van welke websites illegaal zijn, maar worden hiervan op de hoogte gebracht via het mechanisme uitwerkt in dit protocol. Op basis van de verkregen informatie blokkeren de ISP illegale kansspelwebsites voor Belgische ingezetenen, teneinde hun aansprakelijkheid onder artikel 4, §2 van de Kansspelwet te vrijwaren.

l'article 4, §2, de la loi sur les jeux de hasard, entre le ISP et la Commission des jeux de hasard ainsi que la police judiciaire fédérale. Les fournisseurs d'accès à Internet ne sont donc pas seulement censés savoir quels sites sont illégaux, mais ils en sont informés par le biais du mécanisme élaboré dans ce protocole. Sur la base des informations obtenues, les fournisseurs d'accès bloquent les sites de jeux de hasard illégaux pour les résidents belges afin de préserver leur responsabilité au titre de l'article 4, § 2, de la loi sur les jeux de hasard.

De bepalingen van het koninklijke besluit in kwestie moeten, net zoals de Kansspelwet zelf, worden gelezen in overeenstemming met de e-commerce richtlijn. Voor zover als nodig, zal desgevallend de nodige verdere informatie worden uitgewerkt om eventuele verplichtingen ten aanzien van conduit, "caching" of hosting providers te concretiseren. Het is echter van belang dat deze laatsten niet zomaar alle mogelijke verplichtingen kunnen ontlopen door simpelweg alle aansprakelijkheid af te wentelen op de vergunninghouders. Het artikel 21 van dit besluit houdt deze mogelijkheid open.

Les dispositions de l'arrêté royal en question, tout comme la loi sur les jeux de hasard elle-même, doivent être lues conformément à la directive sur le commerce électronique. Si nécessaire, des informations supplémentaires seront élaborées afin de concrétiser les obligations éventuelles envers les fournisseurs de transport, de « caching » ou d'hébergement. Il est toutefois important que ces derniers ne puissent pas simplement se soustraire à toutes les obligations possibles en transférant toute la responsabilité aux titulaires de licences. L'article 21 du présent arrêté garde cette possibilité ouverte.

Het koninklijke besluit viseert hierbij de personen die actief de inhoud van de reclame bepalen alsook de personen die actief de reclame concreet tot bij de consument brengen. Het is niet strafbaar, onder de bepalingen van het koninklijke besluit, om algemene instrumenten aan te bieden die vervolgens (kunnen) worden misbruikt door deze verantwoordelijken om reclame te verspreiden in strijd met de Kansspelwet of het koninklijk besluit.

L'arrêté royal vise les personnes qui déterminent activement le contenu de la publicité et les personnes qui apportent activement la publicité au consommateur. Il n'est pas punissable, en vertu des dispositions de l'arrêté royal, de proposer des instruments généraux qui sont ensuite détournés (ou potentiellement) par des responsables pour distribuer de la publicité contraire à la loi sur les jeux de hasard ou à l'arrêté royal.

Overtredingen van de bepalingen van dit besluit worden opgespoord, vastgesteld, vervolgd en bestraft overeenkomstig de bepalingen van de Kansspelwet.

Les violations des dispositions du présent arrêté sont détectées, déterminées, poursuivies et sanctionnées conformément

aux dispositions de la loi sur les jeux de hasard.

Hoofdstuk.5– Opheffingsbepalingen

Art. 22.

De sportsponsoring bedoeld in artikel 6, § 1, en de uitzending van sponsorboodschappen voor sporttoernooien voor de Belgische markt bedoeld in artikel 6, § 2, 2°, zijn toegestaan van de datum van de inwerkingtreding van dit besluit tot 31 december 2024. Na die datum zijn zij verboden.

Art. 23.

De artikelen 1 tot en met 5 en de artikelen 7 tot en met 11 van het Koninklijk besluit van 25 oktober 2018 betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten worden opgeheven. Deze artikelen bevatten regels betreffende de reclame en de algemene regels voor kansspelen en weddenschappen die via instrumenten van de informatiemaatschappij (online), alsmede de voorwaarden waaronder deze mogen worden aangeboden. Alle vergunninghouders zijn onderworpen aan de in dit besluit bedoelde voorschriften.

Hoofdstuk 6. – Overgangsmaatregelen

Art. 24.

De lopende contracten die werden afgesloten voor 10 mei 2022 kunnen evenwel onder dezelfde voorwaarden worden voortgezet tot 1 oktober 2023, mits het respecteren van de verplichting tot naleving van de artikelen 14 tot en met 21 van dit besluit. Deze artikelen betreffen de

Chapitre 5. - Dispositions abrogatoires

Art. 22.

Le sponsoring sportif visé à l'article 6, § 1er ainsi que la diffusion de message de parrainage pour les tournois sportifs pour le marché belge visés à l'article 6, § 2, 2°, sont autorisés à partir de la date d'entrée en vigueur du présent arrêté et jusqu'au 31 décembre 2024. Après cette date, ils seront interdits.

Art. 23.

Les articles 1 à 5 et les articles 7 à 11 de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 relatif aux modalités d'exploitation des jeux de hasard et des paris exploités au moyen des instruments de la société de l'information sont abrogés. Ces articles contiennent modalités relatives à la publicité et les règles générales relatives aux jeux de hasard et paris pouvant être proposés via des instruments de la société de l'information et conditions dans lesquelles ceux-ci peuvent être proposés. Tous les titulaires de licences sont soumis aux règles visées par le présent arrêté.

Chapitre 6. - Disposition transitoire

Art. 24.

Les contrats qui ont été conclus avant le 10 mai 2022 peuvent continuer aux mêmes conditions jusqu'au 1^{er} octobre 2023 mais avec l'obligation de respecter les articles 14 à 21. Ces articles concernent les principes applicables à l'ensemble de la publicité autorisée par le présent arrêté. Dans le

beginselen die van toepassing zijn op alle bij dit besluit toegestane reclame. Voor de toepassing van dit besluit worden gewijzigde of vernieuwde contracten voor 1 oktober 2023 gelijkgesteld met nieuwe contracten die moeten voldoen aan de voorwaarden en verplichtingen van dit besluit.

De datum van 10 mei 2022 stemt overeen met de dag waarop het ontwerp van dit koninklijk besluit werd meegedeeld overeenkomstig de toepassing van artikel 5, lid 1, van richtlijn 2015/1535/EU van het Europees Parlement en de Raad van 9 september 2015 betreffende een informatieprocedure op het gebied van technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij.

Zoals vermeld in de “Handleiding voor het opstellen van wetgevende en reglementaire teksten - Beginselen van de wetgevingstechniek” van de Raad van State, *“De term “onverminderd” is synoniem van “los van”. Hij betekent dat de bepaling in kwestie geen gevolgen heeft voor de gelding van een andere bepaling; beide bepalingen staan dus op hetzelfde niveau en ze kunnen tegelijk van toepassing zijn.”*

Art. 25.

Dit artikel voorziet in een overgangsmaatregel voor het geval dat de minister van Justitie op het moment van de inwerkingtreding van dit besluit de voorwaarden waaraan de in de artikelen 19 en 20 bedoelde leeftijdsindicatie en preventieve boodschap moeten voldoen, niet heeft vastgesteld.

cadre du présent arrêté, les contrats modifiés ou renouvelés avant le 1^{er} octobre 2023 sont assimilés à des nouveaux contrats qui doivent respecter les conditions et obligations du présent arrêté.

La date du 10 mai 2022 correspond au jour où le projet de cet arrêté royal a été notifié, conformément l'application de l'article 5, paragraphe 1er, de la directive 2015/1535/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information

Comme l'indique le « Guide de rédaction des textes législatifs et réglementaires – Principes de technique législative » du Conseil d'Etat, « la locution « sans préjudice de » est synonyme de « indépendamment de ». Elle signifie que la disposition énoncée est sans incidence sur l'application d'une autre disposition; les deux dispositions sont donc sur le même plan et elles peuvent s'appliquer cumulativement. ».

Art. 25.

L'article prévoit une mesure transitoire pour le cas où, au moment de l'entrée en vigueur du présent arrêté, le ministre de la Justice n'a pas déterminé les modalités auxquelles l'indication de l'âge et le message de prévention visées aux articles 19 et 20 doivent se conformer.

Hoofdstuk 7. –Slotbepaling

Art. 26.

Artikel bevat het uitvoeringsartikel.

Wij hebben de eer te zijn,

Sire,
van Uwe Majesteit,
de zeer eerbiedige
en zeer getrouwe dienaars,

De minister van Economie,

Chapitre 7. - Disposition finale

Art. 26.

L'article contient l'article d'exécution

Nous avons l'honneur d'être,

Sire,
de Votre Majesté,
les très respectueux
et très fidèles serviteurs,

Le ministre de l'Economie,

P-Y DERMAGNE

De minister van Financiën belast met de
Nationale Loterij,

Le ministre des Finances chargé de la
Loterie nationale ,

V. VAN PETEGHEM

De minister van Volksgezondheid,

Le ministre de la Santé publique,

F. VANDENBROUCKE

De minister van Justitie,

Le ministre de la Justice,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'V' followed by a horizontal line and a diagonal stroke.

V. VAN QUICKENBORNE

De minister van Binnenlandse Zaken,

La ministre de l'Intérieur,

A. VERLINDEN