

# MONITEUR BELGE

# BELGISCH STAATSBLAD

Publication conforme aux articles 472 à 478 de la loi-programme du 24 décembre 2002, modifiés par les articles 4 à 8 de la loi portant des dispositions diverses du 20 juillet 2005 et les articles 117 et 118 de la loi du 5 mai 2019.

Le *Moniteur belge* peut être consulté à l'adresse :  
**www.moniteur.be**

Direction du Moniteur belge, chaussée d'Anvers 53,  
1000 Bruxelles - Directeur : Wilfried Verrezen

**Numéro tél. gratuit : 0800-98 809**  
193e ANNEE



N. 74

Publicatie overeenkomstig artikelen 472 tot 478 van de programmawet van 24 december 2002, gewijzigd door de artikelen 4 tot en met 8 van de wet houdende diverse bepalingen van 20 juli 2005 en artikelen 117 en 118 van de wet van 5 mei 2019.

Dit *Belgisch Staatsblad* kan geconsulteerd worden op :  
**www.staatsblad.be**

Bestuur van het Belgisch Staatsblad, Antwerpsesteenweg 53, 1000 Brussel - Directeur : Wilfried Verrezen

**Gratis tel. nummer : 0800-98 809**

193e JAARGANG

MERCREDI 8 MARS 2023  
TROISIEME EDITION

WOENSDAG 8 MAART 2023  
DERDE EDITIE

## SOMMAIRE

### Lois, décrets, ordonnances et règlements

*Service public fédéral Justice*

27 FEVRIER 2023. — Arrêté royal déterminant les modalités relatives à la publicité pour les jeux de hasard, p. 29146.

## INHOUD

### Wetten, decreten, ordonnanties en verordeningen

*Federale Overheidsdienst Justitie*

27 FEBRUARI 2023. — Koninklijk besluit tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen, bl. 29146.

# LOIS, DECRETS, ORDONNANCES ET REGLEMENTS WETTEN, DECRETEN, ORDONNANTIES EN VERORDENINGEN

SERVICE PUBLIC FEDERAL JUSTICE

[C – 2023/30509]

27 FEVRIER 2023. — Arrêté royal déterminant  
les modalités relatives à la publicité pour 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.

En outre, la publicité normalise les jeux d'argent dans la société. Par le biais de la publicité, les jeux de hasard 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 de hasard.

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). 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 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.

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.

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

FEDERALE OVERHEIDSDIENST JUSTITIE

[C – 2023/30509]

27 FEBRUARI 2023. — Koninklijk besluit tot bepaling  
van de nadere regels betreffende de reclame voor 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.

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

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.

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 televisiemaniëfestaties, in tijdschriften en zelfs

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.

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. 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 relatives à la publicité contenues dans cet arrêté. L'article 3bis de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard prévoit que cette loi ne s'applique pas aux loteries au sens de la loi du 31 décembre 1851 sur les loteries, et des articles 301, 302, 303 et 304 du Code pénal, ni aux loteries publiques et concours visés à l'article 3, § 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, de la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie nationale.

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 qui portent exécution de l'article 61, alinéa 2 de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard 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.

La loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale prévoit en effet que l'organisation de loteries publiques dans l'intérêt général – dans les formes et selon les modalités générales fixées par le Roi – est une tâche de service public (voir art. 6, § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup> et art. 7). La Loterie Nationale vise à orienter les joueurs vers les offres moins dangereuses des jeux de loterie et des billets à gratter. Cette offre est également strictement réglementée et contrôlée. Compte tenu de cet objectif, la poursuite d'une politique de marketing et de publicité adéquate peut être justifiée.

L'article 14, § 1<sup>er</sup>, de la loi précitée prévoit qu'un contrat de gestion conclu entre l'Etat et la Loterie nationale définit les conditions selon lesquelles la Loterie Nationale remplit ses tâches de service public. Le gouvernement exerce une supervision directe sur la Loterie nationale, par la conclusion du contrat de gestion, par la nomination des administrateurs qui supervisent le comité exécutif et par les larges pouvoirs des commissaires du gouvernement. Ce faisant, le législateur suit la jurisprudence de la Cour de justice de l'UE sur les jeux de hasard et les jeux de loterie (par exemple, l'arrêt du 24 janvier 2013 dans les affaires jointes C 186/11 et C 209/11). Les obligations en matière de jeu responsable et de prévention de la dépendance au jeu auxquelles la Loterie Nationale est tenue sont induites par le contrat de gestion.

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%.

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.

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 stoot 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 kansspeloperatoren 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 Nationale Loterij moet voor de weddenschappen, net als de private houders met een F1-vergunning, de bepalingen naleven van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, maar ook van haar uitvoeringsbesluiten, met inbegrip van de regels inzake reclame opgenomen in dit besluit. Artikel 3bis van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen voorziet dat deze wet niet van toepassing is op de loterijen in de zin van de wet van 31 december 1851 op de loterijen en van de artikelen 301, 302, 303 en 304 van het strafwetboek, noch op de openbare loterijen en wedstrijden bedoeld in artikel 3, §1, eerste lid van de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij.

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 werking en het beheer van de Nationale Loterij. De regels inzake reclame opgenomen in dit besluit – dat uitvoering geeft aan artikel 61, tweede lid van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen – zijn bijgevolg niet van toepassing op deze producten. Het bestaande wettelijke verschil tussen kansspelen enerzijds en loterijproducten en krasbiljetten anderzijds wordt in het Koninklijk besluit volgehouden.

De wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij voorziet immers dat de organisatie van de openbare loterijen in het algemeen belang - in de vormen en volgens de algemene regels bepaald door de Koning - een taak is van openbare dienst (zie art. 6, §1 1<sup>o</sup> en art. 7). De Nationale Loterij heeft als doel om de gokkers te kanaliseren naar de minder gevaarlijke aanbod van loterijspelen en krasbiljetten. Dit aanbod wordt bovendien strikt gereguleerd en gecontroleerd. Gelet op dit doel valt het voeren van een adequaat marketing- en reclamebeleid te verantwoorden.

Artikel 14, §1, van de voormelde wet bepaalt dat het beheerscontract dat de Nationale Loterij sluit met de Staat, de voorwaarden bepaalt waaronder de Nationale Loterij haar taken van openbare dienst vervult. De regering oefent rechtstreeks toezicht uit op de Nationale Loterij, door het sluiten van het beheerscontract, door de benoeming van de bestuurders die toezicht uitoefenen op het directiecomité en door de ruime bevoegdheden van de regeringscommissarissen. Daarmee sluit de wetgever aan bij de rechtspraak van het EU hof van Justitie inzake kansspelen en loterijspelen (bv. het arrest van 24 januari 2013 in de gevoegde zaken C 186/11 en C 209/11). De verplichtingen inzake verantwoord spel en de gokverslavingspreventie waartoe de Nationale Loterij gehouden is, worden bewerkstelligd door het beheerscontract.

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 :

- Sportweddenschappen : 17,7%
- Poker : 12,2%
- Gokautomaten : 26,2%
- Casinospelen : 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 à ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs de canalisation imposés. Les restrictions en matière de publicité et de marketing sont donc sous le contrôle direct du gouvernement. Ces limitations ne sont pas statiques, mais dynamiques. Dans le cadre de son devoir de canalisation, la Loterie Nationale doit tenir compte des fournisseurs de jeux d'argent légaux et adapter sa politique de publicité et de marketing en conséquence. Une telle politique est également conforme à la jurisprudence de la Cour européenne de justice. En ce qui concerne l'avis du Conseil d'État, il convient de noter que l'article 8 du contrat de gestion entre l'État belge et la Loterie Nationale prévoit expressément que la Loterie Nationale veille à ce que sa politique en matière de publicité soit toujours en accord avec la jurisprudence développée à ce sujet par la Cour de justice de l'UE, laquelle fait une distinction entre les jeux en fonction de leur niveau de risque inhérent. En ce qui concerne la jurisprudence de la Cour de justice européenne, on peut se référer à la jurisprudence la plus récente et la plus pertinente en matière de marketing et de publicité (affaire C 920/19 Fluctus - Flumentum). Dans cette jurisprudence, la Cour rappelle que l'appréciation des pratiques publicitaires d'un détenteur de monopole ne peut être séparée de la situation du marché mondial des jeux. En d'autres termes, un détenteur d'un monopole doit tenir compte des pratiques des autres fournisseurs de jeux (légaux ou illégaux) sur le même marché pour déterminer sa stratégie. Cette jurisprudence implique que la Loterie Nationale doit être en mesure de démontrer que la nature et la quantité de publicité qu'elle diffuse sont nécessaires à l'accomplissement du devoir de canalisation active qui lui est imposé.

Concrètement, dès que la nouvelle réglementation sur la publicité pour les jeux d'argent sera applicable, des restrictions publicitaires supplémentaires pourront également être imposées à la Loterie Nationale en vertu de l'article 7 et de l'article 67, alinéa 5 du contrat de gestion. On pourrait envisager, par exemple, la soumission préalable de la politique publicitaire au conseil d'administration, dont 12 des 14 membres sont nommés par le gouvernement, et l'imposition de limites aux budgets que la Loterie nationale peut dépenser annuellement pour la publicité des jeux de loterie et des tickets à gratter.

Étant donné les différences entre les jeux de hasard et les jeux de loteries en termes de niveau de risque, mais aussi de réglementation et de contrôle et le fait que le contrat de gestion permet d'imposer à la Loterie Nationale des restrictions supplémentaires en matière de publicité, il n'est pas nécessaire de réglementer la publicité pour les loteries et les billets à gratter par le biais du présent arrêté.

Suite à la communication à la Commission européenne 2022/0332/B, le 8 mai 2022, en application de l'article 5, paragraphe 1<sup>er</sup>, 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 étayé par les considérations qui précèdent.

Le Conseil d'État a rendu un avis n° 72.190/4 du 12 octobre 2022 et un avis n° 72.838/4 du 6 février 2023 sur le présent arrêté. Les commentaires ci-dessous tiennent compte, le cas échéant, des remarques du Conseil d'État. A noter que suite à l'avis n° 72.838/4 du 6 février 2023, la disposition pénale prévue initialement à l'article 21 et qui visait les responsabilités pénales en cas de non-respect des dispositions prévues par le présent arrêté a été supprimée. Comme souligné par le Conseil d'État, l'article 21 apparaît en effet redondant avec l'article 64 de la loi du 7 mai 1999, tel que modifié par la loi du 6 décembre 2022 'visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme Ilbis', dès lors que cette dernière disposition permet déjà de sanctionner pénalement toute personne qui ne respecterait pas les dispositions de l'arrêté pris en exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi, sans que l'arrêté royal ait à préciser quelles personnes sont susceptibles d'être sanctionnées.

#### Commentaires des articles

##### CHAPITRE 1<sup>er</sup>. — *Champ d'application et définitions*

**Article 1<sup>er</sup>.** L'article 1<sup>er</sup> 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+, F1P, F2, et E. Suite à l'avis 72.190/4 et l'avis 72.838/4 du Conseil d'État, les titulaires de licence F1P ont été ajoutés à la liste des titulaires de licence soumis à la présente réglementation.

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 en de Belgische regering, beperkt tot hetgeen nodig is om de opgelegde kanalisatie-doelstellingen te behalen. De beperkingen op vlak van reclame en marketing staan dus onder rechtstreeks toezicht van de regering. Deze beperkingen zijn geen statisch gegeven, maar een dynamisch gegeven. De Nationale Loterij dient in het kader van haar kanalisatieplicht rekening te houden met de legale aanbieders van kansspelen en haar reclame- en marketingbeleid hierop af te stemmen. Zo'n beleid sluit bovendien aan bij de rechtspraak van het Europees Hof van Justitie. Met betrekking tot het advies van de Raad van State wordt erop gewezen dat artikel 8 van het beheerscontract tussen de Belgische Staat en de Nationale Loterij uitdrukkelijk bepaalt dat de Nationale Loterij erover waakt dat haar beleid inzake reclame ten allen tijde in lijn is met de rechtspraak die daaromtrent ontwikkeld is door het Europees Hof van Justitie, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen spelen naargelang hun inherente risiconiveau. Wat betreft de rechtspraak van het Europees Hof van Justitie kan worden verwezen naar de meest recente en relevante rechtspraak inzake marketing en reclame (zaak C 920/19 Fluctus - Flumentum). In deze rechtspraak wijst het Hof erop dat de beoordeling van de reclamepraktijken door een monopoliehouder niet los kan worden gezien van de situatie op de globale kansspelmarkt. Met andere woorden een monopoliehouder moet rekening houden met de praktijken van andere (legale of illegale) aanbieders van kansspelen op dezelfde markt om zijn strategie te kunnen bepalen. Deze rechtspraak impliceert dat de Nationale Loterij moet kunnen aantonen dat de aard en de hoeveelheid reclame die zij voert noodzakelijk is voor de uitvoering van de actieve kanalisatieplicht die haar werd opgelegd.

Dit betekent dat van zodra de nieuwe regelgeving inzake gokreclame van toepassing is, er op grond van artikel 7 en artikel 67, lid 5 van het beheerscontract, ook bijkomende beperkingen op vlak van reclame aan de Nationale Loterij kunnen worden opgelegd. Er kan daarbij bijvoorbeeld worden gedacht aan het voorafgaand voorleggen van het reclamebeleid aan de Raad van Bestuur, waarvan 12 van de 14 leden door de regering werden aangesteld, en het opleggen van beperkingen aan de budgetten die de Nationale Loterij jaarlijks mag spenderen aan de reclame voor loterijspelen en krasbiljetten.

Gelet op de verschillen tussen kansspelen en loterijspelen inzake risiconiveau, maar ook inzake regulering en controle en het feit dat het beheerscontract toelaat dat er bijkomende beperkingen inzake de reclamevoering aan de Nationale Loterij worden opgelegd, is het niet noodzakelijk om de reclame voor de loterijen en kasbiljetten bij dit besluit te regelen.

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 informatieverordening 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. Na dit uitvoerig advies, is het onderhavige verslag aan de Koning op grond van bovenstaande overwegingen tot stand gekomen.

De Raad van State heeft een advies 72.190/4 van 12 oktober 2022 en een advies 72.838/4 van 6 februari 2023 over dit besluit uitgebracht. In de onderstaande opmerkingen wordt in voorkomend geval rekening gehouden met de opmerkingen van de Raad van State. Er zij op gewezen dat ingevolge advies nr. 72.838/4 van 6 februari 2023 de aanvankelijk in artikel 21 opgenomen strafbepaling, die betrekking had op de strafrechtelijke aansprakelijkheid in geval van niet-naleving van de bepalingen van dit besluit, is geschrapt. Zoals de Raad van State opmerkt, lijkt artikel 21 te overlappen met artikel 64 van de wet van 7 mei 1999, zoals gewijzigd bij de wet van 6 december 2022 'om justitie menselijker, sneller en straffer te maken Ilbis', aangezien dat artikel het reeds mogelijk maakt om een strafrechtelijke straf op te leggen aan elke persoon die zich niet zou houden aan de bepalingen van het besluit genomen ter uitvoering van artikel 61, tweede lid, van de wet, zonder dat in voorliggend koninklijk besluit verduidelijkt hoeft te worden welke personen gestraft kunnen worden.

#### Artikelsgewijze bespreking

##### HOOFDSTUK 1. — *Toepassingsgebied en definities*

**Artikel 1.** Artikel 1 bepaalt het toepassingsgebied van het koninklijk besluit. Alleen de houders van een vergunning A-, A+, B-, B+, F1-, F1+, F1P-, F2-, en E- vallen onder de in dit ontwerp vastgestelde voorwaarden. Ingevolge advies 72.190/4 en advies 72.838/4 van de Raad van State zijn de vergunninghouders F1P toegevoegd aan de lijst van vergunninghouders die onder deze regeling vallen.

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.

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 du 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'applique aux titulaires de licence de classe A, A+, B, B+, F1, F1+, F1P, 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.

Conformément à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, il convient de préciser que la mention des titulaires d'une licence de classe E à l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, se justifie par le fait que l'arrêté entend déterminer de manière exhaustive quels titulaires de licence sont autorisés à faire de la publicité pour les jeux de hasard, ce qui nécessite effectivement de faire mention des titulaires d'une licence de classe E parmi les titulaires de licence autorisés à faire de la publicité.

Ainsi, ces titulaires de la licence sont inclus dans le champ d'application de l'arrêté dans la mesure où ils sont autorisés à faire de la publicité conformément à l'article 4 et, dans ce contexte spécifique, sans restriction particulière.

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

L'article 3, 1<sup>o</sup>, 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<sup>o</sup>, le terme « jeux de hasard » renvoie à la définition de l'article 2, 1<sup>o</sup>, 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<sup>o</sup>, 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<sup>o</sup>, définit le terme « publicité ». A la demande du Conseil d'Etat (avis 72.190/4), cette définition s'inspire de l'article I.8., 13<sup>o</sup>, du Code de droit économique.

Une clarification est nécessaire afin de préciser que cette définition concerne les communications qui font la promotion des produits de jeux et l'image du titulaire de licence, ainsi que toute communication visant à inciter les joueurs à jouer. Il peut, par exemple, également s'agir de publicités d'image qui ne font pas la publicité de produits concrets et dont le seul but est de donner une image positive des opérateurs de jeux et des jeux en général. L'apposition de la marque et/ou du logo sur des vêtements de sport ou sur les lieux où le sport est pratiqué est également considérée comme une publicité d'image. Cette publicité d'image normalise les jeux de hasard dans la société et est particulièrement dangereuse pour les groupes vulnérables, tels que les mineurs. Il peut par exemple également s'agir de communications visant à encourager les joueurs à augmenter leur limite de jeu en ligne, à effectuer des dépôts supplémentaires sur le compte du joueur, à

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.

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 concluderende 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+, F1P, F2, en E. Alleen deze vergunninghouders mogen reclame maken onder de in dit besluit vastgestelde voorwaarden.

Overeenkomstig het advies 72.190/4 van de Raad van State wordt verduidelijkt dat de vermelding van de houders van een vergunning klasse E in artikel 1, lid 1, wordt gerechtvaardigd door het feit dat het ontwerpbesluit op exhaustieve wijze beoogt te bepalen welke vergunninghouders reclame mogen maken voor kansspelen wat het inderdaad noodzakelijk maakt de houders van een vergunning klasse E te vermelden als vergunninghouders die reclame mogen maken.

Bijgevolg worden deze vergunninghouders opgenomen in het toepassingsgebied van dit besluit waardoor zij overeenkomstig artikel 4 toestemming hebben om reclame te maken en dit, in die specifieke context, zonder enige beperking.

**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.

**Art. 3.** In dit artikel wordt een reeks begrippen gedefinieerd die in het besluit worden gebruikt.

Artikel 3, 1<sup>o</sup>, 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<sup>o</sup>, verwijst de term "kansspelen" naar de definitie in artikel 2, 1<sup>o</sup> 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<sup>o</sup>, van de kansspelwet omvat. Inderdaad, een weddenschap wordt gedefinieerd als een "kansspel waarbij elke speler een inzet brengt 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<sup>o</sup> definieert de term "reclame". Op vraag van de Raad van State (advies 72.190/4) is deze definitie gebaseerd op artikel I.8., 13<sup>o</sup>, van het wetboek van economisch recht.

Er dient verduidelijkt te worden dat de definitie van reclame zich richt tot communicaties die kansspelproducten promoten, het imago van de vergunninghouder bevorderen, maar ook tot elke communicatie die erop gericht is om spelers aan te zetten tot spelen. Zo kan het bijvoorbeeld ook gaan om imagospots waarbij geen concrete producten worden aangeprezen en die louter tot doel hebben om het imago van de kansspeloperator en de kansspelen in het algemeen positief in beeld te brengen. Ook het aanbrengen van de merknaam en/of logo op sportkledij of op de plaatsen waar de sport wordt beoefend, wordt als imago-reclame beschouwd. Dergelijke imago-reclame zorgt voor het normaliseren van het gokken in de samenleving en is vooral voor de kwetsbare groepen, zoals minderjarigen, gevaarlijk. Het kan eveneens gaan om bijvoorbeeld communicaties die tot doel hebben om spelers aan te zetten om hun online speellimiet te verhogen, bijkomende

redéployer les gains, etc. Après tout, ces communications encouragent les jeux d'hasard.

Suite à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, il convient de préciser qu'une interview d'un titulaire de licence n'est pas considérée comme de la publicité, sauf si dans ladite interview le titulaire de licence fait la promotion de jeux de hasard et/ou incite les consommateurs à jouer.

Pour l'application du présent arrêté, le parrainage sportif et l'apposition de la marque du logo ou des deux sont assimilés à la publicité.

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.

En application de l'article 3, 4°, dans cet arrêté, on entend par parrainage sportif le soutien des associations sportives 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 de l'association sportive ou de l'évènement sportif (comme un tournoi, une compétition ou tout autre évènement). Il n'est pas répondu à la demande du Conseil d'Etat de réviser la définition du parrainage (avis 72.190/4). Dans cet arrêté, le parrainage fait uniquement référence au parrainage sportif. Compte tenu de l'article 2 de cet arrêté, cela signifie que les autres formes de parrainage d'organisations, d'événements, de clubs, d'associations ou de personnes ne sont pas autorisées. Aujourd'hui, les titulaires de licence sont principalement actifs dans le domaine du sponsoring sportif. La mention du terme « parrainage sportif » dans les définitions au lieu de « parrainage » permet de préciser que seul le parrainage sportif est autorisé. Cet arrêté vise à limiter la visibilité des jeux de hasard pour mieux protéger les joueurs. Par conséquent, il ne peut y avoir aucune intention d'étendre davantage l'application du parrainage. Il convient de noter que l'autorisation du parrainage sportif sera progressivement réduit. Par conséquent, la définition vise à réglementer la situation existante et non à étendre l'application du parrainage.

En application de l'article 3, 5°, on entend par « association sportive professionnelle » une association sportive où le sport est pratiqué de manière professionnelle et dont les athlètes participent aux Jeux olympiques, aux Jeux paralympiques, aux Jeux mondiaux, aux Championnats du monde, aux Championnats d'Europe ou de Belgique ou aux plus hautes divisions de la compétition nationale organisée par ou sous la supervision des fédérations sportives reconnues. Il s'agit plus précisément des classes supérieures de la ligue nationale organisée par ou sous la supervision les fédérations sportives reconnues. Dans la compétition du football masculin, par exemple, cela concerne les clubs professionnels des divisions 1A et 1B, dont la compétition est organisée par la 'Pro League', à savoir la 'Jupiler Pro League' pour la division 1A et la « Challenger Pro League » pour la division 1B. Dans d'autres sports, ce sont les premières classes. Dans le basket-ball masculin belge, par exemple, il s'agit de la compétition organisée par la 'Pro Basketball League'. En volley-ball masculin, à la compétition organisée par la 'League Hommes' et en hockey, par exemple, à la compétition organisée par la 'Hockey League'.

Selon l'article 3, 6°, les associations sportives « non professionnelles » sont toutes les associations sportives qui ne répondent pas à la définition reprise au 5°.

Il convient de préciser que dans son avis 72.838/4, le Conseil d'Etat a estimé que l'élargissement du champ d'application du projet d'arrêté royal aux associations sportives non professionnelles était compatible avec les différents droits et libertés fondamentaux et admissible en tant qu'entrave à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services:

*« Dans son avis n° 72.190/4, la section de législation a observé que le projet examiné était, dans la mesure des observations formulées, compatible avec différents droits et libertés fondamentaux et admissible en tant qu'entrave à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services au sens du droit de l'Union européenne, en ce que*

*« [...] les restrictions apportées à la publicité pour les jeux de hasard telle que prévues par le projet reposent en leur principe sur une justification objective et raisonnable et apparaissent donc en leur principe proportionnées au regard de l'objectif poursuivi »*

et

*« [...] dans la mesure où l'auteur du projet établit que [la réglementation envisagée], qui restreint la liberté d'établissement et la libre prestation des services, poursuit effectivement, de manière cohérente et systématique, les objectifs de santé publique, de protection des mineurs et des joueurs et de lutte contre l'assuétude au jeu ».*

stortingen te doen op de spelersaccount, de winsten opnieuw in te zetten, e.a. Deze communicaties zetten immers aan tot gokken.

Naar aanleiding van het advies 72.190/4 van de Raad van State dient verduidelijkt te worden dat een interview met een vergunninghouder niet als reclame beschouwd wordt, tenzij de vergunninghouder in dit interview kansspelen promoot en/of de consument aanzet tot spelen.

Voor de toepassing van dit besluit worden sportsponsoring en het aanbrenge van de merknaam of het logo of de twee als reclame beschouwd.

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.

Volgens artikel 3, 4°, wordt in dit besluit onder sportsponsoring verstaan de ondersteuning van sportverenigingen 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 sportvereniging of het sportevenement (zoals een toernooi, een wedstrijd of ander evenement) gebruikt mag worden. Er wordt niet ingegaan op de vraag van de Raad van State om de definitie van sponsoring te herzien (advies 72.190/4). In dit besluit wordt met sponsoring enkel de sportsponsoring bedoeld. Gelet op artikel 2 van dit besluit betekent dit dat andere vormen van sponsoring van organisaties, evenementen, clubs, verenigingen of personen niet zijn toegestaan. De vergunninghouders zijn op vandaag vooral actief in de sportsponsoring. Door de term 'sportsponsoring' in de definities op te nemen in plaats van 'sponsoring', wordt verduidelijkt dat enkel de sportsponsoring toegestaan is. Dit besluit heeft als doel om de zichtbaarheid van gokken te verminderen om spelers beter te beschermen en bijgevolg kan het geenszins de bedoeling zijn om de toepassing van de sponsoring nog verder uit te bereiden. Er zij op gewezen dat het toestaan van de sportsponsoring geleidelijk aan wordt afgebouwd. De definitie heeft bijgevolg als doel om de bestaande situatie te regelen en niet om de toepassing van de sponsoring nog verder uit te breiden.

Volgens artikel 3, 5°, wordt onder "professionele sportvereniging" verstaan een sportvereniging waar op professionele wijze sport wordt beoefend en waarvan de sporters deelnemen aan de Olympische Spelen, Paralympische Spelen, Wereldspelen, Wereldkampioenschappen, Europese of Belgische Kampioenschappen of aan de hoogste divisies van de nationale competitie georganiseerd door of onder toezicht van een erkende sportfederaties. Concreet gaat het om de topklassen van de nationale competitie georganiseerd door of onder toezicht van de erkende sportfederaties. Bij de voetbalcompetitie voor mannen bijvoorbeeld gaat het om de profclubs in divisie 1A en 1B, waarvan de competitie georganiseerd wordt door de 'Pro League', meer bepaald de 'Jupiler Pro League' voor divisie 1A en 'Challenger Pro League' voor divisie 1B. Bij andere sporten is dit eerste klasse. Bij het Belgisch mannenbasketbal bijvoorbeeld gaat het om de competitie georganiseerd door de 'Pro Basketball League'. Bij herenvolleybal om de competitie georganiseerd door de 'Liga Heren' en bij hockey bijvoorbeeld om de competitie georganiseerd door de 'Hockey League'.

Volgens artikel 3, 6° zijn de "niet-professionele" sportverenigingen alle sportverenigingen die niet voldoen aan de definitie opgenomen in 5°.

Er zij op gewezen dat de Raad van State in zijn advies 72.838/4 heeft geoordeeld dat de uitbreiding van het toepassingsgebied van het ontwerp van koninklijk besluit tot niet-professionele sportverenigingen verenigbaar is met de verschillende fundamentele rechten en vrijheden en toelaatbaar is als belemmering van de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten:

*"In advies 72.190/4 heeft de afdeling Wetgeving vastgesteld dat het ontwerp dat toen voorlag, onder voorbehoud van de daarin geformuleerde opmerkingen, verenigbaar was met verscheidene fundamentele rechten en vrijheden en aanvaardbaar was als belemmering van de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten in de zin van het recht van de Europese Unie, aangezien*

*"(...) de beperkingen van reclame voor kansspelen zoals het ontwerp die oplegt, in principe berusten op een objectieve en redelijke verantwoording en dus in principe evenredig lijken met het nagestreefde doel"*

en

*"in zoverre de steller van het ontwerp aantoonde dat [de beoogde regeling], die de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten inperkt, daadwerkelijk en op coherente en systematische wijze de doelen nastreeft inzake volksgezondheid, bescherming van minderjarigen en bestrijding van gokverslaving".*



*L'élargissement du champ d'application de la réglementation en projet aux associations sportives non professionnelles n'est pas susceptible d'énervier ce constat, dans la mesure où, ainsi élargie, cette réglementation reste conforme aux objectifs poursuivis de santé publique, de protection des mineurs et des joueurs et de lutte contre l'assuétude au jeu et ne paraît pas disproportionnée au regard des objectifs poursuivis. ».*

L'article 3, 7°, 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.

L'article 3, 8° définit le terme « logo » comme étant « l'élément figuratif ou semi-figuratif permettant de distinguer les titulaires de licences visés à l'article 1<sup>er</sup> ». 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.

#### 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 s'adresse principalement aux titulaires de licence E et 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.

Suite à la remarque du Conseil d'Etat (avis 72.190/4), il faut préciser que lorsque la publicité faite par les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> pour destinataires les personnes travaillant dans le secteur des jeux de hasard, cette publicité est permise sans que les règles des articles 5 à 12 du projet trouvent à s'appliquer.

**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.

Un autorisation similaire existe en matière de publicité pour le tabac (article 7, §2bis, 2°, 2<sup>e</sup> 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 pratique systématique qui serait utilisée par les opérateurs pour contourner l'interdiction de faire de la publicité sous d'autres formes.

**Art. 6.** Le « parrainage sportif » par les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> est autorisé pour les associations sportives tant professionnelles que non professionnelles.

En matière de « sponsoring sportif », les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup>, 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 à condition que ces associations sportives ne ciblent pas les joueurs mineurs ou d'autres groupes vulnérables. Conformément à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, le 1° a été revu pour énoncer l'interdiction de faire de la publicité au moyen de la marque ou du logo du titulaire de la licence sur les vêtements de sport des joueurs mineurs d'âge.

2° Le parrainage sportif est autorisé quel que soit le support utilisé, et pour l'ensemble des titulaires de licences concernés, à l'endroit où est pratiqué le sport.

La publicité de tous les titulaires de licence concernés apposée sur les vêtements de sport ne peut pas occuper plus de 50 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements de sport des joueurs et ne peut pas être apposée sur l'avant des vêtements de sport. Cette mesure vise à réduire la visibilité de la publicité pour les jeux de hasard dans le secteur de sport. Cela devrait empêcher l'exposition massive des groupes vulnérables et des mineurs à la publicité pour les jeux de hasard. Avec cette restriction, nous voulons empêcher la normalisation des jeux d'argent. A noter qu'en application des articles 21 et 26, cette limitation de 50 cm<sup>2</sup> ne sera d'application qu'à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028 et uniquement pour les

*De verruiming van het toepassingsgebied van de ontworpen regeling tot de niet professionele sportverenigingen kan er niet toe leiden dat die vaststelling op de helling komt te staan, voor zover die regeling met aldus verruimd toepassingsgebied in overeenstemming blijft met de nagestreefde doelstellingen inzake volksgezondheid, inzake bescherming van minderjarigen en van spelers en inzake bestrijding van gokverslaving en niet onevenredig lijkt ten aanzien van de nagestreefde doelstellingen."*

Artikel 3, 7°, 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.

Artikel 3, 8° 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.

#### HOODSTUK 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 is in de eerste plaats gericht op de vergunninghouders E en 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 kansspel-sector 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.

Naar aanleiding van de opmerking van de Raad van State (advies 72.190/4) wordt verduidelijkt dat reclame, gemaakt door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders, die bedoeld is voor personen die werkzaam zijn in de kansspel-sector, is toegestaan zonder dat toepassing dient te worden gemaakt van de regels vervat in de artikelen 5 tot 12 van het ontwerp.

**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 7, §2bis, 2°, 2<sup>de</sup> 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 praktijk mag worden die door de vergunninghouders zou worden gebruikt om het verbod op reclame in andere vormen te omzeilen.

**Art. 6.** De "sportsponsoring" door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders is toegestaan voor zowel professionele als niet-professionele sportverenigingen.

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 op voorwaarde dat deze sportverenigingen niet gericht zijn op minderjarige spelers of andere kwetsbare groepen. Overeenkomstig het advies 72.190/4 van de Raad van State is 1° herzien om aan te geven dat reclame door middel van het merk of logo van de vergunninghouder op de sportkleding van minderjarige spelers verboden is.

2° De sportsponsoring is toegestaan ongeacht het gebruikte medium en voor alle betrokken vergunninghouders, op de plaats waar de sport wordt beoefend.

De reclame voor alle betrokken vergunninghouders die aangebracht wordt op de sportkledij mag niet meer dan 50 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de sportkledij van de spelers in beslag nemen en mag niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht. Deze maatregel heeft als doel de zichtbaarheid van de gokreclame in de sportsector te beperken. Dit moet voorkomen dat kwetsbare groepen en minderjarigen massaal blootgesteld worden aan de gokreclame. Met deze beperking willen we de normalisering van gokken tegen gaan. Er zij op gewezen dat deze limiet van 50 cm<sup>2</sup> krachtens de artikelen 21 en 26 pas vanaf 1 januari 2028 van toepassing zal zijn en vanaf diezelfde

associations sportives non professionnelles à partir de la même date. Avant le 1<sup>er</sup> janvier 2028, la publicité ne pourra pas occuper plus de 75 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements de sport des joueurs et s'appliquera tant aux associations sportives professionnelles que non professionnelles.

En outre, la diffusion de messages de parrainage sportif est autorisée lors de compétitions sportives internationales et européennes et lors de compétitions sportives pour le marché belge.

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

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

- Les messages de parrainage sportif diffusés durent au maximum 5 secondes, quel que soit le nombre de titulaires de licences ;
- un maximum de 2 messages de parrainage sportif par heure est autorisé ;
- la diffusion des messages de parrainage sportif 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.

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.

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

Les messages de parrainage sportif ne sont pas autorisés dans la presse écrite. En effet, un message de parrainage sportif de 5 secondes est très éphémère, alors qu'un message de parrainage sportif 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, F1P et F2. Ces derniers peuvent faire de la publicité au moyen de leur marque, de leur logo, ou des deux, sur les façades de leur établissement de jeux de hasard. La surface de publicité est limitée à maximum 30% de la surface totale des façades et pas plus de 20m<sup>2</sup>. L'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat a été suivi concernant cette disposition.

En application de l'article 1<sup>er</sup> 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 3m<sup>2</sup> au total* ».

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

Suite à la remarque du Conseil d'Etat (avis 72.190/4), il est précisé qu'il n'est pas autorisé, pour contourner les règles de publicité, d'utiliser la marque, le logo ou les deux d'un titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup> dans le nom d'un événement ou d'un commerce dont l'activité principale n'est pas l'exploitation de jeux de hasard. Suite, par exemple, à l'achat récent d'une chaîne de libraires par un opérateur de jeux de hasard, il n'est pas inconcevable qu'une telle situation puisse se produire.

**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 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.

Suite à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, il convient de préciser que le présent arrêté royal, comme l'indique son intitulé, réglemente la publicité pour les jeux de hasard par les titulaires de licence visés à l'alinéa 1<sup>er</sup>, de l'article 1<sup>er</sup>. Il ne concerne dès lors pas la publicité éventuelle pour d'autres événements socio-culturels qui seraient par exemple organisés dans un casino et qui n'aurait aucun lien avec les

datum enkel op niet-professionele sportverenigingen van toepassing is. Vóór 1 januari 2028 mag reclame niet meer dan 75 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de sportkleding van de spelers beslaan en dit is van toepassing voor zowel professionele als niet-professionele sportverenigingen.

Ten slotte, is het uitzenden van boodschappen van sportsponsoring toegestaan bij internationale of Europese sportwedstrijden en bij sportwedstrijden voor de Belgische markt.

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

De uitzending van boodschappen van sportsponsoring moet echter aan verschillende voorwaarden voldoen:

- De uitgezonden boodschappen van sportsponsoring duren maximaal 5 seconden, ongeacht het aantal vergunninghouders;
- Per uur zijn maximaal 2 boodschappen van sportsponsoring toegestaan;
- De uitzending van boodschappen van sportsponsoring 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.

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.

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

Boodschappen van sportsponsoring worden niet toegestaan in de geschreven pers. Een boodschap van sportsponsoring van 5 seconden is inderdaad heel vluchtig, terwijl een boodschap van sportsponsoring 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, F1P en F2. Deze laatste mogen reclame maken door middel van het aanbrengen van hun merknaam of hun logo of de twee aan de voorgevels van hun kansspelinrichting. De aangebrachte reclame mag maximaal 30% van de totale oppervlakte van de voorgevels in beslag nemen en niet meer dan 20m<sup>2</sup>. Het advies 72.190/4 van de Raad van State over deze bepaling is gevolgd.

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.

Overeenkomstig de opmerking van de Raad van State (advies 72.190/4) wordt verduidelijkt dat het niet is toegestaan dat, om de reclameregels te omzeilen, de merknaam of het logo, of de twee, van een vergunninghouder zoals bedoeld in artikel 1 wordt gebruikt voor een evenement of handelszaak dat de uitbating van kansspelen niet als hoofdactiviteit heeft. Naar aanleiding van bijvoorbeeld de recente aankoop van een keten van krantenwinkels door een gokoperator, is het niet ondenkbaar dat deze situatie zich zou kunnen voordoen.

**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 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.

Naar aanleiding van het advies 72.190/4 van de Raad van State wordt verduidelijkt dat dit koninklijk besluit, zoals de titel aangeeft, de reclame voor kansspelen door de in artikel 1, eerste lid, bedoelde vergunninghouders regelt. Het gaat dus niet om reclame voor andere sociaal-culturele evenementen die bijvoorbeeld in een casino kunnen worden georganiseerd en die geen verband houden met kansspelen.



jeux de hasard. En effet, en application de l'article 28 de la loi sur les jeux de hasard, les casinos peuvent organiser des activités socio-culturelles, telles que des représentations, des expositions, des congrès et des activités du secteur horeca. La publicité pour ces événements reste évidemment possible.

**Art. 9.** La diffusion de la publicité par placement de produit pour des programmes télévisés, radiophoniques ou d'autres médias audiovisuels enregistrés à l'étranger est également autorisée sauf s'ils 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.

Conformément à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, la diffusion de la publicité par placements de produits dans des programmes radiophoniques enregistrés à l'étranger, si ce programme n'est pas spécifiquement destiné au marché belge, est également visé. Cela a également été élargi à d'autres médias audiovisuels, car on peut aussi penser au podcast, à la télévision numérique, etc.

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 hasard.

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 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<sup>er</sup> 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.** 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 dans le cadre de cette publicité : partager la page, réagir, etc. L'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat a été suivi sur ce point.

- 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 sportif. Cette mesure a été prise principalement pour mettre fin aux publicités et aux vidéos créant une atmosphère qui contribue à la normalisation des jeux d'argent. Ces publicités comparent donc généralement les jeux d'argent au succès, à l'amitié, au plaisir et à la victoire dans le sport. Et ce, même si les jeux d'argent sont une activité risquée. Les jeunes et les personnes vulnérables sont particulièrement sensibles à ce type de publicité par l'image.

Krachtens artikel 28 van de kansspelwet mogen casino's immers socio-culturele activiteiten zoals voorstellingen, tentoonstellingen, congressen en horeca-activiteiten organiseren. Reclame voor deze evenementen is natuurlijk nog steeds mogelijk.

**Art. 9.** De uitzending van reclame door productplaatsing voor in het buitenland opgenomen televisie-, radioprogramma's en andere audiovisuele media is eveneens toegestaan, tenzij deze specifiek voor de Belgische markt bestemd zijn. De definitie van "productplaatsing" vloeit voort uit de Europese richtlijn 2018/1808 inzake audiovisuele mediadiensten.

Overeenkomstig het advies 72.190/4 van de Raad van State valt ook het uitzenden van reclame door productplaatsing in radioprogramma's die in het buitenland zijn opgenomen, indien dit programma niet specifiek voor de Belgische markt bestemd is, onder de richtlijn. Dit werd bovendien verruimd met andere audiovisuele media, want er kan ook gedacht worden aan podcast, digitale TV, e.a.

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 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.

**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 in het kader van deze reclame: de pagina delen, reageren, enz. Het advies 72.190/4 van de Raad van State werd op dit punt gevolgd.

- 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 boodschappen van sportsponsoring. Deze maatregel werd vooral genomen om een einde te stellen aan reclamespots en video's waarin een sfeer wordt gecreëerd die bijdraagt tot de normalisering van gokken. In dergelijke reclamespots wordt gokken dan ook meestal vergeleken met succes, vriendschap, plezier en winnen in de sport. Dit terwijl gokken toch een risicovolle bezigheid is. Vooral jongeren en kwetsbare personen zijn vatbaar voor dit soort van imagoreclame.

Lorsque les images animées sont limitées à 5 secondes, les publicités se contentent de mettre en avant le nom et le logo de la marque. Cela devrait être suffisant pour canaliser les joueurs vers l'offre légale. Cette mesure contribue à l'objectif du présent arrêté.

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.** 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 dans le cadre de cette publicité: partager la page, réagir, « liker », etc. L'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat a été suivi sur ce point.

- 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 sportif.

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.** 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'heures jouées, les montants, la fréquence de jeu, du groupe cible du message publicitaire, etc.

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

Cela signifie que toute forme de communication personnelle dans le but de faire de la publicité et d'encourager les joueurs à jouer, telle que le mailing, la correspondance, etc. n'est pas autorisée.

D'autres formes de communication, telles que la communication dans le cadre d'une procédure administrative ou d'une procédure de plainte, sont autorisées.

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

**Art. 17.** 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

Wanneer de bewegende beelden beperkt worden tot slechts 5 seconden, zullen de reclamespots zich beperken tot het in beeld brengen van de merknaam en het logo. Dit moet volstaan om spelers te kanaliseren naar het legale aanbod. Deze maatregel draagt bij tot het doel van dit besluit.

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. 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 in het kader van deze reclame: de pagina delen, reageren, enz. Het advies 72.190/4 van de Raad van State werd op dit punt gevolgd.

- 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 boodschappen van sportsponsoring.

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. 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 minimumleeftijdsvereisten 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.

Dit betekent dat elke vorm van persoonlijke communicatie met als doel reclame te maken en spelers aan te zetten tot spelen, zoals mailing, briefwisseling, enz. niet zijn toegestaan.

Andere vormen van communicatie, zoals communicatie in het kader van een administratieve procedure of een klachtenregeling, zijn wel toegestaan.

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

**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.

recours à des personnes célèbres accentue cette influence. En outre, l'utilisation de personnalités connues accroît la normalisation des jeux d'argent.

Pour la protection de l'intérêt général, des consommateurs et des joueurs, il est justifié d'imposer ici une restriction supplémentaire, à savoir l'interdiction de l'utilisation de personnages. Cette mesure devrait mettre fin à la publicité par l'image, à laquelle les titulaires de licence ont souvent recours et à laquelle les jeunes sont particulièrement sensibles. La publicité autour des jeux d'argent dépeint souvent une image de plaisir, de réussite, d'amitié et de victoire. Une telle publicité est trompeuse et incite surtout les personnes les plus vulnérables à jouer.

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 animés, etc. A noter que toute imitation d'une voix célèbre est également interdite.

Toutefois, conformément à l'avis 72.190/4 du Conseil d'État, une période de transition est 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 immédiatement leur logo si celui-ci représente une personne physique ou un personnage fictif.

**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', 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 et le ministre de la Santé publique déterminent 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 et le ministre de la Santé publique déterminent 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.

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

#### CHAPITRE 4. — Disposition temporaire

**Art. 21.** Cet article instaure une mesure temporaire pour la publicité apposée sur les vêtements de sport. Du 1<sup>er</sup> janvier 2025 au 31 décembre 2027, la surface de la marque, du logo ou des deux ensemble ne peut pas dépasser 75 cm<sup>2</sup> pour tous les titulaires de licence concernés. En outre, le nom de la marque, le logo ou les deux ensemble ne peuvent être apposés sur le devant des vêtements de sport. Cette mesure est un premier pas pour limiter la visibilité de la publicité pour les jeux de hasard dans le secteur du sport. Comme cela a déjà été mentionné, cela devrait empêcher l'exposition massive des groupes vulnérables et des mineurs à la publicité pour les jeux de hasard. Avec cette restriction, nous voulons empêcher la normalisation des jeux.

#### CHAPITRE 5. — Disposition abrogatoire

**Art. 22.** Le sponsoring sportif visé à l'article 6, § 2, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, ainsi que la diffusion de message de parrainage sportif pour les compétitions sportives pour le marché belge visés à l'article 6, § 3, 2<sup>o</sup>, 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.** À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028, les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> ne seront plus autorisés à parrainer des associations sportives professionnelles. Ça limite la visibilité de la publicité pour les jeux de hasard dans le secteur du sport. La compétition des associations sportives professionnelles est populaire auprès des fans de sport actifs et passifs. Cette compétition est souvent couverte (en direct) par les médias audiovisuels et la presse écrite. Par conséquent, la publicité pour les jeux de hasard dans les associations sportives professionnelles a une portée beaucoup plus large que dans les associations sportives non professionnelles. Limiter la taille du logo, de la marque ou des deux ensemble sur les vêtements de sport des associations sportives professionnelles ne signifie pas nécessairement une moindre visibilité de l'opérateur de jeux de hasard, car les sportifs de ces associations sont

Bovendien versterkt het gebruik van bekende personen de normalisering van het gokken.

Voor de bescherming van het algemeen belang, de consument en de spelers is het verantwoord om hier een extra beperking op te leggen, namelijk om het gebruik van personages te verbieden. Deze maatregel moet een einde stellen de imagoreclame, waarvan de vergunninghouders vaak gebruik maken en waarvoor vooral jongeren vatbaar zijn. Bij imagoreclame wordt rond gokken vaak een beeld opgehangen van plezier, succes, vriendschap en winnen. Dergelijke reclame is misleidend en zet vooral de meest kwetsbare personen aan tot gokken.

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.

Er wordt, overeenkomstig het advies 72.190/4 van de Raad van State, echter in een overgangperiode voorzien voor logo's die reeds bestaan op het ogenblik van de bekendmaking van dit besluit. Kansspeloperators hoeven bijgevolg hun logo niet onmiddellijk te wijzigen als het een natuurlijke persoon of een fictief personage voorstelt.

**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", en op de Europese richtlijnen inzake gokreclame.

**Art. 19.** De reclame voor kansspelen moet steeds de minimumleeftijd voor deelneming vermelden.

De minister van Justitie en de minister van Volksgezondheid bepalen 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 en de minister van Volksgezondheid 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.

Daartoe vraagt hij advies aan de Hoge Gezondheidsraad.

#### HOOFDSTUK 4. — Tijdelijke bepaling

**Art. 21.** Dit artikel voegt een tijdelijke maatregel in voor de reclame die aangebracht wordt op de sportkledij. Vanaf 1 januari 2025 tot 31 december 2027 mag de oppervlakte van de merknaam, het logo of de beide samen niet meer dan 75 cm<sup>2</sup> bedragen voor alle betrokken vergunninghouders. Bovendien mogen de merknaam, het logo of de beide samen niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht. Deze maatregel is een eerste stap in de beperking van de zichtbaarheid van de gokreclame in de sportsector. Zoals al eerder gezegd, moet dit voorkomen dat kwetsbare groepen en minderjarigen massaal blootgesteld worden aan de gokreclame. Met deze beperking willen we de normalisering van gokken tegen gaan.

#### HOOFDSTUK 5. — Opheffingsbepaling

**Art. 22.** De sportsponsoring bedoeld in artikel 6, § 2, eerste lid, 2<sup>o</sup>, en de uitzending van boodschappen van sportsponsoring voor sportwedstrijden voor de Belgische markt bedoeld in artikel 6, § 3, 2<sup>o</sup>, zijn toegestaan van de datum van de inwerkingtreding van dit besluit tot 31 december 2024. Na die datum zijn zij verboden.

**Art. 23.** Vanaf 1 januari 2028 is het aan de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders niet meer toegestaan om professionele sportverenigingen te sponsoren. Dit beperkt de zichtbaarheid van de gokreclame in de sportsector. De competitie van de professionele sportverenigingen is populair bij zowel actieve als passieve sportliefhebbers. Vaak is er (live) verslaggeving van deze competitie via audiovisuele media en in de geschreven pers. Bijgevolg heeft de gokreclame bij de professionele sportverenigingen een veel groter bereik dan bij de niet-professionele sportverenigingen. Het beperken van de grootte van het logo, de merknaam of de beiden samen op de sportkledij van de professionele sportverenigingen betekent niet noodzakelijk een mindere zichtbaarheid van de gokoperator, omdat de sporters van deze verenigingen bij (live) verslaggeving vaak in close-up worden afgebeeld waardoor de



souvent représentés en close-up pendant la couverture (en direct), ce qui rend le logo et la marque très visibles. De plus, les associations sportives professionnelles proposent également du merchandising, ce qui signifie que même si la taille du logo et/ou de la marque est limitée sur les vêtements de sport, le titulaire de la licence reste très visible et la publicité pour les jeux de hasard continue d'avoir une large portée. En outre, les sportifs de haut niveau sont souvent des modèles pour les mineurs. L'interdiction du parrainage sportif dans ces associations sportives professionnelles réduit la visibilité de la publicité pour les jeux de hasard et constitue donc une mesure très efficace pour lutter contre la normalisation des jeux. Enfin, il faut noter que la présence de publicité pour les jeux de hasard dans les associations sportives professionnelles suscite plus d'intérêt pour les paris que dans les associations sportives non professionnelles. En effet, les spectateurs sont directement encouragés par le parrainage à parier sur leur équipe favorite et sur le match qu'ils regardent. Ce risque est beaucoup moins présent dans les associations de sport non professionnelles.

#### CHAPITRE 6. — Dispositions transitoires

**Art. 24.** Les contrats qui ont été conclus avant le 9 mai 2022 peuvent continuer aux mêmes conditions jusqu'au 31 décembre 2024 mais avec l'obligation de respecter les articles 14 à 16 et 18 à 20. Ces articles concernent les principes applicables à l'ensemble de la publicité autorisée par le présent arrêté. Dans le cadre du présent arrêté, les contrats modifiés ou renouvelés avant le 31 décembre 2024 sont assimilés à des nouveaux contrats qui doivent respecter les conditions et obligations du présent arrêté. Conformément à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat, afin de conférer une portée effective à la disposition transitoire, il y a lieu d'exclure l'article 17 des dispositions auxquelles les titulaires de licence devront se soumettre dès l'entrée en vigueur de l'arrêté.

La date du 9 mai 2022 correspond au jour où le projet de cet arrêté royal a été notifié à la Commission européenne, conformément l'application de l'article 5, paragraphe 1<sup>er</sup>, 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.

A noter que suite à l'avis 72.190/4 du Conseil d'Etat concernant cet article, un alinéa a été ajouté. Ainsi, en ce qui concerne les logos déjà existants au moment de la publication du présent arrêté, l'article 17 entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2025.

**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.

#### CHAPITRE 7. — Entrée en vigueur et disposition finale

**Art. 26.** L'arrêté entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2023, à l'exception de l'article 6, § 2, alinéa 2, qui entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2028.

**Art. 27.** L'article 27 contient l'article d'exécution.

Nous avons l'honneur d'être,

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

Pour le Ministre de l'Economie, absent :

La Ministre des Pensions,  
K. LALIEUX

Le Ministre des Finances chargé de la Loterie nationale,  
V. VAN PETEGHEM

Le Ministre de la Santé publique,  
F. VANDENBROUCKE

Le Ministre de la Justice,  
V. VAN QUICKENBORNE

La Ministre de l'Intérieur,  
A. VERLINDEN

logo en mercknaam heel zichtbaar zijn. Bovendien bieden de professionele sportverenigingen ook merchandising aan waardoor de vergunninghouder ook met een beperking van de grootte van het logo en/of de mercknaam op de sportkledij heel zichtbaar blijft en de gokreclame een groot bereik blijft hebben. Ook zijn topsporters vaak een rolmodel voor minderjarigen. Het verbieden van de sportsponsoring bij deze professionele sportverenigingen zorgt voor een beperking van de zichtbaarheid van de gokreclame en is een heel effectieve maatregel om de normalisering van gokken tegen te gaan. Tenslotte dient erop gewezen te worden dat de aanwezigheid van gokreclame in de professionele sportverenigingen meer belangstelling wekt voor gokken dan bij niet-professionele sportverenigingen. Toeschouwers worden door de shirtsponsoring immers direct aangezet om te gokken op hun favoriete ploeg en op de wedstrijd waarnaar zij kijken. Dit risico is veel minder aanwezig bij niet-professionele sportverenigingen.

#### HOOFDSTUK 6. — Overgangsmaatregelen

**Art. 24.** De lopende contracten die werden afgesloten voor 9 mei 2022 kunnen evenwel onder dezelfde voorwaarden worden voortgezet tot 31 december 2024, mits het respecteren van de verplichting tot naleving van de artikelen 14 tot en met 16 en 18 tot en met 20 van dit besluit. Deze artikelen betreffen de beginselen die van toepassing zijn op alle bij dit besluit toegestane reclame. Voor de toepassing van dit besluit worden gewijzigde of vernieuwde contracten voor 31 december 2024 gelijkgesteld met nieuwe contracten die moeten voldoen aan de voorwaarden en verplichtingen van dit besluit. Overeenkomstig het advies 72.190/4 van de Raad van State moet, om de overgangsbepaling een effectieve draagwijdte te geven, artikel 17 worden uitgesloten van de bepalingen waaraan de vergunninghouders zich vanaf de inwerkingtreding van het besluit zullen moeten houden.

De datum van 9 mei 2022 stemt overeen met de dag waarop het ontwerp van dit koninklijk besluit werd meegedeeld aan de Europese Commissie 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.

Er zij op gewezen dat naar aanleiding van het advies 72.190/4 van de Raad van State over dit artikel een lid is toegevoegd. Wat betreft de logo's die op het moment van de publicatie van dit besluit reeds bestaan, treedt artikel 17 dus in werking op 1 januari 2025.

**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.

#### HOOFDSTUK 7. — Inwerkingtreding en Slotbepaling

**Art. 26.** Het besluit treedt in werking op 1 juli 2023, behoudens artikel 6, §2, tweede lid, dat in werking treedt op 1 januari 2028.

**Art. 27.** Artikel 27 bevat het uitvoeringsartikel.

Wij hebben de eer te zijn,

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

Voor de Minister van Economie, afwezig:

De Minister van Pensioenen,  
K. LALIEUX

De Minister van Financiën belast met de Nationale Loterij,  
V. VAN PETEGHEM

De Minister van Volksgezondheid,  
F. VANDENBROUCKE

De Minister van Justitie,  
V. VAN QUICKENBORNE

De Minister van Binnenlandse Zaken,  
A. VERLINDEN

AVIS 72.190/4 DU 12 OCTOBRE 2022 DU CONSEIL D'ÉTAT, SECTION LEGISLATION, SUR UN PROJET D'ARRÊTE ROYAL 'DETERMINANT LES MODALITÉS RELATIVES A LA PUBLICITE POUR LES JEUX DE HASARD'

Le 14 septembre 2022, le Conseil d'État, section de législation, a été invité par le Vice-Premier Ministre et Ministre de la Justice et de la Mer du Nord à communiquer un avis, dans un délai de trente jours, sur un projet d'arrêté royal 'déterminant les modalités relatives à la publicité pour les jeux de hasard'.

Le projet a été examiné par la quatrième chambre le 12 octobre 2022. La chambre était composée de Martine BAGUET, président de chambre, Luc CAMBIER et Bernard BLERO, conseillers d'État, Sébastien VAN DROOGHENBROECK et Marianne DONY, assessseurs, et Charles-Henri VAN HOVE, greffier assumé.

Le rapport a été présenté par Stéphane TELLIER, premier auditeur.

La concordance entre la version française et la version néerlandaise a été vérifiée sous le contrôle de Martine BAGUET.

L'avis, dont le texte suit, a été donné le 12 octobre 2022.

\*

Comme la demande d'avis est introduite sur la base de l'article 84, § 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, des lois 'sur le Conseil d'État', coordonnées le 12 janvier 1973, la section de législation limite son examen au fondement juridique du projet, à la compétence de l'auteur de l'acte ainsi qu'à l'accomplissement des formalités préalables, conformément à l'article 84, § 3, des lois coordonnées précitées.

Sur ces trois points, le projet appelle les observations suivantes.

#### IRRECEVABILITÉ PARTIELLE DE LA DEMANDE D'AVIS

L'article 23 du projet abroge les articles 1<sup>er</sup> à 5 et 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'.

Ces dispositions trouvent leur fondement juridique dans l'article 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, 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'.

Le fondement juridique de leur abrogation se situe dès lors également dans cette disposition.

Or, l'article 43/8, § 2, de la loi du 7 mai 1999 impose au Roi d'agir « par arrêté délibéré en Conseil des ministres ».

Il ne ressort pas du dossier communiqué à la section de législation que la disposition projetée a fait l'objet d'une telle délibération.

Il s'ensuit que la demande d'avis n'est pas recevable en ce qui concerne l'article 23 du projet.

#### OBSERVATIONS GÉNÉRALES

I. Examen de la limitation de la publicité en tant qu'atteinte aux droits et libertés fondamentaux et en tant qu'entrave à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services au sens du droit de l'Union européenne

##### I.1. Rappel des principes

##### 1. Liberté d'établissement et libre prestation des services dans l'Union européenne

La Cour de justice l'Union européenne rappelle, dans l'arrêt *Corporación Dermostética SA c. To Me Group Advertising Media*, qu'elle « a itérativement jugé que des restrictions à la liberté d'établissement ainsi qu'à la libre prestation des services visées respectivement aux articles [49 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE)] et [56 du TFUE] sont constituées par des mesures qui interdisent, gênent ou rendent moins attrayant l'exercice de ces libertés » (1) ; en l'espèce, la Cour a estimé qu'il y a lieu de considérer un régime strict de publicité adopté par un État membre de l'Union européenne comme une mesure nationale susceptible de gêner ou de rendre moins attrayant l'exercice des libertés fondamentales garanties par les articles 49 et 56 du TFUE (2).

À la lumière de cette jurisprudence, le projet examiné apparaît être de nature à constituer une mesure susceptible de gêner ou de rendre moins attrayant l'exercice de la liberté d'établissement et de la libre prestation des services dès lors qu'elle édicte une limitation de la publicité pour les jeux de hasard et les paris.

ADVIES 72.190/4 VAN 12 OKTOBER 2022 VAN DE RAAD VAN STATE, AFDELING WETGEVING, OVER EEN ONTWERP VAN KONINKLIJK BESLUIT 'TOT BEPALING VAN DE NADERE REGELS BETREFFENDE DE RECLAME VOOR DE KANSSPELEN'

Op 14 september 2022 is de Raad van State, afdeling Wetgeving, door de Vice-eersteminister en Minister van Justitie en Noordzee verzocht binnen een termijn van dertig dagen een advies te verstrekken over een ontwerp van koninklijk besluit 'tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen'.

Het ontwerp is door de vierde kamer onderzocht op 12 oktober 2022. De kamer was samengesteld uit Martine BAGUET, kamervoorzitter, Luc CAMBIER en Bernard BLERO, staatsraden, Sébastien VAN DROOGHENBROECK en Marianne DONY, assessoren, en Charles-Henri VAN HOVE, toegevoegd griffier.

Het verslag is uitgebracht door Stéphane TELLIER, eerste auditeur.

De overeenstemming tussen de Franse en de Nederlandse tekst van het advies is nagezien onder toezicht van Martine BAGUET.

Het advies, waarvan de tekst hierna volgt, is gegeven op 12 oktober 2022.

\*

Aangezien de adviesaanvraag ingediend is op basis van artikel 84, § 1, eerste lid, 2<sup>o</sup>, van de wetten 'op de Raad van State', gecoördineerd op 12 januari 1973, beperkt de afdeling Wetgeving overeenkomstig artikel 84, § 3, van de voornoemde gecoördineerde wetten haar onderzoek tot de rechtsgrond van het voorontwerp, de bevoegdheid van de steller van de handeling en de te vervullen voorafgaande vormvereisten.

Wat die drie punten betreft, geeft het voorontwerp aanleiding tot de volgende opmerkingen.

#### GEEDEELTELIJKE NIET-ONTVANKELIJKHEID VAN DE ADVIESAANVRAAG

Artikel 23 van het ontwerp heft de artikelen 1 tot 5 en 7 tot 11 op van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 'betreffende de voorwaarden voor het uitbaten van kansspelen en weddenschappen via informatiemaatschappij-instrumenten'.

Die bepalingen vinden rechtsgrond in artikel 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, van de wet van 7 mei 1999 'op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspel-inrichtingen en de bescherming van de speler'.

De rechtsgrond voor de opheffing ervan is dus ook in die bepaling te vinden.

Artikel 43/8, § 2, van de wet van 7 mei 1999 verplicht de Koning te handelen "bij een besluit vastgesteld na overleg in de Ministerraad".

Uit het aan de afdeling Wetgeving bezorgde dossier blijkt niet dat over de ontworpen bepaling een dergelijk overleg heeft plaatsgevonden.

Om die reden is de adviesaanvraag niet ontvankelijk wat artikel 23 van het ontwerp betreft.

#### ALGEMENE OPMERKINGEN

I. Onderzoek van de beperking van reclame als inbreuk op de fundamentele rechten en vrijheden en als belemmering van de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten in de zin van het recht van de Europese Unie

##### I.1. Toepasselijke beginselen

##### 1. Vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten in de Europese Unie

Het Hof van Justitie van de Europese Unie wijst er in het arrest *Corporación Dermostética SA v. To Me Group Advertising Media* op dat het "bij herhaling geoordeeld [heeft] dat als beperkingen van de in de artikelen [49 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU)] en [56 van het VWEU] neergelegde vrijheid van vestiging en vrijheid van dienstverrichting moeten worden beschouwd maatregelen die de uitoefening van die vrijheden verbieden, belemmeren of minder aantrekkelijk maken";(1) in die zaak heeft het Hof geoordeeld dat een strikte regeling inzake reclame die is ingesteld door een lidstaat van de Europese Unie, beschouwd moest worden als een nationale maatregel die de uitoefening van de door artikel 49 en artikel 56 van het VWEU gewaarborgde fundamentele vrijheden kan belemmeren of minder aantrekkelijk kan maken.(2)

In het licht van die rechtspraak lijkt het voorliggende ontwerp een maatregel te zijn die de uitoefening van de vrijheid van vestiging en van de vrijheid om diensten te verlenen kan belemmeren of minder aantrekkelijk kan maken, daar het een beperking van de reclame voor kansspelen en weddenschappen invoert.

Toutefois, la Cour admet de manière constante que les restrictions à ces libertés peuvent être admises pour des motifs de santé publique et des raisons impératives de protection des consommateurs, dans le but de prévenir l'assuétude des joueurs. Elle s'est prononcée dans son arrêt *Sporting Odds Ltd* du 28 février 2018, en dégagant les principes suivants :

« 20. [...] il convient de rappeler que la réglementation des jeux de hasard fait partie des domaines dans lesquels des divergences considérables d'ordre moral, religieux et culturel existent entre les États membres. En l'absence d'une harmonisation de l'Union européenne en la matière, il appartient à chaque État membre d'apprécier, dans ces domaines, selon sa propre échelle des valeurs, les exigences que comporte la protection des intérêts concernés (arrêt du 8 septembre 2009, *Liga Portuguesa de Futebol Profissional et Bwin International*, C—42/07, EU:C:2009:519, point 57 ainsi que jurisprudence citée).

21. Ensuite, il est constant que, dans le cadre d'une législation compatible avec le traité FUE, le choix des modalités d'organisation et de contrôle des activités d'exploitation et de pratique des jeux de hasard ou d'argent incombe aux autorités nationales dans le cadre de leur pouvoir d'appréciation (voir, en ce sens, arrêt du 8 septembre 2010, *Carmen Media Group*, C—46/08, EU:C:2010:505, point 59).

22. Enfin, la Cour a précisé que, en matière de jeux de hasard, il convient, en principe, d'examiner séparément pour chacune des restrictions imposées par une législation nationale notamment si elle est propre à garantir la réalisation du ou des objectifs invoqués par l'État membre concerné et si elle ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire pour l'atteindre (arrêt du 8 septembre 2010, *Carmen Media Group*, C—46/08, EU:C:2010:505, point 60).

[...]

25. En l'occurrence, le gouvernement hongrois invoque tant les motifs d'ordre public, de la santé publique et de la sécurité publique que les raisons impératives de protection des consommateurs, de prévention de l'assuétude et de la prévention de fraude afin de justifier le système dual de réglementation des jeux de hasard.

26. Il y a lieu de constater que de tels motifs sont susceptibles de justifier des restrictions aux activités de jeux de hasard tant en ce qui concerne le régime du monopole étatique sur certains types de tels jeux qu'en ce qui concerne le régime de concessions et d'autorisations pour l'organisation de jeux de hasard » (3).

La même Cour, dans l'ordonnance *Fluctus e.a.* du 18 mai 2021, considère par ailleurs ce qui suit :

« 46. À cet égard, il ressort d'une jurisprudence constante que, dans le cadre de l'examen de la proportionnalité d'une mesure restrictive dans le domaine des jeux de hasard, les juridictions nationales doivent effectuer une appréciation globale des circonstances entourant l'adoption et la mise en œuvre d'une réglementation restrictive et, dans le cadre de cette appréciation, vérifier notamment si les règles nationales répondent véritablement au souci de réduire les occasions de jeux, de limiter les activités dans ce domaine et de combattre la criminalité liée à ces jeux d'une manière cohérente et systématique (voir, en ce sens, arrêts du 30 avril 2014, *Pfleger e.a.*, C 390/12, EU:C:2014:281, points 39, 41, 47 à 49, ainsi que du 14 juin 2017, *Online Games e.a.*, C 685/15, EU:C:2017:452, points 49 à 52). Lors de ce contrôle de la proportionnalité, l'approche suivie par la juridiction nationale doit être non pas statique mais dynamique, en ce sens qu'elle doit tenir compte de l'évolution des circonstances postérieurement à l'adoption de ladite réglementation (arrêt du 14 juin 2017, *Online Games e.a.*, C 685/15, EU:C:2017:452, point 53) »(4).

## 2. Liberté d'expression

Les dispositions de l'arrêté royal en projet contiennent une limitation de la publicité pour les jeux de hasard et les paris exploités au moyen des instruments de la société de l'information et emportent ainsi des restrictions à la liberté d'expression des exploitants de ces types de jeux et paris.

Or, l'information à caractère commercial est protégée par la liberté d'expression garantie par l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (5) et par l'article 19 de la Constitution (6).

En vertu de l'article 10, paragraphe 2, de la Convention européenne des droits de l'homme, la liberté d'expression peut être soumise, sous certaines conditions, à des formalités, conditions, restrictions ou sanctions, en vue, notamment, de la protection de la santé publique, de la réputation ou des droits d'autrui. Les exceptions dont elle est assortie

Het Hof heeft evenwel steeds aanvaard dat beperkingen van die vrijheden kunnen worden toegestaan om redenen van volksgezondheid en om dwingende redenen van consumentenbescherming, ten einde gokverslaving te voorkomen. Het Hof heeft in zijn arrest *Sporting Odds Ltd* van 28 februari 2018 de volgende beginselen geformuleerd :

“20. (...) [er zij] aan herinnerd dat de regeling van kansspelen behoort tot de gebieden waarop er tussen de lidstaten aanzienlijke morele, religieuze en culturele verschillen bestaan. Bij gebreke van harmonisatie ter zake in de Europese Unie staat het aan elke lidstaat om op die gebieden overeenkomstig zijn eigen waardesysteem te beoordelen wat noodzakelijk is voor de bescherming van de betrokken belangen (arrest van 8 september 2009, *Liga Portuguesa de Futebol Profissional en Bwin International*, C 42/07, EU:C:2009:519, punt 57 en aldaar aangehaalde rechtspraak).

21. Voorts is het vaste rechtspraak dat in het kader van een wettelijke regeling die verenigbaar is met het VEU, de keuze van de wijze van organisatie en controle van de exploitatie en de beoefening van kans- of gokspelen tot de beoordelingsbevoegdheid van de nationale autoriteiten behoort (zie in die zin arrest van 8 september 2010, *Carmen Media Group*, C 46/08, EU:C:2010:505, punt 59).

22. Ten slotte heeft het Hof gepreciseerd dat op het gebied van kansspelen voor elk van de bij een nationale wettelijke regeling opgelegde beperkingen met name afzonderlijk moet worden onderzocht of zij geschikt is om de verwezenlijking van de door de lidstaat aangevoerde doelstelling(en) te waarborgen en of zij niet verder gaat dan voor de verwezenlijking daarvan noodzakelijk is (arrest van 8 september 2010, *Carmen Media Group*, C 46/08, EU:C:2010:505, punt 60).

(...)

25. In de onderhavige zaak worden door de Hongaarse regering zowel redenen van openbare orde, volksgezondheid en openbare veiligheid als dwingende redenen van consumentenbescherming, preventie van gokverslaving en fraudepreventie aangevoerd om het duale stelsel voor de regeling van kansspelen te rechtvaardigen.

26. Vastgesteld dient te worden dat die redenen beperkingen op kansspelactiviteiten kunnen rechtvaardigen, zowel wat het staatsmonopoliestelsel voor bepaalde soorten kansspelen betreft, als wat het stelsel van concessies en vergunningen voor de organisatie van kansspelen betreft.”(3)

In de beschikking *Fluctus e.a.* van 18 mei 2021 stelt dat Hof bovendien het volgende :

“46. À cet égard, il ressort d'une jurisprudence constante que, dans le cadre de l'examen de la proportionnalité d'une mesure restrictive dans le domaine des jeux de hasard, les juridictions nationales doivent effectuer une appréciation globale des circonstances entourant l'adoption et la mise en œuvre d'une réglementation restrictive et, dans le cadre de cette appréciation, vérifier notamment si les règles nationales répondent véritablement au souci de réduire les occasions de jeux, de limiter les activités dans ce domaine et de combattre la criminalité liée à ces jeux d'une manière cohérente et systématique (voir, en ce sens, arrêts du 30 avril 2014, *Pfleger e.a.*, C 390/12, EU:C:2014:281, points 39, 41, 47 à 49, ainsi que du 14 juin 2017, *Online Games e.a.*, C 685/15, EU:C:2017:452, points 49 à 52). Lors de ce contrôle de la proportionnalité, l'approche suivie par la juridiction nationale doit être non pas statique mais dynamique, en ce sens qu'elle doit tenir compte de l'évolution des circonstances postérieurement à l'adoption de ladite réglementation (arrêt du 14 juin 2017, *Online Games e.a.*, C 685/15, EU:C:2017:452, point 53).”(4)

## 2. Vrijheid van meningsuiting

De bepalingen van het ontworpen koninklijk besluit bevatten een beperking voor het maken van reclame voor de kansspelproducten en weddenschappen die worden geëxploiteerd door middel van instrumenten van de informatiemaatschappij en vormen aldus beperkingen op de vrijheid van meningsuiting van de exploitanten van dat soort kansspelen en weddenschappen.

Informatie met een commerciële inhoud wordt echter beschermd door de vrijheid van meningsuiting gewaarborgd bij artikel 10 van het Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden (5) en bij artikel 19 van de Grondwet.(6)

Krachtens artikel 10, lid 2, van het Europees Verdrag voor de rechten van de mens kan de vrijheid van meningsuiting onder bepaalde voorwaarden worden onderworpen aan bepaalde formaliteiten, voorwaarden, beperkingen of sancties, onder meer met het oog op de bescherming van de gezondheid, de bescherming van de goede naam



appellent toutefois « une interprétation étroite, et le besoin de la restreindre doit se trouver établi de manière contraignante » (7).

Une ingérence dans la liberté d'expression doit être prévue par une loi suffisamment accessible et précise. Elle doit donc être formulée en des termes clairs et suffisamment précis pour que chacun puisse – en s'entourant au besoin de conseils éclairés – prévoir, à un degré raisonnable, dans les circonstances de la cause, les conséquences d'un acte déterminé. Ces exigences ne peuvent cependant pas aboutir à une rigidité excessive, empêchant de tenir compte des circonstances ou conceptions sociales changeantes dans l'interprétation d'une norme législative (8).

Il convient ensuite de pouvoir démontrer que la restriction est nécessaire dans une société démocratique, qu'elle répond à un besoin social impérieux et qu'elle est proportionnée aux buts légitimes poursuivis.

### 3. Droit de propriété

S'agissant de la mesure restrictive de publicité prévue à l'article 7 du projet, la question du respect du droit de propriété, garanti par l'article 16 de la Constitution et l'article 1<sup>er</sup> du Premier Protocole additionnel à la Convention européenne des droits de l'homme, doit également être examinée.

Dans son arrêt n° 183/2021 du 16 décembre 2021, la Cour constitutionnelle a jugé à ce propos :

« B.6.1. L'article 16 de la Constitution dispose : 'Nul ne peut être privé de sa propriété que pour cause d'utilité publique, dans les cas et de la manière établis par la loi, et moyennant une juste et préalable indemnité'.

L'article 1<sup>er</sup> du Premier Protocole additionnel à la Convention européenne des droits de l'homme dispose :

'Toute personne physique ou morale a droit au respect de ses biens. Nul ne peut être privé de sa propriété que pour cause d'utilité publique et dans les conditions prévues par la loi et les principes généraux du droit international. Les dispositions précédentes ne portent pas atteinte au droit que possèdent les États de mettre en vigueur les lois qu'ils jugent nécessaires pour réglementer l'usage des biens conformément à l'intérêt général ou pour assurer le paiement des impôts ou d'autres contributions ou des amendes'.

B.6.2. L'article 1<sup>er</sup> du Premier Protocole additionnel à la Convention européenne des droits de l'homme ayant une portée analogue à celle de l'article 16 de la Constitution, les garanties qu'il contient forment un ensemble indissociable avec celles qui sont inscrites dans l'article 16 de la Constitution, de sorte que la Cour en tient compte lors de son contrôle de la disposition en cause.

B.6.3. L'article 1<sup>er</sup> du Protocole précité offre une protection non seulement contre une expropriation ou une privation de propriété (premier alinéa, deuxième phrase) mais également contre toute ingérence dans le droit au respect des biens (premier alinéa, première phrase) et tout règlement de l'usage des biens (alinéa 2).

B.6.4. La propriété intellectuelle, telle une marque, est également protégée par l'article 1<sup>er</sup> du Protocole précité (CEDH, grande chambre, 11 janvier 2007, *Anheuser-Busch Inc. c. Portugal*, §§ 66-72; 16 avril 2019, *Kamoy Radyo Televizyon Yayincilik ve Organizasyon A.S. c. Turquie*, §§ 37-38).

B.6.5. Toute ingérence dans le droit de propriété doit être établie par une loi suffisamment accessible et précise. Elle doit être formulée en des termes clairs et suffisamment précis pour que chacun puisse – en s'entourant au besoin de conseils éclairés – prévoir, à un degré raisonnable, dans les circonstances de la cause, les conséquences d'un acte déterminé, tout en évitant une rigidité excessive, empêchant de tenir compte des circonstances ou conceptions sociales changeantes dans l'interprétation d'une norme législative (CEDH, grande chambre, 11 décembre 2018, *Lekic. Sloveńie*, §§ 94-95; grande chambre, 7 juin 2012, *Centro Europa 7 S.r.l. et Di Stefano c. Italie*, §§ 187-188).

Toute ingérence dans le droit de propriété doit réaliser un juste équilibre entre les impératifs de l'intérêt général et ceux de la protection du droit au respect des biens. Il faut qu'existe un rapport raisonnable de proportionnalité entre les moyens employés et le but poursuivi ».

of de rechten van anderen. Uitzonderingen op die vrijheid van meningsuiting dienen echter "eng te worden geïnterpreteerd, en de noodzaak om haar te beperken moet op overtuigende wijze worden aangetoond".(7)

Een inmenging in de vrijheid van meningsuiting dient te worden vastgesteld bij een voldoende toegankelijke en nauwkeurige wet. Zij dient bijgevolg in duidelijke en voldoende nauwkeurige bewoordingen te worden geformuleerd, die het mogelijk maken dat eenieder – desnoods met gepast advies – in de gegeven context in redelijke mate de gevolgen van zijn handelen kan voorzien. Die vereisten mogen evenwel niet leiden tot overdreven rigiditeit die zou verhinderen dat bij de interpretatie van een wettelijke norm rekening wordt gehouden met veranderende omstandigheden of opvattingen.(8)

Vervolgens moet kunnen worden aangetoond dat de beperking noodzakelijk is in een democratische samenleving, dat ze aan een dwingende sociale noodwendigheid beantwoordt en evenredig blijft aan de legitieme doelen die daarmee worden nagestreefd.

### 3. Eigendomsrecht

Wat betreft de reclamebeperkende maatregel bedoeld in artikel 7 van het ontwerp, moet ook de kwestie van het ongestoord genot van het eigendomsrecht, dat wordt gewaarborgd bij artikel 16 van de Grondwet en bij artikel 1 van het Eerste Aanvullend Protocol bij het Europees Verdrag voor de rechten van de mens, worden onderzocht.

In zijn arrest nr. 183/2021 van 16 december 2021 heeft het Grondwettelijk Hof dienaangaande het volgende geoordeeld:

"B.6.1. Artikel 16 van de Grondwet bepaalt: 'Niemand kan van zijn eigendom worden ontzet dan ten algemene nutte, in de gevallen en op de wijze bij de wet bepaald en tegen billijke en voorafgaande schadeloosstelling.'

Artikel 1 van het Eerste Aanvullend Protocol bij het Europees Verdrag voor de rechten van de mens bepaalt:

'Alle natuurlijke of rechtspersonen hebben recht op het ongestoord genot van hun eigendom. Niemand zal van zijn eigendom worden beroofd behalve in het algemeen belang en met inachtneming van de voorwaarden neergelegd in de wet en in de algemene beginselen van het internationaal recht. De voorgaande bepalingen zullen echter op geen enkele wijze het recht aantasten dat een Staat heeft om die wetten toe te passen welke hij noodzakelijk oordeelt om toezicht uit te oefenen op het gebruik van eigendom in overeenstemming met het algemeen belang of om de betaling van belastingen of andere heffingen en boeten te verzekeren.'

B.6.2. Aangezien artikel 1 van het Eerste Aanvullend Protocol bij het Europees Verdrag voor de rechten van de mens een draagwijdte heeft die analoog is met die van artikel 16 van de Grondwet, vormen de erin vervatte waarborgen een onlosmakelijk geheel met die welke zijn opgenomen in artikel 16 van de Grondwet, zodat het Hof, bij zijn toetsing van de bestreden bepalingen, ermee rekening houdt.

B.6.3. Artikel 1 van het voormelde Protocol biedt niet alleen bescherming tegen een onteigening of een eigendomsberoving (eerste alinea, tweede zin), maar ook tegen elke verstoring van het genot van de eigendom (eerste alinea, eerste zin) en elke regeling van het gebruik van de eigendom (tweede alinea).

B.6.4. Intellectuele eigendom zoals een handelsmerk valt eveneens onder de bescherming van artikel 1 van het voormelde Protocol (EHRM, grote kamer, 11 januari 2007, *Anheuser-Busch Inc. t. Portugal*, §§ 66-72; 16 april 2019, *Kamoy Radyo Televizyon Yayincilik ve Organizasyon A.S. t. Turkije*, §§ 37-38).

B.6.5. Elke inmenging in het eigendomsrecht dient bij een voldoende toegankelijke en nauwkeurige wet te worden vastgesteld. Zij dient in duidelijke en voldoende nauwkeurige bewoordingen te worden geformuleerd die het mogelijk maken dat eenieder – desnoods met gepast advies – in de gegeven context in redelijke mate de gevolgen van zijn handelen kan voorzien zonder te vervallen in overdreven rigiditeit die zou verhinderen dat bij de interpretatie van een wettelijke norm rekening wordt gehouden met veranderende omstandigheden of opvattingen (EHRM, grote kamer, 11 december 2018, *Lekic t. Sloveńie*, §§ 94-95; grote kamer, 7 juni 2012, *Centro Europa 7 S.r.l. en Di Stefano t. Italië*, §§ 187-188).

Elke inmenging in het eigendomsrecht moet een billijk evenwicht vertonen tussen de vereisten van het algemeen belang en die van de bescherming van het recht op het ongestoord genot van de eigendom. Er moet een redelijk verband van evenredigheid bestaan tussen de angewende middelen en het nagestreefde doel."

#### 4. La liberté d'entreprendre

La réglementation restrictive de la publicité sur les jeux de hasard envisagée est susceptible de porter atteinte à la liberté d'entreprendre des opérateurs dans le domaine des jeux de hasard, souhaitant légalement exercer leur activité sur le territoire de la Belgique.

Ainsi que le rappelle la Cour constitutionnelle dans l'arrêt n° 183/2021 :

« B.7.1. La liberté d'entreprendre, telle qu'elle est notamment visée à l'article II.3 du Code de droit économique et dans le décret d'Allarde du 2-17 mars 1791, abrogé, qui visait la liberté de commerce et d'industrie, a régulièrement servi de norme de référence à la Cour dans son contrôle du respect des articles 10 et 11 de la Constitution. Cette liberté doit s'exercer dans le respect des traités internationaux en vigueur en Belgique, du cadre normatif général de l'Union économique et de l'unité monétaire tel qu'établi par ou en vertu des traités internationaux et de la loi' (article II.4 du même Code).

B.7.2. La liberté d'entreprendre précitée est dès lors étroitement liée à la liberté d'entreprendre qui est garantie par l'article 16 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne.

Dès lors que l'article 16 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne a une portée analogue à celle de la liberté d'entreprendre, la Cour tient compte des garanties contenues dans cette disposition dans le cadre de son contrôle [...].

B.7.3. La liberté d'entreprendre ne peut être conçue comme une liberté absolue. Elle ne fait pas obstacle à ce que la loi, le décret ou l'ordonnance règle l'activité économique des personnes et des entreprises.

Les mesures nationales susceptibles de gêner ou de rendre moins attrayant l'exercice des libertés fondamentales garanties par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne et par le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne peuvent néanmoins être admises dès lors qu'elles sont instaurées par la loi et qu'elles respectent la substance de ces droits et libertés, qu'elles répondent à des raisons impérieuses d'intérêt général ou aux exigences de la protection des droits et libertés d'autrui, qu'elles sont propres à garantir la réalisation de l'objectif qu'elles poursuivent et qu'elles ne vont pas au-delà de ce qui est nécessaire pour l'atteindre (CJUE, grande chambre, 13 novembre 2018, C-33/17, *Cepelnik d.o.o.*, point 42 ; grande chambre, 22 janvier 2013, C-283/11, *Sky Österreich GmbH*, points 45-50 ; 4 mai 2016, C-477/14, *Pillbox 38*, points 157-160). Par conséquent, le législateur compétent n'interviendrait de manière déraisonnable que s'il limitait la liberté d'entreprendre sans aucune nécessité ou si cette limitation était disproportionnée au but poursuivi ».

#### I.2. Examen de la réglementation envisagée au regard des principes

1.1. Il ne peut être contesté, *a fortiori* compte tenu des éléments mentionnés dans le rapport au Roi, que les restrictions aux libertés et droits fondamentaux et aux libertés garanties par le droit de l'Union européenne, rappelés ci-avant, et telles qu'envisagées par le projet à l'examen, poursuivent un objectif légitime de protection de la santé publique et de protection des consommateurs, en particulier les mineurs d'âge, consistant plus précisément, en l'espèce, à prévenir l'assuétude des joueurs.

1.2. Il convient également de rappeler que conformément à la jurisprudence européenne en la matière (9), chaque État membre dispose d'un large pouvoir d'appréciation quant aux mesures qu'il envisage de mettre en œuvre de manière à atteindre son objectif de santé publique et de protection des joueurs.

1.3. S'agissant de la question de la proportionnalité de mesures restrictives prévues en matière de publicité sur les jeux de hasard au regard de l'objectif légitime poursuivi, la section du contentieux administratif du Conseil d'État a jugé, par son arrêt n° 254.128 du 27 juin 2022 (10), à propos des mesures prévues dans l'arrêté royal du 25 octobre 2018 (11), ce qui suit :

« Le rapport au Roi précédant l'arrêté attaqué expose qu'il convient d'éviter toute incitation des joueurs à gaspiller de l'argent et que l'adoption de règles plus strictes est raisonnablement justifiée à l'égard d'un type de jeu présentant un risque élevé de dépendance et de gaspillage d'argent. Sur ce dernier point, le même rapport indique que 'Des études scientifiques démontrent que certains types de jeux de hasard induisent un risque de dépendance plus élevé que d'autres. Les jeux de hasard ayant un taux de redistribution élevé et pour lesquels l'intervalle de temps entre la mise et le résultat est très court, comme

#### 4. Vrijheid van ondernemen

De voorgenomen restrictieve regelgeving inzake reclame voor kansspelen kan afbreuk doen aan de vrijheid van ondernemen van de operatoren die actief zijn op het gebied van kansspelen, die hun activiteit rechtmatig op het Belgisch grondgebied wensen uit te oefenen.

Het Grondwettelijk Hof heeft in zijn arrest nr. 183/2021 van 16 december 2021 het volgende geoordeeld:

“B.7.1. De vrijheid van ondernemen, zoals onder meer bedoeld in artikel II.3 van het Wetboek van economisch recht en het opgeheven decreet d'Allarde van 2-17 maart 1791, dat de vrijheid van handel en nijverheid beoogde, heeft het Hof reeds meermaals in zijn toetsing aan de artikelen 10 en 11 van de Grondwet betrokken. Die vrijheid moet worden uitgeoefend met inachtneming van de in België van kracht zijnde internationale verdragen, van het algemeen normatief kader van de economische unie en de monetaire eenheid zoals vastgesteld door of krachtens de internationale verdragen en de wet' (artikel II.4 van hetzelfde Wetboek).

B.7.2. De voormelde vrijheid van ondernemen is derhalve nauw verwant met de vrijheid van ondernemerschap, die door artikel 16 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie wordt gewaarborgd.

Aangezien artikel 16 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie een draagwijdte heeft die analoog is met die van de vrijheid van ondernemen, houdt het Hof, bij zijn toetsing van de bestreden bepalingen, rekening met de erin vervatte waarborgen (...).

B.7.3. De vrijheid van ondernemen kan niet als een absolute vrijheid worden opgevat. Zij belet niet dat de wet, het decreet of de ordonnantie de economische bedrijvigheid van personen en ondernemingen regelt.

Nationale maatregelen die het gebruik van de in het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie en het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie gewaarborgde fundamentele vrijheden kunnen belemmeren of minder aantrekkelijk kunnen maken, zijn niettemin toelaatbaar indien zij bij wet worden ingevoerd alsook de wezenlijke inhoud van die rechten en vrijheden eerbiedigen, een rechtvaardiging vinden in dwingende redenen van algemeen belang of [beantwoorden] aan de eisen van bescherming van de rechten en vrijheden van anderen, geschikt zijn om de verwezenlijking van het beoogde doel te waarborgen en niet verder gaan dan noodzakelijk is om dat doel te bereiken (HvJ, grote kamer, 13 november 2018, C-33/17, *Cepelnik d.o.o.*, punt 42; grote kamer, 22 januari 2013, C-283/11, *Sky Österreich GmbH*, punten 45-50; 4 mei 2016, C-477/14, *Pillbox 38*, punten 157-160). De bevoegde wetgever zou derhalve pas onredelijk optreden indien hij de vrijheid van ondernemen zou beperken zonder dat daartoe enige noodzaak bestaat of indien die beperking onevenredig zou zijn met het nagestreefde doel.”

#### I.2. Onderzoek van de beoogde regeling in het licht van de beginselen

1.1. Het valt niet te betwisten, *a fortiori* rekening houdend met de elementen die in het verslag aan de Koning worden vermeld, dat de beperkingen die het voorliggende ontwerp wil invoeren betreffende de fundamentele rechten en vrijheden en de bij het Europees recht gewaarborgde vrijheden die hierboven in herinnering zijn gebracht, een legitiem doel nastreven inzake de bescherming van de volksgezondheid en van de consumenten – in het bijzonder minderjarigen – die er, *in casu*, meer bepaald in bestaat om verslaving bij de spelers te voorkomen.

1.2. Er dient eveneens aan te worden herinnerd dat, overeenkomstig de Europese rechtspraak ter zake,(9) elke lidstaat over een ruime beoordelingsbevoegdheid beschikt met betrekking tot de maatregelen die hij wil implementeren om zijn doelen inzake volksgezondheid en bescherming van de spelers te realiseren.

1.3. Wat betreft de kwestie van de evenredigheid van de voorziene restrictieve maatregelen inzake reclame voor kansspelen ten aanzien van het nagestreefde legitieme doel, heeft de afdeling Bestuursrecht-spraak van de Raad van State in arrest nr. 254.128 van 27 juni 2022,(10) aangaande de maatregelen waarin voorzien was in het koninklijk besluit van 25 oktober 2018,(11) het volgende geoordeeld:

“Le rapport au Roi précédant l'arrêté attaqué expose qu'il convient d'éviter toute incitation des joueurs à gaspiller de l'argent et que l'adoption de règles plus strictes est raisonnablement justifiée à l'égard d'un type de jeu présentant un risque élevé de dépendance et de gaspillage d'argent. Sur ce dernier point, le même rapport indique que 'Des études scientifiques démontrent que certains types de jeux de hasard induisent un risque de dépendance plus élevé que d'autres. Les jeux de hasard ayant un taux de redistribution élevé et pour lesquels l'intervalle de temps entre la mise et le résultat est très court, comme

par exemple les machines à sous, font partie de jeux de hasard les plus risqués. Les paris sportifs peuvent eux aussi présenter un profil de risque accru, par exemple dans le cas de paris en direct. Il est par conséquent proportionnellement et raisonnablement justifié d'imposer des règles plus strictes pour les jeux de hasard pour lesquels ces facteurs de risque sont inhérents. Les jeux de hasard caractérisés par un taux de redistribution moins élevé, un intervalle de temps plus long entre la mise et le résultat ou qui sont purement basés sur le hasard présentent en soi un moins grand risque de dépendance'.

[...]

Les restrictions en termes de publicité et de conditions de participation prévues par l'arrêté attaqué sont de nature à atteindre, fût-ce imparfaitement, l'objectif de protection ainsi poursuivi puisqu'elles limitent le risque que les joueurs soient poussés à jouer ou, s'ils jouent, qu'ils développent un comportement addictif.

La seule circonstance que les mesures attaquées soient de nature à entraîner une diminution conséquente du chiffre d'affaires que les titulaires de licences 'supplémentaires' tirent des activités exploitées au travers des instruments de la société de la communication n'implique pas qu'elles seraient disproportionnées.

De même, la circonstance que les mesures adoptées puissent ne pas être respectées n'implique ni que ces mesures, si elles sont respectées, ne sont pas efficaces, ni que l'autorité ne pouvait décider de les adopter puisqu'en tout état de cause, leur existence peut constituer un frein à la pratique du jeu.

Le fait que les autorités infligent peu de sanctions aux opérateurs de jeu illégal ou que ceux-ci puissent capter une partie de la clientèle qui serait confrontée aux restrictions instaurées par l'autorité n'implique pas davantage que les pouvoirs publics devraient renoncer à prendre des mesures restrictives à l'égard des opérateurs de jeu légal si ces mesures sont de nature à permettre d'atteindre des objectifs légitimes qu'ils se fixeraient. En effet, sauf à priver l'autorité de toute possibilité d'agir sur les modalités dans lesquelles une activité de jeu de hasard est licitement exercée, le simple fait que l'adoption de mesures puisse entraîner un transfert d'une partie de cette activité vers des opérateurs de jeu illégal n'entraîne pas que ces mesures sont, elles-mêmes, illégales.

Enfin, si les parties requérantes font certes état d'autres mesures de nature à limiter le risque d'addiction au jeu, elles n'établissent ni que ces autres mesures seraient aussi efficaces que les mesures adoptées par la partie adverse ni que celle-ci aurait commis une erreur manifeste d'appréciation en les adoptant, c'est-à-dire qu'elle aurait opéré un choix qu'aucune autre autorité placée dans les mêmes circonstances n'aurait fait.

[...]

Ces interdictions ont donc pour objectif d'éviter un accès trop aisé au jeu et l'addiction qui peut en découler, objectif dont la légitimité n'est pas mise en cause par les parties.

Si les parties requérantes indiquent que d'autres mesures que l'interdiction de ces types de publicité pourraient permettre d'atteindre cet objectif, elles invitent en réalité le Conseil d'État à substituer son appréciation à celle de l'autorité sur l'opportunité de la mesure qui a été prise, ce qu'il ne lui appartient pas de faire, sauf s'il constate l'existence d'une erreur manifeste d'appréciation [...] ».

1.4. En ce qui concerne la proportionnalité des restrictions prévues par la réglementation à l'examen, il y a lieu de se référer aux éléments de justification figurant dans le rapport au Roi le quel, ainsi qu'il l'indique, a été complété suite à l'avis circonstancié reçu de la part de l'État maltais dans le cadre de la procédure de notification 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'.

Il ressort du rapport au Roi que l'auteur du projet s'est fondé sur des études relatives à l'effet néfaste de la publicité pour les jeux de hasard sur les adultes et surtout sur les jeunes, ainsi que sur un avis du Conseil supérieur de la santé recommandant l'interdiction des publicités pour les jeux de hasard. Les restrictions prévues par l'auteur du projet n'interdisent pas totalement la publicité pour les jeux de hasard mais limitent celle-ci.

Selon les éléments qui figurent dans le rapport au Roi, les restrictions envisagées reposent sur un consensus quant à la légitimité de l'objectif de santé publique, de protection des mineurs et de lutte contre l'assuétude au jeu qu'elles poursuivent, ainsi que sur un constat scientifique suffisamment établi quant à l'impact néfaste de la publicité pour les jeux de hasard, surtout sur les jeunes, et sur la nécessité d'une limitation de ce type de publicité.

par exemple les machines à sous, font partie de jeux de hasard les plus risqués. Les paris sportifs peuvent eux aussi présenter un profil de risque accru, par exemple dans le cas de paris en direct. Il est par conséquent proportionnellement et raisonnablement justifié d'imposer des règles plus strictes pour les jeux de hasard pour lesquels ces facteurs de risque sont inhérents. Les jeux de hasard caractérisés par un taux de redistribution moins élevé, un intervalle de temps plus long entre la mise et le résultat ou qui sont purement basés sur le hasard présentent en soi un moins grand risque de dépendance'.

(...)

Les restrictions en termes de publicité et de conditions de participation prévues par l'arrêté attaqué sont de nature à atteindre, fût-ce imparfaitement, l'objectif de protection ainsi poursuivi puisqu'elles limitent le risque que les joueurs soient poussés à jouer ou, s'ils jouent, qu'ils développent un comportement addictif.

La seule circonstance que les mesures attaquées soient de nature à entraîner une diminution conséquente du chiffre d'affaires que les titulaires de licences 'supplémentaires' tirent des activités exploitées au travers des instruments de la société de la communication n'implique pas qu'elles seraient disproportionnées.

De même, la circonstance que les mesures adoptées puissent ne pas être respectées n'implique ni que ces mesures, si elles sont respectées, ne sont pas efficaces, ni que l'autorité ne pouvait décider de les adopter puisqu'en tout état de cause, leur existence peut constituer un frein à la pratique du jeu.

Le fait que les autorités infligent peu de sanctions aux opérateurs de jeu illégal ou que ceux-ci puissent capter une partie de la clientèle qui serait confrontée aux restrictions instaurées par l'autorité n'implique pas davantage que les pouvoirs publics devraient renoncer à prendre des mesures restrictives à l'égard des opérateurs de jeu légal si ces mesures sont de nature à permettre d'atteindre des objectifs légitimes qu'ils se fixeraient. En effet, sauf à priver l'autorité de toute possibilité d'agir sur les modalités dans lesquelles une activité de jeu de hasard est licitement exercée, le simple fait que l'adoption de mesures puisse entraîner un transfert d'une partie de cette activité vers des opérateurs de jeu illégal n'entraîne pas que ces mesures sont, elles-mêmes, illégales.

Enfin, si les parties requérantes font certes état d'autres mesures de nature à limiter le risque d'addiction au jeu, elles n'établissent ni que ces autres mesures seraient aussi efficaces que les mesures adoptées par la partie adverse ni que celle-ci aurait commis une erreur manifeste d'appréciation en les adoptant, c'est-à-dire qu'elle aurait opéré un choix qu'aucune autre autorité placée dans les mêmes circonstances n'aurait fait.

(...)

Ces interdictions ont donc pour objectif d'éviter un accès trop aisé au jeu et l'addiction qui peut en découler, objectif dont la légitimité n'est pas mise en cause par les parties.

Si les parties requérantes indiquent que d'autres mesures que l'interdiction de ces types de publicité pourraient permettre d'atteindre cet objectif, elles invitent en réalité le Conseil d'État à substituer son appréciation à celle de l'autorité sur l'opportunité de la mesure qui a été prise, ce qu'il ne lui appartient pas de faire, sauf s'il constate l'existence d'une erreur manifeste d'appréciation (...)."

1.4. Wat betreft de evenredigheid van de beperkingen waarin de voorliggende regeling voorziet, dient te worden verwezen naar de verantwoording in het verslag aan de Koning, dat naar eigen zeggen is aangevuld ingevolge het uitvoerig advies vanwege de staat Malta in het kader van de aanmeldingsprocedure 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'.

Uit het verslag aan de Koning volgt dat de steller van het ontwerp zich heeft gebaseerd op onderzoeken naar de nefaste invloed die reclame voor kansspelen op volwassenen en vooral op jongeren uitoefent, alsook op een advies van de Hoge Gezondheidsraad dat een verbod op reclame voor kansspelen aanbeveelt. De beperkingen waarin de steller van het ontwerp voorziet, houden geen totaalverbod op reclame voor kansspelen in maar leggen die reclame wel aan banden.

Volgens de gegevens in het verslag aan de Koning berusten de boogde beperkingen op een consensus over de legitimiteit van het nagestreefde doel inzake volksgezondheid, bescherming van minderjarigen en bestrijding van gokverslaving, alsook op een afdoend onderbouwde wetenschappelijke vaststelling aangaande de nefaste invloed van reclame voor kansspelen, vooral op jongeren, en op de noodzaak dat type reclame te beperken.



Sur la base des éléments qui figurent au dossier, et sous réserve des observations générales formulées ci-après, la section de législation estime que les restrictions apportées à la publicité pour les jeux de hasard telle que prévues par le projet reposent en leur principe sur une justification objective et raisonnable et apparaissent donc en leur principe proportionnées au regard de l'objectif poursuivi.

En outre, et sous réserve de ce qui est exposé ci-après, la réglementation envisagée peut être considérée comme conforme aux articles 49 et 56 du TFUE dans la mesure où l'auteur du projet établit que celle-ci, qui restreint la liberté d'établissement et la libre prestation des services, poursuit effectivement, de manière cohérente et systématique, les objectifs de santé publique, de protection des mineurs et des joueurs et de lutte contre l'assuétude au jeu.

2.1. Au regard de cette conclusion, certaines dispositions du projet appellent toutefois des critiques : tel est le cas des articles 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 3, 3<sup>o</sup>, et 17, alinéa 1<sup>er</sup>.

2.2. S'agissant de l'article 1<sup>er</sup>, invitée indiquer les raisons pour lesquelles les titulaires de licence de classe E y sont visés, la déléguée du Ministre a indiqué ce qui suit :

« Les titulaires d'une licence E doivent pouvoir faire de la publicité dans le cadre de l'article 4 (business to business) ».

L'objectif de santé publique qui sous-tend la limitation stricte de la publicité telle qu'envisagée par le projet, visant à protéger les mineurs et les joueurs « à risque », la section de législation n'aperçoit pas les raisons pour lesquelles les titulaires de licence de classe E devraient être soumis à cette réglementation, dès lors que la cible de leurs publicités ne relève pas des catégories de personnes concernées par la restriction mais exclusivement des personnes travaillant dans le secteur des jeux de hasard (12).

Par ailleurs, dès lors que la publicité faite par les titulaires de licence de classe E est supposée ne pouvoir porter que sur les activités des titulaires de cette licence, elle paraît constituer par définition une publicité dite « business to business », qu'autorise l'article 4 du projet, de sorte que l'inclusion des titulaires de licence de classe E dans le champ d'application de la réglementation en projet se traduirait par une absence d'effet juridique concret de la réglementation à leur égard.

Il semble toutefois devoir être déduit de la réponse de la déléguée du Ministre que la mention des titulaires d'une licence de classe E à l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, du projet se justifie par le fait que le projet d'arrêté entend déterminer de manière exhaustive quels titulaires de licence sont autorisés à faire de la publicité pour les jeux de hasard (voir l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 2, du projet), ce qui nécessite effectivement de faire mention des titulaires d'une licence de classe E parmi les titulaires de licence autorisés à faire de la publicité.

Si telle est la portée du projet en ce qui concerne les titulaires de la licence de classe E, il serait souhaitable de compléter le rapport au Roi afin d'y exprimer le motif de l'inclusion des titulaires d'une licence de classe E dans le champ d'application du projet, ainsi que la portée juridique de cette inclusion, ces personnes étant autorisées à faire de la publicité conformément à l'article 4 et, dans ce contexte spécifique, sans restriction particulière (13).

Si, au contraire, l'intention devait être de soumettre ces titulaires de licence de classe E à l'ensemble des restrictions prévues par l'arrêté à l'examen, une telle applicabilité ne pourrait être considérée comme admissible dès lors qu'elle n'apparaît pas nécessaire au regard de l'objectif de prévention des assuétudes dans le chef des joueurs ici poursuivi.

2.3. La définition de la notion de « publicité », prévue à l'article 3, 3<sup>o</sup>, du projet apparaît largement formulée en ce qu'elle vise toute forme de communication ou d'action qui vise directement ou indirectement à « acquérir de la notoriété », quels que soient le lieu, les moyens ou les techniques utilisés.

Cette définition est plus large que celle figurant à l'article I.8., 13<sup>o</sup>, du Code de droit économique (14) et semble susceptible de viser des communications étrangères à de la publicité pour les jeux de hasard, tel l'interview dans la presse d'un titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup>. Il ne paraît pas justifié de qualifier de telles situations de « publicité » au sens de la réglementation en projet, compte tenu de leur impact de prime abord très limité, voire inexistant, sur le comportement des personnes à risque.

La définition de la notion de publicité sera revue de manière à exclure de telles situations de son champ d'application.

Op basis van de gegevens in het dossier, en onder voorbehoud van de hierna geformuleerde algemene opmerkingen, meent de afdeling Wetgeving dat de beperkingen van reclame voor kansspelen zoals het ontwerp die oplegt, in principe berusten op een objectieve en redelijke verantwoording en dus in principe evenredig lijken met het nagestreefde doel.

Bovendien, en onder voorbehoud van wat hierna wordt uiteengezet, kan de beoogde regeling worden beschouwd als conform de artikelen 49 en 56 van het VWEU, in zoverre de steller van het ontwerp aantoont dat die regeling, die de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten inperkt, daadwerkelijk en op coherente en systematische wijze de doelen nastreeft inzake volksgezondheid, bescherming van minderjarigen en bestrijding van gokverslaving.

2.1. In het licht van die conclusie staan sommige bepalingen van het ontwerp evenwel bloot aan kritiek: dat is het geval met de artikelen 1, eerste lid, 3, 3<sup>o</sup>, en 17, eerste lid.

2.2. Op de vraag waarom artikel 1 de houders van een vergunning klasse E vermeldt, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord:

“Les titulaires d'une licence E doivent pouvoir faire de la publicité dans le cadre de l'article 4 (business to business).”

Aangezien de doelstelling inzake volksgezondheid, die aan de grondslag ligt van de strikte reclamebeperking zoals het ontwerp die in het vooruitzicht stelt, ertoe strekt jongeren en risicospelers te beschermen, ziet de afdeling Wetgeving niet in om welke redenen houders van een vergunning klasse E zouden moeten worden onderworpen aan die regeling, daar het doelpubliek van hun reclame niet valt onder de categorieën van de door de beperkingen getroffen personen maar uitsluitend onder de categorie van personen die in de kansspelsector werken.(12)

Aangezien de reclame die de houders van een vergunning klasse E maken, verondersteld wordt alleen te mogen slaan op activiteiten van de houders van die vergunning, lijkt hij bovendien per definitie een zogeheten “business-to-businessreclame” te zijn. Deze wordt toegestaan door artikel 4 van het ontwerp, zodat het feit dat de houders van een vergunning klasse E onder het toepassingsgebied van de ontworpen regeling vallen, erop zou neerkomen dat de regeling voor hen geen concreet juridisch gevolg zou hebben.

Uit het antwoord van de gemachtigde van de minister lijkt men evenwel te moeten afleiden dat de vermelding van de houders van een vergunning klasse E in artikel 1, eerste lid, van het ontwerp gerechtvaardigd wordt door het feit dat het ontwerpbesluit op exhaustieve wijze beoogt te bepalen welke vergunninghouders reclame mogen maken voor kansspelen (zie artikel 1, tweede lid, van het ontwerp), wat het inderdaad noodzakelijk maakt de houders van een vergunning klasse E te vermelden als vergunninghouders die reclame mogen maken.

Als dat de strekking van het ontwerp is met betrekking tot de houders van een vergunning klasse E, verdient het aanbeveling het verslag aan de Koning aan te vullen zodat dat de reden aangeeft waarom de houders van een vergunning klasse E onder het toepassingsgebied van het ontwerp vallen, en zodat het eveneens de juridische draagwijdte daarvan weergeeft, aangezien die personen overeenkomstig artikel 4 toestemming hebben om reclame te maken en dit, in die specifieke context, zonder enige beperking.(13)

Als het daarentegen de bedoeling zou zijn om die houders van een vergunning klasse E te onderwerpen aan alle beperkingen waarin het ontwerp voorziet, kan een dergelijke toepasbaarheid niet toelaatbaar worden geacht aangezien ze niet noodzakelijk lijkt ten aanzien van het hier nagestreefde doel de spelers te behoeden voor gokverslaving.

2.3. De definitie van het begrip “reclame” in artikel 3, 3<sup>o</sup>, van het ontwerp lijkt ruim geformuleerd in zoverre ze betrekking heeft op elke vorm van communicatie of handeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft “naambekendheid te verwerven”, ongeacht de plaats, de middelen of de gebruikte technieken.

Die definitie is ruimer dan die in artikel I.8., 13<sup>o</sup>, van het Wetboek van economisch recht,(14) en lijkt te kunnen slaan op communicatiemiddelen die niets te maken hebben met reclame voor kansspelen, zoals bijvoorbeeld een interview in de pers met een vergunninghouder bedoeld in artikel 1. Het lijkt niet gerechtvaardigd dergelijke situaties te bestempelen als “reclame” in de zin van de ontworpen regeling, rekening houdend met hun erg beperkte, of zelfs onbestaande, onmiddellijke impact op het gedrag van de risicopersonen.

De definitie van het begrip “reclame” moet worden herzien zodat ze niet op dergelijke situaties kan slaan.

2.4. L'article 17, alinéa 1<sup>er</sup>, prévoit que la publicité « ne peut pas représenter de personnes physiques ou de personnages fictifs ». Au vu de cette interdiction formulée de manière très large, la déléguée du Ministre a été invitée à préciser quelles sont encore les possibilités, pour un titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup>, d'illustrer l'événement sportif, la compétition ou ne fut-ce que la discipline sportive pour lesquels, par exemple, il offre une possibilité de jeux de hasard, par recours à des images de personnages fictifs ou réels, même inconnus, et ce qu'il s'agisse de jeux de hasard proposés en ligne ou non ; elle a répondu comme suit :

« Zoals vermeld in het verslag aan de Koning brengt het gebruik van bekende persoonlijkheden, zoals sporters, acteurs of influencers, 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. Reclame beïnvloedt het gokgedrag en zet spelers aan tot intensiever te gokken. Het gebruik van beroemdheden versterkt deze invloed en draagt bij tot de normalisering van het gokken.

Voor de bescherming van het algemeen belang, de consument en de spelers is het verantwoord om hier een extra beperking op te leggen, namelijk om het gebruik van personages te verbieden. Deze maatregel moet een einde stellen de imagoreclame, waarvan de vergunninghouders vaak gebruik maken en waarvoor vooral jongeren vatbaar zijn. Bij imagoreclame wordt rond gokken vaak een beeld opgehangen van plezier, succes, vriendschap en winnen. Dergelijke reclame is misleidend.

We verwijzen graag naar de reglementering inzake de tabaksreclame. De meest succesvolle reclamecampagne ooit was de imagoreclame voor Marlboro. De viriele cowboy en de mythische country maken het Amerikaanse tabaksmerk de best verkopende sigaret in België en in de rest van de wereld. In de eerste fase van de reglementering inzake tabaksreclame, werd deze beperking ook opgelegd. Hierdoor werd een einde gesteld aan dit soort imagoreclame, waarvoor jongeren en kwetsbare personen vatbaar zijn.

Il sera effectivement interdit de représenter les sportifs professionnels impliqués dans un match déterminé ou d'utiliser une image d'un personnage réel ou fictif exerçant le sport concerné. Zoals het verslag aan de Koning toelicht brengt het gebruik van bekende sporters een positief beeld van gokken naar voren. Jongeren zijn hier bijzonder vatbaar voor. Op basis van art. 2 van het KB van 25/10/2018 is het bovendien reeds verboden om in de reclamespots actieve sporters te gebruiken die deelnemen aan weddenschappen of kansspelen.

Deze maatregel werd uitvoerig gemotiveerd in het verslag aan de Koning (cfr. 19.1) en werd geïnspireerd op de maatregelen die destijds in de eerste fase van de reglementering op tabaksreclame ».

Il y a lieu d'observer que l'article 2, § 1<sup>er</sup>, 15<sup>o</sup>, de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 auquel se réfère la déléguée du Ministre est moins restrictif que la disposition envisagée, puisqu'il se limite à interdire de « mettre en scène des sportifs ou des clubs sportifs qui jouent à des paris ou des jeux de hasard ».

En outre, si la section de législation estime qu'il est de prime abord justifié de limiter, dans une publicité pour les jeux de hasard, le recours à un personnage (physique ou fictif) connu, celui-ci pouvant influencer de potentiels joueurs de manière à les faire jouer davantage, la question se pose de savoir si l'utilisation d'une image d'un personnage (réel ou fictif) inconnu, qui par exemple exercerait le sport concerné, pourrait elle aussi avoir un impact problématique significatif sur les personnes susceptibles de participer à un jeu de hasard.

Le fait, pour un titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup>, de ne plus pouvoir illustrer par un personnage physique ou fictif inconnu un message publicitaire concernant son activité de jeux de hasard, constitue une mesure radicale dont la proportionnalité au regard de l'objectif poursuivi doit pouvoir être dûment étayée, sous peine de méconnaître les libertés et droits fondamentaux énoncés au point I.1, en ce compris la liberté d'établissement et la libre prestation des services garantis par les articles 49 et 56 du TFUE.

3. Il convient également de rappeler que les mesures limitatives de la publicité pour les jeux de hasard envisagées ne sont admissibles que dans la mesure où elles sont formulées en des termes suffisamment clairs et précis permettant à chacun – en s'entourant au besoin de conseils éclairés – de prévoir, à un degré raisonnable, dans les circonstances de la cause, les conséquences d'un acte déterminé.

Il est renvoyé sur ce point aux observations particulières formulées ci-après (15).

2.4. Artikel 17, eerste lid, bepaalt dat de reclame "geen natuurlijke personen of fictieve personages [mag] afbeelden". Gelet op dat erg ruim geformuleerde verbod, is de gemachtigde van de minister verzocht te verduidelijken welke mogelijkheden een vergunninghouder bedoeld in artikel 1 nog heeft om het sportevenement, de wedstrijd of zelfs nog maar de sportdiscipline te illustreren waarvoor hij, bijvoorbeeld, een mogelijkheid voor kansspelen aanbiedt met behulp van beelden van, zelfs onbekende, fictieve of echte personages, ongeacht of het nu al dan niet gaat om online aangeboden kansspelen. De gemachtigde heeft het volgende geantwoord:

« Zoals vermeld in het verslag aan de Koning brengt het gebruik van bekende persoonlijkheden, zoals sporters, acteurs of influencers, 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. Reclame beïnvloedt het gokgedrag en zet spelers aan tot intensiever te gokken. Het gebruik van beroemdheden versterkt deze invloed en draagt bij tot de normalisering van het gokken.

Voor de bescherming van het algemeen belang, de consument en de spelers is het verantwoord om hier een extra beperking op te leggen, namelijk om het gebruik van personages te verbieden. Deze maatregel moet een einde stellen de imagoreclame, waarvan de vergunninghouders vaak gebruik maken en waarvoor vooral jongeren vatbaar zijn. Bij imagoreclame wordt rond gokken vaak een beeld opgehangen van plezier, succes, vriendschap en winnen. Dergelijke reclame is misleidend.

We verwijzen graag naar de reglementering inzake de tabaksreclame. De meest succesvolle reclamecampagne ooit was de imagoreclame voor Marlboro. De viriele cowboy en de mythische country maken het Amerikaanse tabaksmerk de best verkopende sigaret in België en in de rest van de wereld. In de eerste fase van de reglementering inzake tabaksreclame, werd deze beperking ook opgelegd. Hierdoor werd een einde gesteld aan dit soort imagoreclame, waarvoor jongeren en kwetsbare personen vatbaar zijn.

Il sera effectivement interdit de représenter les sportifs professionnels impliqués dans un match déterminé ou d'utiliser une image d'un personnage réel ou fictif exerçant le sport concerné. Zoals het verslag aan de Koning toelicht brengt het gebruik van bekende sporters een positief beeld van gokken naar voren. Jongeren zijn hier bijzonder vatbaar voor. Op basis van art. 2 van het KB van 25/10/2018 is het bovendien reeds verboden om in de reclamespots actieve sporters te gebruiken die deelnemen aan weddenschappen of kansspelen.

Deze maatregel werd uitvoerig gemotiveerd in het verslag aan de Koning (cfr. 19.1) en werd geïnspireerd op de maatregelen die destijds in de eerste fase van de reglementering op tabaksreclame ».

Er dient te worden opgemerkt dat artikel 2, § 1, 15<sup>o</sup>, van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 waarnaar de gemachtigde van de minister verwijst, minder beperkend is dan de beoogde bepaling, aangezien het alleen verbiedt "sportlui of sportclubs [te] vertonen die deelnemen aan weddenschappen of kansspelen".

De afdeling Wetgeving meent weliswaar dat het op het eerste gezicht gerechtvaardigd is om, in reclame voor kansspelen, het gebruik te beperken van een bekend (echt of fictief) personage dat potentiële spelers ertoe aan kan zetten meer te spelen, maar daarnaast rijst de vraag of een beeld van een onbekend (echt of fictief) personage dat bijvoorbeeld de sport in kwestie beoefent, ook een significante problematische impact zou kunnen hebben op personen die mogelijk zouden deelnemen aan een kansspel.

Het feit dat een vergunninghouder bedoeld in artikel 1 een reclameboodschap betreffende zijn kansspelactiviteit niet langer mag illustreren met een onbekend echt of fictief personage, vormt een radicale maatregel waarvan de evenredigheid naar behoren moet kunnen worden bewaarheid in het licht van het nagestreefde doel, op straffe van schending van de in punt I.1 vermelde fundamentele vrijheden en rechten, met inbegrip van de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten, gewaarborgd bij de artikelen 49 en 56 van het VWEU.

3. Er dient eveneens op te worden gewezen dat de beoogde maatregelen ter beperking van de reclame voor kansspelen alleen toelaatbaar zijn in zoverre ze worden geformuleerd in voldoende duidelijke en nauwkeurige bewoordingen zodat eenieder – desnoods met gepast advies – in de gegeven omstandigheden in redelijke mate de gevolgen van een bepaalde handeling kan voorzien.

Dienaangaande wordt verwezen naar de hierna geformuleerde bijzondere opmerkingen.(15)

## II. L'application de la réglementation en projet à la Loterie nationale

Il se déduit de l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, du projet, que les dispositions de l'arrêté royal à l'examen ne sont susceptibles de s'appliquer à la Loterie nationale qu'à l'égard du jeu de hasard qu'elle propose en tant que titulaire d'une licence de classe F1 (16).

Il s'ensuit que les autres produits proposés par la Loterie nationale ne seront pas soumis à la réglementation envisagée. Le rapport au Roi indique sur ce point :

« 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, [montre] 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 à ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs de canalisation imposés ».

Il y a lieu de rappeler qu'un système « dual » d'offre de jeux de loterie, de hasard et de paris existe en Belgique, distinguant, d'une part, les opérateurs privés de jeu et paris et, d'autre part, la Loterie nationale, qui détient le monopole en matière de jeux de loterie et de jeux à gratter mais qui, parallèlement, est tenue d'adopter des mesures de lutte contre l'assuétude au jeu et pour un « jeu responsable », sur la base de la loi du 19 avril 2002 'relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale' et du contrat de gestion du 13 septembre 2021 signé entre l'État belge et la Loterie nationale, société anonyme de droit public.

Compte tenu de ces éléments, l'exclusion de la Loterie nationale du régime de limitation de la publicité que le projet entend imposer aux opérateurs privés ne peut se concevoir qu'à la condition que les obligations en matière de « jeu responsable » et de prévention des assuétudes auxquelles la Loterie nationale est astreinte en vertu du cadre juridique qui lui est applicable, permettront d'atteindre dans une mesure comparable l'objectif de santé publique poursuivi par le projet à l'examen.

Le rapport au Roi doit pouvoir en apporter la complète démonstration et être soutenu à cet égard par des analyses objectives et actualisées. À défaut d'y pourvoir, le projet, en ce qui concerne sa non-applicabilité à la Loterie nationale pour ses activités autres que celles liées à sa licence de classe F1, sera revu.

### OBSERVATIONS PARTICULIERES

#### PREAMBULE

L'arrêté en projet se donne pour fondement juridique l'article 61, alinéa 2, de la loi du 7 mai 1999, qui dispose :

« Le Roi détermine les modalités relatives à la publicité sur les jeux de hasard ».

L'habilitation ainsi conférée s'inscrit, comme le relève le commentaire de l'article 18 du projet de loi 'modifiant les articles 2, 3, 3bis, 10, 11, 15 à 15/4, 39, 43/4, 43/5, 43/8, 54, 58, 61 et 62 de, et insérant l'article 3ter dans la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, et insérant l'article 37/1 dans la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale' (17), dans la suite de l'avis n° 63.661/4 donné le 4 juillet 2018 sur un avant-projet devenu la loi du 7 mai 2019 'modifiant la loi du 7 mai 1999 sur les jeux

## II. Toepassing van de ontworpen regeling voor de Nationale Loterij

Uit artikel 1, eerste lid, van het ontwerp valt af te leiden dat de bepalingen van het voorliggende koninklijk besluit alleen op de Nationale Loterij van toepassing kunnen zijn voor wat betreft het kansspel dat zij aanbiedt in haar hoedanigheid van houder van een vergunning klasse F1.(16)

Daaruit volgt dat de andere producten die de Nationale Loterij aanbiedt, niet aan de beoogde regeling worden onderworpen. In het verslag aan de Koning staat in dat verband het volgende:

“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 werking en 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 en problematisch gokgedrag:

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

Aangezien de loterijen en krasbiljetten 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 en de Belgische regering, beperkt tot hetgeen nodig is om de opgelegde kanalisatie-doelstellingen te behalen.”

Er dient aan te worden herinnerd dat België een “dual” systeem voor het aanbieden van loterij-, kans- en gokspelen kent, waarin een onderscheid wordt gemaakt tussen enerzijds de private spel- en gokoperatoren en anderzijds de Nationale Loterij. Deze laatste heeft het monopolie inzake trekkingsspelen en krasspelen maar dient tegelijk maatregelen te nemen ter bestrijding van gokverslaving en ter bevordering van een “verantwoord spel”, op grond van de wet van 19 april 2002 'tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij' en van de beheerscontract van 13 september 2021 ondertekend tussen de Belgische Staat en de Nationale Loterij, nv van publiek recht.

Rekening houdend met die elementen is de uitsluiting van de Nationale Loterij uit de regeling van reclamebeperking die het ontwerp aan de private operatoren wil opleggen, alleen denkbaar op voorwaarde dat de verplichtingen inzake “verantwoord spel” en gokverslavingspreventie waartoe de Nationale Loterij verplicht is krachtens het juridische kader dat op haar van toepassing is, in een vergelijkbare mate kunnen leiden tot het doel inzake volksgezondheid dat het voorliggende ontwerp nastreeft.

Het verslag aan de Koning moet dat volledig kunnen aantonen en moet in dat verband steunen op objectieve en geactualiseerde analyses. Zo niet zal het ontwerp moeten worden herzien wat betreft de niet-toepasselijkheid ervan op de Nationale Loterij voor andere activiteiten dan die welke verband houden met haar vergunning klasse F1.

### BIJZONDERE OPMERKINGEN

#### AANHEF

In het ontworpen besluit wordt als rechtsgrond artikel 61, tweede lid, van de wet van 7 mei 1999 opgegeven, dat luidt als volgt :

“De Koning bepaalt de nadere regels betreffende de reclame over de kansspelen.”

Zoals wordt opgemerkt in de toelichting bij artikel 18 van het wetsontwerp 'tot wijziging van de artikelen 2, 3, 3bis, 10, 11, 15 tot en met 15/4, 39, 43/4, 43/5, 43/8, 54, 58, 61 en 62 van, en tot invoeging van artikel 3ter in de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers, en tot invoeging van artikel 37/1 in de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij (17) ', (18) ligt de aldus verleende machtiging in het verlengde van advies 63.661/4 van 4 juli 2018 over een voorontwerp dat heeft geleid



de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, et insérant l'article 37/1 dans la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement et de la gestion de la Loterie Nationale' (18) ; ce commentaire énonce :

« L'article 18 complète l'article 61 de la loi relatif à l'élaboration d'un code de déontologie par le Roi pour lui donner spécifiquement la compétence de déterminer les modalités relatives à la publicité sur les jeux de hasard.

Il s'agira ici pour le Roi de réglementer la publicité liée à tous les jeux de hasard en vue d'assurer une meilleure protection du joueur et d'assurer une bonne application de la loi sur les jeux de hasard.

Tous les jeux de hasard sont visés: ceux offerts dans le monde réel, via les médias etc.

Comme indiqué par le Conseil d'État dans son avis 63.661/4 du 4 juillet 2018, l'objectif de la réglementation relative à la publicité sur les jeux de hasard, qui sera déterminée par le Roi, est de protéger les joueurs, en ce compris les mineurs d'âge ».

Partant, à l'exception de l'article 23 du projet, l'article 61, alinéa 2, de la loi du 7 mai 1999 constitue le fondement légal de l'arrêté en projet, comme le précise l'alinéa 1<sup>er</sup> de son préambule.

### DISPOSITIF

#### Article 1<sup>er</sup>

Invitée à communiquer les raisons pour lesquelles les titulaires d'une licence de classe F1P, visés à l'article 6/2 de la loi du 7 mai 1999, ne sont pas visés par l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, du projet, la déléguée du Ministre a répondu comme suit :

« Il s'agit d'un oubli. Les titulaires de licence F1P sont également soumis à cette réglementation. La disposition sera adaptée en ce sens. Door uw vraag hebben wij eveneens vastgesteld dat de vergunninghouders G1 en G2 niet werden opgenomen in artikel 1. Het lijkt aangewezen om ook deze vergunninghouders op te nemen in het KB ».

Le champ d'application déterminé à l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, sera adapté dans le sens proposé par la déléguée du Ministre, l'auteur du projet devant toutefois vérifier si l'ensemble des règles envisagées limitant la publicité sur les jeux de hasard sont applicables aux titulaires de licence de classe F1P, et plus spécialement de classe G1 et G2, compte tenu de la spécificité des jeux de hasard qu'ils proposent.

#### Article 3

1. Dans la version néerlandaise du 2<sup>o</sup>, il y a lieu d'écrire « in artikel 2, 1<sup>o</sup>, van de kansspelwet ».

2. La définition de « parrainage », au 4<sup>o</sup>, ne vise que les clubs sportifs professionnels et les événements sportifs. À la question de savoir si cette définition implique que les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> peuvent ou non parrainer d'autres types de clubs ou des événements non sportifs, la déléguée du Ministre a précisé :

« La pratique actuelle démontre que c'est dans le domaine sportif que les titulaires de licence sont les plus actifs en matière de la publicité pour leur jeux de hasard. Le but est de limiter la publicité et de ne pas élargir à d'autres événements. En outre, l'AR contient les formes de publicité autorisées. À contrario, les autres formes sont ne sont pas autorisées.

Om elke vorm van verwarring te vermijden lijkt het inderdaad aangewezen om dit in het verslag aan de Koning te verduidelijken. We willen tenslotte de zichtbaarheid van gokken verminderen in functie van het algemeen maatschappelijk belang en de bescherming van de consument en de speler ».

Toutefois, la déléguée du Ministre a également indiqué :

« [...] deze bepaling [zou] uitgebreid [...] moeten worden naar andere evenementen en handelszaken. Het mag niet toegestaan worden dat, om de reclameregels te omzeilen, een evenement of handelszaak dat de uitbating van kansspelen niet als hoofdactiviteit heeft, de naam gebruikt dat zijn bekendheid hoofzakelijk ontleent aan kansspelproducten. Ik denk bijvoorbeeld aan de recente overname van de Relay Press Shops door gokoperator Golden Palace of de Circus Betting Press Shops ».

tot de wet van 7 mei 2019 'tot wijziging van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers, en tot invoering van artikel 37/1 in de wet van 19 april 2002 tot rationalisering van de werking en het beheer van de Nationale Loterij'. In die toelichting staat het volgende:

“Artikel 18 betreft een aanvulling van artikel 61 van de wet inzake de uitwerking van een deontologische code door de Koning om hem specifiek de bevoegdheid te geven de nadere regels inzake reclame voor kansspelen te bepalen.

De bedoeling is dat de Koning de reclame voor alle kansspelen reglementeert teneinde een betere bescherming van de spelers te waarborgen evenals een goede toepassing van de wet op de kansspelen.

Alle kansspelen worden beoogd, ongeacht of ze in de reële wereld, via de media, of anderszins worden aangeboden.

Zoals de Raad van State opmerkte in zijn advies 63.661/4 van 4 juli 2018 is het doel van de regelgeving inzake reclame voor kansspelen, waarin de Koning zal voorzien, het beschermen van de spelers, met inbegrip van de minderjarigen.”

Derhalve vormt, zoals wordt gesteld in het eerste lid van de aanhef van het ontwerp, artikel 61, tweede lid, van de wet van 7 mei 1999 de rechtsgrond van het ontworpen besluit, behalve van artikel 23 ervan.

### DISPOSITIEF

#### Artikel 1

Gevraagd naar de redenen waarom de houders van een vergunning klasse F1P, bedoeld in artikel 6/2 van de wet van 7 mei 1999, niet worden vermeld in artikel 1, eerste lid, van het ontwerp, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord:

“Il s'agit d'un oubli. Les titulaires de licence F1P sont également soumis à cette réglementation. La disposition sera adaptée en ce sens. Door uw vraag hebben wij eveneens vastgesteld dat de vergunninghouders G1 en G2 niet werden opgenomen in artikel 1. Het lijkt aangewezen om ook deze vergunninghouders op te nemen in het KB.”

Het in artikel 1, eerste lid, vastgestelde toepassingsgebied dient te worden aangepast zoals voorgesteld door de gemachtigde van de minister. De steller van het ontwerp dient zich er evenwel van te vergewissen of alle beoogde regels ter beperking van de reclame op kansspelen ook van toepassing zijn op de houders van een vergunning klasse F1P, en meer bepaald van een vergunning klasse G1 en G2, gelet op het specifieke karakter van de kansspelen die zij aanbieden.

#### Artikel 3

1. In de Nederlandse tekst van punt 2<sup>o</sup> dient men “in artikel 2, 1<sup>o</sup>, van de kansspelwet” te schrijven.

2. In de definitie van het begrip “sponsoring”, in punt 4<sup>o</sup>, worden enkel de professionele sportverenigingen en sportwedstrijden genoemd. Op de vraag of die definitie impliceert dat de vergunninghouders bedoeld in artikel 1 al dan niet als sponsor kunnen optreden voor andersoortige verenigingen of voor evenementen die geen sportwedstrijd zijn, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord:

“La pratique actuelle démontre que c'est dans le domaine sportif que les titulaires de licence sont les plus actifs en matière de la publicité pour leur jeux de hasard. Le but est de limiter la publicité et de ne pas élargir à d'autres événements. En outre, l'AR contient les formes de publicité autorisées. À contrario, les autres formes sont ne sont pas autorisées.

Om elke vorm van verwarring te vermijden lijkt het inderdaad aangewezen om dit in het verslag aan de Koning te verduidelijken. We willen tenslotte de zichtbaarheid van gokken verminderen in functie van het algemeen maatschappelijk belang en de bescherming van de consument en de speler.”

De gemachtigde van de Minister heeft evenwel ook het volgende gezegd:

“(…) deze bepaling [zou] uitgebreid (...) moeten worden naar andere evenementen en handelszaken. Het mag niet toegestaan worden dat, om de reclameregels te omzeilen, een evenement of handelszaak dat de uitbating van kansspelen niet als hoofdactiviteit heeft, de naam gebruikt dat zijn bekendheid hoofzakelijk ontleent aan kansspelproducten. Ik denk bijvoorbeeld aan de recente overname van de Relay Press Shops door gokoperator Golden Palace of de Circus Betting Press Shops.”

Il appartient à l'auteur du projet, en respectant les limites de l'habilitation mise en œuvre – laquelle permet uniquement au Roi de déterminer les modalités relatives à la publicité pour « les jeux de hasard » –, de veiller à ce que le dispositif énonce de manière compréhensible les comportements interdits et ceux qui sont autorisés en la matière.

Le 4° sera clarifié et le rapport au Roi, le cas échéant, complété.

#### Article 4

Interrogée propos de l'article 4, la déléguée du Ministre précise que cet article

« est une règle autonome. [...] En réalité, l'article 4 autorise la publicité lorsqu'elle est exclusivement destinée aux personnes du secteur ».

Le rapport au Roi sera complété de manière à indiquer que lorsque la publicité faite par les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> a pour destinataires les personnes travaillant dans le secteur des jeux de hasard, cette publicité est permise sans que les règles des articles 5 à 12 du projet trouvent à s'appliquer.

#### Article 6

1. Tel qu'il est rédigé, le paragraphe 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, autorise un titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup> à faire de la publicité pour lui-même en apposant son logo ou sa marque sur des « vêtements de sport de joueurs ou d'équipe sportives des clubs professionnels », sans exclure qu'une telle publicité apparaisse sur les vêtements de sport de joueurs mineurs d'âge non professionnels qui sont rattachés à un club professionnel.

La déléguée du Ministre a précisé sur ce point :

« seulement pour les équipes de jeunes non professionnel d'un club professionnel, il ne sera pas possible d'apposer la marque ou le logo sur les T-shirts, comme c'est déjà le cas sur base de l'article 10 de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 (19) ».

Le paragraphe 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>, sera revu de manière à énoncer l'interdiction de faire de la publicité au moyen de la marque ou du logo du titulaire de la licence sur les vêtements de sport des joueurs mineurs d'âge.

2. L'auteur du projet précisera si la publicité visée au paragraphe 1<sup>er</sup> peut être faite dans un lieu où un sport est pratiqué de manière professionnelle, lorsque ce lieu est par ailleurs également utilisé par des sportifs non professionnels.

#### Article 7

Interrogée à propos de la règle selon laquelle « Si l'établissement de jeux de hasard a plus d'une façade, la publicité est limitée à une seule façade », la déléguée du Ministre a précisé ce qui suit :

« L'idée est de diminuer la visibilité et le matraquage publicitaire pour les jeux de hasard mais aussi d'avoir une égalité entre les différents opérateurs sur le marché car beaucoup n'ont qu'une seule façade ».

La section de législation s'interroge sur l'admissibilité de cette règle et se demande en particulier si la règle selon laquelle la publicité ne peut pas occuper une surface supérieure à vingt mètres carré ne suffit pas à éviter une visibilité excessive de cette publicité.

L'article 7 sera réexaminé et, le cas échéant, revu.

#### Article 8

Les établissements de classe I sont définis à l'article 28 de la loi du 7 mai 1999 comme étant

« des établissements dans lesquels sont exploités les jeux de hasard, automatiques ou non, autorisés par le Roi et dans lesquels sont organisées parallèlement des activités socio-culturelles, telles que des représentations, des expositions, des congrès et des activités du secteur horeca ».

Interrogée sur la compatibilité de l'article 8 du projet avec l'article 28 de la loi du 7 mai 1999, en ce que la disposition en projet prévoit que les titulaires de licence A peuvent faire de la publicité à l'intérieur de leur établissement « seulement pour les produits de jeux de hasard qu'ils proposent à l'intérieur de leur établissement », la déléguée du Ministre a répondu comme suit :

« Le présent arrêté royal, comme l'indique son intitulé, réglemente la publicité pour les jeux de hasard par les titulaires de licence visés à l'alinéa 1<sup>er</sup>, de l'article 1<sup>er</sup>. Il ne concerne dès lors pas la publicité éventuelle pour d'autres événements socio-culturels qui seraient organisés dans un casino et qui n'aurait aucun lien avec les jeux de hasard.

Met inachtneming van de beperkingen van de ten uitvoer gelegde machtiging, krachtens welke alleen de Koning de nadere regels betreffende de reclame voor "de kansspelen" kan vaststellen, dient de steller van het ontwerp erop toe te zien dat in het dispositief op een begrijpelijke wijze te lezen staat welke handelwijzen ter zake verboden en welke toegestaan zijn.

Punt 4° dient te worden verduidelijkt en het verslag aan de Koning dient in voorkomend geval te worden aangevuld.

#### Artikel 4

Op een vraag over artikel 4 heeft de gemachtigde van de minister de volgende precisering gegeven:

« [Cette disposition] est une règle autonome. (...) En réalité, l'article 4 autorise la publicité lorsqu'elle est exclusivement destinée aux personnes du secteur. »

Het verslag aan de Koning dient te worden aangevuld zodat wordt vermeld dat reclame, gemaakt door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders, die bedoeld is voor personen die werkzaam zijn in de kansspelsector, toegestaan is zonder dat toepassing dient te worden gemaakt van de regels vervat in de artikelen 5 tot 12 van het ontwerp.

#### Artikel 6

1. Paragraaf 1, eerste lid, is zo gereïdigeerd dat het de vergunninghouders, bedoeld in artikel 1, machtigt om voor zichzelf reclame te maken door hun logo of merknaam aan te brengen op "sportkledij van spelers en sportteams van professionele clubs", maar de bepaling sluit niet uit dat dergelijke reclame wordt aangebracht op sportkleding van niet-professionele minderjarige spelers die bij een professionele club horen.

De gemachtigde van de minister heeft daarover het volgende gesteld:

« seulement pour les équipes de jeunes non professionnel d'un club professionnel, il ne sera pas possible d'apposer la marque ou le logo sur les T-shirts, comme c'est déjà le cas sur base de l'article 10 de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 (19). »

Paragraaf 1, 1<sup>o</sup>, dient te worden herzien zodat het verboden wordt reclame te maken door het aanbrengen van de merknaam of het logo van de vergunninghouder op de sportkleding van minderjarige spelers.

2. De steller van het ontwerp dient te preciseren of de in paragraaf 1 bedoelde reclame mag worden gemaakt op een plaats waar een sport professioneel wordt beoefend, wanneer die plaats voorts ook wordt gebruikt door niet-professionele sportbeoefenaars.

#### Artikel 7

Op een vraag over de regel die stelt dat "[i]ndien de kansspelinrichting meer dan één voorgevel heeft, (...) de reclame [wordt] beperkt tot één voorgevel", heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord :

« L'idée est de diminuer la visibilité et le matraquage publicitaire pour les jeux de hasard mais aussi d'avoir une égalité entre les différents opérateurs sur le marché car beaucoup n'ont qu'une seule façade. »

De afdeling Wetgeving plaatst vraagtekens bij de toelaatbaarheid van die regel en vraagt zich in het bijzonder af of de regel die stelt dat reclame niet meer dan twintig vierkante meter mag beslaan, niet voldoende is om te verhinderen dat die reclame overdreven zichtbaar is.

Artikel 7 moet opnieuw worden onderzocht en in voorkomend geval herzien.

#### Artikel 8

De kansspelinrichtingen van klasse I worden in artikel 28 van de wet van 7 mei 1999 als volgt gedefinieerd:

« inrichtingen waarin de door de Koning toegestane al dan niet automatische kansspelen worden geëxploiteerd in socio-culturele activiteiten zoals voorstellingen, tentoonstellingen, congressen en horeca-activiteiten worden georganiseerd. »

Op een vraag over de bestaanbaarheid van artikel 8 van het ontwerp met artikel 28 van de wet van 7 mei 1999, in zoverre de ontworpen bepaling stelt dat de vergunninghouders A binnen in hun kansspelinrichting "uitsluitend voor de kansspelproducten die zij binnen hun kansspelinrichting aanbieden" reclame mogen maken, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord :

« Le présent arrêté royal, comme l'indique son intitulé, réglemente la publicité pour les jeux de hasard par les titulaires de licence visés à l'alinéa 1er, de l'article 1er. Il ne concerne dès lors pas la publicité éventuelle pour d'autres événements socio-culturels qui seraient organisés dans un casino et qui n'aurait aucun lien avec les jeux de hasard.

Dit kan mogelijks verduidelijkt worden in het verslag aan de Koning ».

Le rapport au Roi sera complété afin d'apporter cette précision.

#### Article 9

1. De l'accord de la déléguée du Ministre, il convient également de viser à l'article 9 du projet les placements de produits dans des programmes radiophoniques enregistrés à l'étranger, si ce programme n'est pas spécifiquement destiné au marché belge.

2. Si l'article 9 vise « le placement de produit dans des programmes télévisés » (20), en revanche, dans la définition de placement de produit qu'il contient, il vise l'insertion « dans un programme ou dans un contenu créé [lire : généré] par l'utilisateur », ce qui a une portée plus large que le seul programme télévisé.

De l'accord de la déléguée du Ministre, la portée de la disposition en projet sera précisée, de manière à y inclure sans ambiguïté le placement de produits dans les contenus audiovisuels au sens large.

#### Article 11

1. Invitée à justifier en quoi, par la limitation de la publicité avec images en mouvement à cinq secondes sur le site internet des titulaires de licence, les joueurs « à risque » et les jeunes sont mieux protégés, la déléguée du Ministre a précisé ce qui suit :

« Deze maatregel werd vooral genomen om een einde te stellen aan reclamespots en video's waarin een sfeer wordt gecreëerd die bijdraagt tot de normalisering van gokken. In dergelijke reclamespotjes wordt gokken dan ook meestal vergeleken met succes, vriendschap, plezier en winnen in de sport. Dit terwijl gokken toch een risicovolle bezigheid is. Vooral jongeren en kwetsbare personen zijn vatbaar voor dit soort van image-reclame.

Wanneer de bewegende beelden beperkt worden tot slechts 5 seconden, zullen de reclamespots zich beperken tot het in beeld brengen van de merknaam en het logo. Dit moet volstaan om spelers te kanaliseren naar het legale aanbod. Deze maatregel draagt bij tot het doel van dit KB ».

Ces éléments figureront utilement dans le rapport au Roi.

2. Tel que rédigé, le 1<sup>o</sup> interdit toute interaction que ce soit entre le titulaire de licence visé à l'article 1<sup>er</sup> et toute personne voulant entrer en contact avec lui. Invitée à justifier cette interdiction d'interaction au regard de l'objectif poursuivi par la réglementation en projet, la déléguée du Ministre a précisé ce qui suit :

« L'interdiction de l'interaction est surtout importante dans le cadre des médias sociaux mais dans un souci de cohérence et d'égalité, cela a également été prévu pour les sites internet.

L'idée est de ne pas entretenir une relation avec le joueur et l'envie de jouer.

De maatregel werd vooral genomen omwille van de sociale media en heeft vooral als doel, zoals toegelicht in het verslag aan de Koning, om te vermijden dat reclameboodschappen, video's, e.a. worden gelijkt, ge-retweet, gedeeld, .... Le fait de ne pas autorisé ce genre d'interaction permet d'éviter qu'avec un seul message sur le média social atteignent au final un groupe d'individus beaucoup plus large, notamment via le partage du message. Deze maatregel zorgt ervoor dat enkel de personen die actief op zoek zijn naar informatie over kansspelen en dus de sociale media account van de gokoperator volgen, geconfronteerd worden met reclameboodschappen en nieuwsberichten over gokken. Hierdoor zal de visibiliteit van gokken afnemen.

Pour les médias sociaux, l'objectif est également d'éviter que des influenceurs, très populaires chez les jeunes, fassent de la publicité pour les jeux de hasard.

Uiteraard is het verbod op interactie enkel van toepassing op interactie met betrekking tot de reclameboodschappen an sich. Het gaat niet over een verbod om met de speler in interactie te treden over andere zaken dan louter reclame. Het is een gokoperator toegestaan om met zijn klant te communiceren en het moet een klant toegestaan zijn om technische ondersteuning in te roepen, een klacht in te dienen, een vraag te stellen, e.a. Dit moet mogelijks verduidelijkt worden in het ontwerp ».

Compte tenu de ces éléments de réponse, le 1<sup>o</sup> sera modifié de manière à mieux faire apparaître la portée de l'interdiction d'interaction souhaitée en ajoutant, par exemple, *in fine* les mots « dans le cadre de cette publicité ».

Dit kan mogelijks verduidelijkt worden in het verslag aan de Koning.”

Die precisering moet in het verslag aan de Koning worden toegevoegd.

#### Artikel 9

1. De gemachtigde van de minister is het ermee eens dat in artikel 9 van het ontwerp ook melding moet worden gemaakt van productplaatsing in radioprogramma's die in het buitenland zijn opgenomen, indien die niet specifiek voor de Belgische markt bedoeld zijn.

2. Hoewel artikel 9 het heeft over “productplaatsing in televisieprogramma's”, (20) plaatst het zijn definitie van het begrip “productplaatsing” daarentegen “in het kader van een programma of een door gebruikers gegenereerde video”, hetgeen ruimer is dan alleen het televisieprogramma.

De gemachtigde van de minister is het ermee eens dat de strekking van de ontworpen bepaling moet worden verduidelijkt, zodat deze ook ondubbelzinnig slaat op productplaatsing in audiovisuele *content* in de ruime zin van het woord.

#### Artikel 11

1. De gemachtigde van de minister werd verzocht aan te tonen in welk opzicht zogenaamde risicospelers en jongeren beter beschermd zijn wanneer reclame met bewegende beelden op de website van de vergunninghouders wordt beperkt tot vijf seconden. Ze heeft de volgende toelichting gegeven:

“Deze maatregel werd vooral genomen om een einde te stellen aan reclamespots en video's waarin een sfeer wordt gecreëerd die bijdraagt tot de normalisering van gokken. In dergelijke reclamespotjes wordt gokken dan ook meestal vergeleken met succes, vriendschap, plezier en winnen in de sport. Dit terwijl gokken toch een risicovolle bezigheid is. Vooral jongeren en kwetsbare personen zijn vatbaar voor dit soort van image-reclame.

Wanneer de bewegende beelden beperkt worden tot slechts 5 seconden, zullen de reclamespots zich beperken tot het in beeld brengen van de merknaam en het logo. Dit moet volstaan om spelers te kanaliseren naar het legale aanbod. Deze maatregel draagt bij tot het doel van dit KB.”

Het verdient aanbeveling die elementen op te nemen in het verslag aan de Koning.

2. Punt 1<sup>o</sup> is zo gesteld dat elke vorm van interactie tussen de vergunninghouder bedoeld in artikel 1 en elke persoon die met die vergunninghouder in contact wil komen, verboden is. Gevraagd naar een rechtvaardiging van dat verbod op interactie in het licht van het doel dat de ontworpen regeling nastreeft, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord:

“L'interdiction de l'interaction est surtout importante dans le cadre des médias sociaux mais dans un souci de cohérence et d'égalité, cela a également été prévu pour les sites internet.

L'idée est de ne pas entretenir une relation avec le joueur et l'envie de jouer.

De maatregel werd vooral genomen omwille van de sociale media en heeft vooral als doel, zoals toegelicht in het verslag aan de Koning, om te vermijden dat reclameboodschappen, video's, e.a. worden gelijkt, ge-retweet, gedeeld, .... Le fait de ne pas autorisé ce genre d'interaction permet d'éviter qu'avec un seul message sur le média social atteignent au final un groupe d'individus beaucoup plus large, notamment via le partage du message. Deze maatregel zorgt ervoor dat enkel de personen die actief op zoek zijn naar informatie over kansspelen en dus de sociale media account van de gokoperator volgen, geconfronteerd worden met reclameboodschappen en nieuwsberichten over gokken. Hierdoor zal de visibiliteit van gokken afnemen.

Pour les médias sociaux, l'objectif est également d'éviter que des influenceurs, très populaires chez les jeunes, fassent de la publicité pour les jeux de hasard.

Uiteraard is het verbod op interactie enkel van toepassing op interactie met betrekking tot de reclameboodschappen an sich. Het gaat niet over een verbod om met de speler in interactie te treden over andere zaken dan louter reclame. Het is een gokoperator toegestaan om met zijn klant te communiceren en het moet een klant toegestaan zijn om technische ondersteuning in te roepen, een klacht in te dienen, een vraag te stellen, e.a. Dit moet mogelijks verduidelijkt worden in het ontwerp.”

Gelet op dat antwoord dient punt 1<sup>o</sup> zo te worden aangepast dat de draagwijdte van het beoogde verbod op interactie duidelijker naar voren komt, bijvoorbeeld door *in fine* de woorden “in het kader van die reclame” toe te voegen.



Cette observation vaut pour l'article 12, 1°, du projet.

#### Article 21

1. Ainsi que l'indique la déléguée du Ministre,

« [I]e projet de loi visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme *Ilbis*, déposé à la chambre le 27 juillet 2022, étend le champ d'application de l'article 15/3 et 64, de la loi sur les jeux de hasard à l'article 61, alinéa 2 de la loi même loi ».

À considérer que ce projet de loi soit adopté, l'article 64 de la loi du 7 mai 1999 disposerait notamment que les auteurs des infractions aux dispositions de l'article 61, alinéa 2, seront punis pénalement.

2. Ce projet de loi n'étant cependant pas encore adopté et à supposer par ailleurs que la disposition à l'examen soit utile au vu de l'article 64 en projet de la loi du 7 mai 1999, aucun fondement légal n'existe, à ce jour, pour que l'arrêté en projet puisse énoncer une quelconque règle de mise en œuvre.

L'article 21 sera omis.

3. L'attention de l'auteur du projet est, à ce stade déjà, attirée sur les réserves à émettre à l'égard du principe même de peines d'emprisonnement appliquées aux infractions aux règles prévues par le projet à l'examen (21).

#### Article 24

1. L'alinéa 2 prévoit les contrats de publicité restent valables « pour autant que les titulaires de licence se conforment aux articles 13 à 20 du présent arrêté » », ce pour une période transitoire allant jusqu'au 1<sup>er</sup> octobre 2023.

L'obligation de se conformer à l'article 17 du projet emporte que tout contrat conclu avec une agence de publicité impliquant le recours à des personnes physiques, à des personnages fictifs ou utilisant la voix de personnes physiques célèbres ou de personnages fictifs célèbres deviendra caduc à la date d'entrée en vigueur de l'arrêté en projet.

Afin de conférer une portée effective à la disposition transitoire envisagée, il y aurait lieu d'exclure l'article 17 des dispositions auxquelles les titulaires de licence devront se soumettre dès l'entrée en vigueur de l'arrêté.

2. Il ressort de ses articles 17 et 24 combinés que les logos existant au jour de la publication de l'arrêté à l'examen demeureront pour l'avenir exemptés de l'application de l'interdiction contenue dans le premier de ces articles, et ce sans limitation de temps. L'auteur du projet doit être en mesure de démontrer (22) que cette absence de limitation et la différence de traitement qu'elle perpétue entre titulaires de licence, repose sur une justification objective et raisonnable au regard de l'objectif poursuivi par l'arrêté en projet.

Le greffier,  
Charles-Henri VAN HOVE

Le président,  
Martine BAGUET

#### Notes

(1) Voir C.J.U.E., arrêt *Corporacion Dermoestética SA c. To Me Group Advertising Media*, 17 juillet 2008 C-500/06, ECLI:EU:C:2008:421, point 32 et les références y citées.

(2) *Ibidem*, point 34.

(3) C.J.U.E., arrêt *Sporting Odds Ltd c. Nemzeti Adó- és Vámhivatal Központi Irányítása*, 28 février 2018, C 3/17, ECLI:EU:C:2018:130.

(4) C.J.U.E., ordonnance *Fluctus s.r.o. e.a. c. Landespolizeidirektion Steiermark*, 18 mai 2021, C 920/19, ECLI:EU:C:2021:395.

(5) Voir notamment Cour eur. D.H., arrêt *Sosinowska c. Pologne*, 18 octobre 2011, § 68 ; Cour eur. D.H., arrêt *Markt intern Verlag GmbH et Klaus Beermann c. Allemagne*, 20 novembre 1989, § 26 ; Cour eur. D.H., arrêt *Casado Coca c. Espagne*, 24 février 1994, § 50 ; Cour eur. D.H. (gde ch.), arrêt *Mouvement raëlien suisse c. Suisse*, 13 juillet 2012, § 61 ; Cour eur. D.H., arrêt *Sekmadienis Ltd. c. Lituanie*, 30 janvier 2018.

(6) C.C., 30 septembre 1999, n° 102/99, B.24.3 ; C.C., 16 décembre 2021, n° 183/2021, B.5.3.

(7) Cour eur. D.H. (gde ch.), arrêt *Pentikäinen c. Finlande*, 20 octobre 2015, § 87.

(8) Cour eur. D.H. (gde ch.), arrêt *Lindon, Otchakovsky-Laurens et July c. France*, 22 octobre 2007, § 41 ; Cour eur. D.H. (gde ch.), arrêt *Perinçek c. Suisse*, 15 octobre 2015, §§ 131-133 ; Cour eur. D.H. (gde ch.), arrêt *Centro Europa 7 S.r.l. et Di Stefano c. Italie*, 7 juin 2012, §§ 141-142.

(9) Que ce soit celle de la Cour de justice de l'Union européenne ou de la Cour européenne des droits de l'homme.

Deze opmerking geldt eveneens voor artikel 12, 1°, van het ontwerp.

#### Artikel 21

1. De gemachtigde van de minister heeft het volgende gesteld:

“Le projet de loi visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme *Ilbis*, déposé à la chambre le 27 juillet 2022, étend le champ d'application de l'article 15/3 et 64, de la loi sur les jeux de hasard à l'article 61, alinéa 2 de la loi même loi.”

Gesteld dat dit wetsontwerp wordt aangenomen zou in artikel 64 van de wet van 7 mei 1999 inzonderheid moeten worden bepaald dat de daders van inbreuken op de bepalingen van artikel 61, tweede lid, strafrechtelijk gestraft worden.

2. Aangezien dat wetsontwerp evenwel nog niet is aangenomen, en voorts in de veronderstelling dat de voorliggende bepaling nuttig is, gelet op het ontworpen artikel 64 van de wet van 7 mei 1999, is er op dit ogenblik geen enkele rechtsgrond voorhanden op basis waarvan het ontworpen besluit enige regel van tenuitvoerlegging zou kunnen vaststellen.

Artikel 21 moet worden weggelaten.

3. Nu reeds wordt de steller van het ontwerp geattendeerd op het voorbehoud dat moet worden gemaakt wat betreft het principe zelf van gevangenisstraffen die van toepassing zouden zijn op inbreuken op de regels waarin het voorliggende ontwerp voorziet.(21)

#### Artikel 24

1. In het tweede lid staat dat de reclamecontracten blijven gelden “voor zover deze vergunninghouders voldoen aan de voorwaarden bepaald in artikelen 13 tot en met 20 van dit besluit”, en dit gedurende een overgangperiode tot 1 oktober 2023.

De verplichting tot naleving van artikel 17 van het ontwerp brengt mee dat elk met een reclamebureau gesloten contract dat impliceert dat men een beroep doet op natuurlijke personen of fictieve personages of gebruikmaakt van de stem van bekende natuurlijke personen of bekende fictieve personages, ongeldig wordt op de datum van de inwerkingtreding van het ontworpen besluit.

Teneinde aan de ontworpen overgangsbepaling een effectieve strekking te verlenen, zou artikel 17 moeten worden uitgesloten van de bepalingen waarnaar de vergunninghouders zich moeten gedragen zodra het besluit in werking getreden is.

2. Uit de combinatie van de artikelen 17 en 24 vloeit voort dat de verbodsbepaling die vervat ligt in het eerstgenoemde artikel in de toekomst niet van toepassing zal zijn op de logo's die al bestaan op de dag waarop het voorliggende besluit wordt bekendgemaakt, en dit zonder beperking in de tijd. De steller van het ontwerp moet kunnen aantonen (22) dat de ontstentenis van die beperking en het daaruit voortvloeiende blijvende verschil in behandeling tussen vergunninghouders, steunt op een objectieve en redelijke verantwoording in het licht van het doel dat met het ontworpen besluit wordt nagestreefd.

De griffier,  
Charles-Henri VAN HOVE

De voorzitter,  
Martine BAGUET

#### Nota's

(1) Zie HvJ 17 juli 2008, arrest *Corporacion Dermoestética SA v. To Me Group Advertising Media*, C-500/06, ECLI:EU:C:2008:421, punt 32 alsook de daarin geciteerde verwijzingen.

(2) *Ibidem*, punt 34.

(3) HvJ 28 februari 2018, arrest *Sporting Odds Ltd v. Nemzeti Adó- és Vámhivatal Központi Irányítása*, C 3/17, ECLI:EU:C:2018:130.

(4) HvJ 18 mei 2021, beschikking *Fluctus s.r.o. e.a. v. Landespolizeidirektion Steiermark*, C 920/19, ECLI:EU:C:2021:395.

(5) Zie onder meer EHRM 18 oktober 2011, arrest *Sosinowska v. Polen*, § 68; EHRM 20 november 1989, arrest *Markt intern Verlag GmbH en Klaus Beermann v. Duitsland*, § 26; EHRM 24 februari 1994, arrest *Casado Coca v. Spanje*, § 50; EHRM (grote kamer) 13 juli 2012, arrest *Mouvement raëlien suisse v. Zwitserland*, § 61; EHRM 30 januari 2018, arrest *Sekmadienis Ltd. v. Litouwen*.

(6) GwH 30 september 1999, nr. 102/99, B.24.3; GwH 16 december 2021, nr. 183/2021, B.5.3.

(7) EHRM (grote kamer) 20 oktober 2015, arrest *Pentikäinen v. Finland*, , § 87.

(8) EHRM (grote kamer) 22 oktober 2007, arrest *Lindon, Otchakovsky-Laurens en July v. Frankrijk*, § 41; EHRM (grote kamer) 15 oktober 2015, arrest *Perinçek v. Zwitserland*, §§ 131-133; EHRM (grote kamer) 7 juni 2012 arrest *Centro Europa 7 S.r.l. en Di Stefano v. Italië*, §§ 141-142.

(9) Zowel van het Hof van Justitie van de Europese Unie als van het Europees Hof voor de Rechten van de Mens.

(10) C.E. (11e ch.), 27 juin 2022, n° 254.128, SA Circus Belgium et consorts.

(11) En ce qui concerne la compatibilité des dispositions de cet arrêté royal avec les articles 49 et 56 du TFUE, l'arrêt juge que « [...] dès lors que tous les éléments de la cause sont cantonnés en Belgique, et que l'existence d'éléments concrets permettant d'établir un lien entre l'objet ou les circonstances de la présente contestation et l'article 56 TFUE, n'est pas établie, il y a lieu de considérer que l'article 56 précité n'est pas applicable de telle sorte que le moyen est irrecevable en tant qu'il invoque la violation de cette disposition ».

(12) Le commentaire de l'article 4 indique d'ailleurs que « contrairement à la publicité classique, cette forme de publicité est moins visible au grand public ».

(13) Voir ci-après, l'observation particulière sous l'article 4.

(14) Laquelle constitue une définition pour l'application du livre VI du même Code, relatif à la protection des consommateurs.

(15) Voir les observations particulières sous les articles 1<sup>er</sup>, 3, 4, 6, 8, 9 et 11.

(16) Soit le jeu de paris « Scoore ».

(17) Doc. parl., Chambre, 2018-2019, n° 54-3327/1.

(18) <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/avis/63661.pdf>. Dans cet avis, la section de législation a observé :

« 1. L'habilitation générale au Roi prévue par l'article 61, alinéa 2, nouveau, en projet, de la loi du 7 mai 1999, apparaît faire double-emploi avec l'article 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, e), de la même loi, pour ce qui concerne les jeux de hasard via des instruments de la société de l'information [Note de bas de page n° 5 de l'avis cité : Voir à ce propos, l'arrêté royal du 21 juin 2011 'relatif aux conditions qualitatives auxquelles le demandeur d'une licence supplémentaire doit satisfaire en matière de jeux de hasard', qui a pour fondement légal l'article 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, de la loi du 7 mai 1999 et qui contient certaines dispositions en matière de publicité (articles 5, 8 et 9)].

Il convient de préciser, dans la disposition en projet ou, à tout le moins, dans l'exposé des motifs, que l'objectif de la réglementation relative à la publicité sur les jeux de hasard, qui sera déterminée par le Roi, doit être de protéger les joueurs, voire des catégories spécifiques de joueurs qui doivent être mieux protégées, comme les mineurs d'âge ».

(19) Lequel dispose : « Les titulaires d'une licence supplémentaire de classe F1+ ne peuvent en aucune façon faire de la publicité pour eux-mêmes ou pour les produits de jeux de hasard ou les paris qu'ils proposent sur l'équipement de joueur et le matériel d'équipes sportives de mineurs d'âge ».

(20) Ce qui sous-entend uniquement dans des programmes télévisés.

(21) Voir, à ce sujet, l'avis n° 69.974/1/V donné le 6 septembre 2021 sur un avant-projet devenu le décret de la Région flamande du 4 février 2022 'modifiant la loi du 14 août 1986 relative à la protection et au bien-être des animaux, en ce qui concerne la mise à disposition d'une aggravation de la sanction', Doc. parl., Parl. fl., 2021-2022, n° 960/1, pp. 15 à 22 ; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/avis/69974.pdf> et l'avis n° 52.414/2 donné le 14 janvier 2013 sur une proposition de loi 'modifiant la loi du 15 avril 1958 relative à la publicité en matière de soins dentaires en vue d'interdire clairement la publicité relative aux interventions dentaires à visée esthétique et en vue d'adapter les peines aux normes actuelles', Doc. parl., Sénat, 2011-2012, n° 5-1297/2, pp. 1 à 15 ; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/avis/52414.pdf>.

(22) Le commentaire des articles ne contient pas d'éléments de justification sur ce point.

\*

AVIS 72.838/4 DU 6 FEVRIER 2023 DU CONSEIL D'ETAT, SECTION LEGISLATION, SUR UN PROJET D'ARRETE ROYAL 'DETERMINANT LES MODALITES RELATIVES A LA PUBLICITE POUR LES JEUX DE HASARD'

Le 23 décembre 2022, le Conseil d'Etat, section de législation, a été invité par le Vice—Premier Ministre et Ministre de la Justice et de la Mer du Nord à communiquer un avis, dans un délai de trente jours prorogé de quinze jours\*, sur un projet d'arrêté royal 'déterminant les modalités relatives à la publicité pour les jeux de hasard'.

Le projet a été examiné par la quatrième chambre le 6 février 2023. La chambre était composée de Martine BAGUET, président de chambre, Luc CAMBIER et Bernard BLERO, conseillers d'Etat, Sébastien VAN DROOGHENBROECK et Marianne DONY, assesseurs, et Anne—Catherine VAN GEERSDAELE, greffier.

Le rapport a été présenté par Stéphane TELLIER, premier auditeur.

La concordance entre la version française et la version néerlandaise a été vérifiée sous le contrôle de Martine BAGUET.

(10) RvS (11e k.) 27 juni 2022, nr. 254.128, nv Circus Belgium c.s.

(11) Wat betreft de verenigbaarheid van de bepalingen van dat koninklijk besluit met de artikelen 49 en 56 van het VWEU, wordt in het arrest het volgende geoordeeld: "(...) dès lors que tous les éléments de la cause sont cantonnés en Belgique, et que l'existence d'éléments concrets permettant d'établir un lien entre l'objet ou les circonstances de la présente contestation et l'article 56 TFUE, n'est pas établie, il y a lieu de considérer que l'article 56 précité n'est pas applicable de telle sorte que le moyen est irrecevable en tant qu'il invoque la violation de cette disposition".

(12) In de bespreking van artikel 4 wordt overigens aangegeven "dat deze vorm van reclame, in tegenstelling tot de traditionele reclame, minder zichtbaar is voor het grote publiek".

(13) Zie hierna de bijzondere opmerking over artikel 4.

(14) Wat een definitie is voor de toepassing van boek VI van hetzelfde Wetboek in verband met consumentenbescherming.

(15) Zie de bijzondere opmerkingen over de artikelen 1, 3, 4, 6, 8, 9 en 11.

(16) Te weten het gokspel "Scoore".

(17) Parl. St. Kamer 2018-19, nr. 54/3327, 1.

(18) <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/adviezen/63661.pdf>. In dat advies heeft de afdeling Wetgeving het volgende opgemerkt:

"1. De aan de Koning verleende algemene machtiging waarin het ontworpen nieuw tweede lid van artikel 61 van de wet van 7 mei 1999 voorziet, overlapt blijkbaar artikel 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, e), van dezelfde wet, wat de kansspelen via informatiemaatschappij-instrumenten betreft. [Voetnoot 5 van het geciteerde advies: Zie in dit verband het koninklijk besluit van 21 juni 2011 'betreffende de kwaliteitsvoorwaarden die door de aanvrager van een aanvullende vergunning dienen te worden vervuld inzake kansspelen', waarvan de rechtsgrond te vinden is in artikel 43/8, § 2, 1<sup>o</sup>, van de wet van 7 mei 1999 en die een aantal bepalingen inzake reclame bevat (de artikelen 5, 8 en 9)].

In de ontworpen bepaling of ten minste in de memorie van toelichting dient vermeld te worden dat de bedoeling van de regelgeving betreffende de reclame voor kansspelen, die door de Koning vastgesteld moet worden, erin bestaat de spelers te beschermen of zelfs om specifieke categorieën van spelers, zoals minderjarigen, beter te beschermen."

(19) Dat artikel luidt als volgt: "De houders van een aanvullende vergunning klasse F1+ mogen op geen enkele manier reclame maken voor henzelf of voor de producten van kansspelen of weddenschappen die zij aanbieden op de spelersuitrusting en het spelersmateriaal van minderjarige sportploegen."

(20) Dit impliceert dus: enkel en alleen in televisieprogramma's.

(21) Zie in dat verband advies 69.974/1/V van 6 september 2021 over een voorontwerp dat heeft geleid tot het decreet van het Vlaams Gewest van 4 februari 2022 'tot wijziging van de wet van 14 augustus 1986 betreffende de bescherming en het welzijn der dieren, wat betreft een strafverzwaring', Parl. St. VI. Parl. 2021-22, nr. 960/1, 15-22; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/adviezen/69974.pdf>, en advies 52.414/2 van 14 januari 2013 over een wetsvoorstel 'tot wijziging van de wet van 15 april 1958 betreffende de publiciteit inzake tandverzorging met het oog op een duidelijk verbod op reclame voor tandheelkundige esthetische ingrepen en met het oog op een aanpassing van de straffen aan de huidige normen' (Parl. St. Senaat 2011 12, nr. 5-1297/2, 1-15 ; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/adviezen/52414.pdf>).

(22) De bespreking van de artikelen bevat geen rechtvaardiging in dat verband.

\*

ADVIES 72.838/4 VAN 6 FEBRUARI 2023 VAN DE RAAD VAN STATE, AFDELING WETGEVING, OVER EEN ONTWERP VAN KONINKLIJK BESLUIT 'TOT BEPALING VAN DE NADERE REGELS BETREFFENDE DE RECLAME VOOR DE KANSSPELEN'

Op 23 december 2022 is de Raad van State, afdeling Wetgeving, door de Vice eerste minister en Minister van Justitie en Noordzee verzocht binnen een termijn van dertig dagen verlengd van vijftien dagen\*, een advies te verstrekken over een ontwerp van koninklijk besluit 'tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen'.

Het ontwerp is door de vierde kamer onderzocht op 6 februari 2023. De kamer was samengesteld uit Martine BAGUET, kamervoorzitter, Luc CAMBIER en Bernard BLERO, staatsraden, Sébastien VAN DROOGHENBROECK en Marianne DONY, assessoren, en Anne-Catherine VAN GEERSDAELE, griffier.

Het verslag is uitgebracht door Stéphane TELLIER, eerste auditeur.

De overeenstemming tussen de Franse en de Nederlandse tekst van het advies is gezien onder toezicht van Martine BAGUET.

L'avis, dont le texte suit, a été donné le 6 février 2023 .

\*

Comme la demande d'avis est introduite sur la base de l'article 84, § 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, des lois 'sur le Conseil d'État', coordonnées le 12 janvier 1973, la section de législation limite son examen au fondement juridique du projet, à la compétence de l'auteur de l'acte ainsi qu'à l'accomplissement des formalités préalables, conformément à l'article 84, § 3, des lois coordonnées précitées.

Sur ces trois points, le projet appelle les observations suivantes.

#### COMPÉTENCE DE LA SECTION DE LÉGISLATION

La section de législation a donné le 12 octobre 2022, l'avis n° 72.190/4 sur un projet d'arrêté royal ayant le même objet et le même intitulé (ci-après « le projet 72.190/4 »).

Lorsque la section de législation a donné un avis, elle a épuisé la compétence que lui confère la loi, et il ne lui appartient dès lors pas de se prononcer à nouveau sur les dispositions déjà examinées, qu'elles aient été revues pour tenir compte des observations faites dans le premier avis ou qu'elles demeurent inchangées.

Il en va différemment lorsqu'il est envisagé d'insérer dans le texte des dispositions entièrement nouvelles, dont le contenu est indépendant des observations ou suggestions formulées dans le premier avis de la section de législation : en pareil cas, une nouvelle consultation de la section de législation est requise, portant sur les dispositions nouvelles.

Il en va aussi différemment quand interviennent, après le premier avis, des éléments juridiques nouveaux de nature à justifier un nouvel examen du texte par la section de législation ; en pareille hypothèse, le nouvel examen du texte a pour objet l'incidence de ces éléments juridiques nouveaux sur le texte en cause.

S'agissant du présent avis, l'examen est dès lors limité aux articles 3, 6, 21 à 24 et 27.

#### PORTÉE DES ARTICLES 3, 6, 21 À 24 ET 27

Comparé aux dispositions du projet 72.190/4, le projet à l'examen contient les dispositions nouvelles suivantes, qui ne résultent pas d'observations formulées dans le précédent avis :

– Il contient une nouvelle définition de la notion de « publicité » (article 3, 3<sup>o</sup>), définit non plus le « parrainage » mais le « parrainage sportif » en visant les « clubs sportifs », sans plus mentionner les clubs sportifs « professionnels » (article 3, 4<sup>o</sup>), et introduit par ailleurs, en les définissant, les notions d'« association sportive professionnelle » (article 3, 5<sup>o</sup>) et d'« association sportive non professionnelle » (article 3, 6<sup>o</sup>).

– Il détermine, à l'article 6, dans quelle mesure le parrainage sportif par les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, est autorisé, en ne faisant plus mention des « clubs professionnels », mais des « associations sportives professionnelles » et « non professionnelles » et en fixant des règles quant à l'emplacement et aux dimensions de la publicité sur le vêtement de sport.

– Les dispositions de l'article 6 sont à lire en combinaison avec les articles 22 à 24 et 27, lesquels contiennent des dispositions temporaires, abrogatoires et relatives à l'entrée en vigueur des dispositions contenues dans l'article 6 du projet. Ainsi,

a. S'agissant de la publicité pour les jeux de hasard sur les vêtements de sport :

L'arrêté royal en projet entrant en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2023 (selon l'article 27), ce type de publicité reste autorisé, à l'exception des publicités sur les vêtements de sport des joueurs mineurs d'âge, qui est interdite à partir de cette même date (article 6, § 2, alinéa 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>). À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2025 jusqu'au 31 décembre 2027 (article 22, alinéa 2), l'article 22, alinéa 1<sup>er</sup>, s'applique, lequel détermine des modalités plus strictes de la publicité sur les vêtements des joueurs (pas plus de 75 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements et ne peut pas être apposée à l'avant des vêtements), qui s'appliquent temporairement. À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028, selon l'article 27, l'article 6, § 2, alinéa 2, du projet (1), entre en vigueur lequel limite à 50 cm<sup>2</sup> la surface totale des vêtements sur laquelle la publicité peut apparaître, la règle selon laquelle la publicité ne peut pas être apposée sur l'avant étant maintenue.

Het advies, waarvan de tekst hierna volgt, is gegeven op 6 februari 2023.

\*

Aangezien de adviesaanvraag ingediend is op basis van artikel 84, § 1, eerste lid, 2<sup>o</sup>, van de wetten 'op de Raad van State', gecoördineerd op 12 januari 1973, beperkt de afdeling Wetgeving overeenkomstig artikel 84, § 3, van de voornoemde gecoördineerde wetten haar onderzoek tot de rechtsgrond van het ontwerp, de bevoegdheid van de steller van de handeling en de te vervullen voorafgaande vormvereisten.

Wat die drie punten betreft, geeft het ontwerp aanleiding tot de volgende opmerkingen.

#### BEVOEGDHEID VAN DE AFDELING WETGEVING

De afdeling Wetgeving heeft op 12 oktober 2022 advies 72.190/4 uitgebracht over een ontwerp van koninklijk besluit met hetzelfde onderwerp en hetzelfde opschrift (hierna "het ontwerp 72.190/4").

Wanneer de afdeling Wetgeving een advies gegeven heeft, heeft ze de bevoegdheid waarover ze krachtens de wet beschikt volledig uitgeoefend; het komt haar derhalve niet toe om zich opnieuw uit te spreken over reeds onderzochte bepalingen, ongeacht of die herzien zijn teneinde rekening te houden met de opmerkingen die in het eerste advies gemaakt zijn, dan wel ongewijzigd blijven.

Dat geldt niet wanneer overwogen wordt in de tekst volledig nieuwe bepalingen in te voegen waarvan de inhoud losstaat van de opmerkingen of voorstellen die de afdeling Wetgeving in het eerste advies geformuleerd heeft: in zo'n geval moet de afdeling Wetgeving opnieuw geraadpleegd worden, deze keer over de nieuwe bepalingen.

Dat geldt evenmin wanneer na het eerste advies nieuwe juridische gegevens opduiken, die grond kunnen opleveren voor een nieuw onderzoek van de tekst door de afdeling Wetgeving; in zo'n geval heeft het nieuw onderzoek van de tekst betrekking op de weerslag van die nieuwe juridische gegevens op de betrokken regeling.

Wat dit advies betreft, wordt het onderzoek dan ook beperkt tot de artikelen 3, 6, 21 tot 24 en 27.

#### STREKKING VAN DE ARTIKELEN 3, 6, 21 TOT 24 EN 27

In vergelijking met de bepalingen van het ontwerp 72.190/4, bevat voorliggend ontwerp de volgende nieuwe bepalingen die niet het gevolg zijn van opmerkingen die in het vorige advies gemaakt zijn:

– Het bevat een nieuwe definitie van het begrip "reclame" (artikel 3, 3<sup>o</sup>), geeft geen definitie meer van het begrip "sponsoring", maar wel van "sportsponsoring", waarbij verwezen wordt naar de "sportverenigingen", maar niet meer naar de "professionele sportverenigingen" (artikel 3, 4<sup>o</sup>), terwijl daarin gewerkt wordt met een definitie gegeven wordt van de begrippen "professionele sportvereniging" (artikel 3, 5<sup>o</sup>) en "niet-professionele sportvereniging" (artikel 3, 6<sup>o</sup>).

– In artikel 6 wordt bepaald in welke mate sportsponsoring door de in artikel 1, eerste lid, bedoelde vergunninghouders toegestaan is, zonder nog melding te maken van de "professionele clubs", maar wel van de "professionele sportverenigingen" en de "niet professionele sportverenigingen", terwijl daarbij de regels vastgesteld worden inzake de plaats en de grootte van die reclame op sportkledij.

– De bepalingen van artikel 6 dienen gelezen te worden in samenhang met de artikelen 22 tot 24 en 27, die een tijdelijke bepaling en opheffingsbepalingen bevatten en bepalingen met betrekking tot de inwerkingtreding van de bepalingen vervat in artikel 6 van het ontwerp. In dat verband dient het volgende opgemerkt te worden:

a) Wat de reclame voor kansspelen op sportkledij betreft :

Aangezien het ontworpen koninklijk besluit in werking treedt op 1 juli 2023 (volgens artikel 27), blijft die soort reclame toegestaan, met uitzondering van die reclame op sportkledij van minderjarige sportbeoefenaars, die verboden wordt met ingang van diezelfde datum (artikel 6, § 2, eerste lid, 1<sup>o</sup>). Van 1 januari 2025 tot 31 december 2027 (artikel 22, tweede lid), geldt artikel 22, eerste lid, waarin striktere nadere regels vastgesteld worden wat betreft die reclame op de kledij van sportbeoefenaars (aan te brengen op niet meer dan 75 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de kledij en niet op de voorzijde van de kledij), welke nadere regels slechts tijdelijk van toepassing zijn. Artikel 6, § 2, tweede lid, van het ontwerp (1), waarbij de totale oppervlakte van de sportkledij waarop die reclame aangebracht mag worden tot 50 cm<sup>2</sup> beperkt wordt, treedt volgens artikel 27 in werking op 1 januari 2028, terwijl de regel naar luid waarvan die reclame niet op de voorzijde van de kledij aangebracht mag worden, behouden blijft.



b. S'agissant de la publicité sur le lieu où le sport est pratiqué :

Ce type de publicité est autorisé en vertu de l'article 6, § 2, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, du projet, jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2025, date à laquelle cette disposition est abrogée (selon l'article 23).

c. S'agissant de la publicité lors de compétitions sportives belges :

L'article 6, § 3, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, l'autorise également jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2025, date à laquelle cette disposition est abrogée (selon l'article 23).

d. S'agissant du parrainage sportif d'associations sportives professionnelles :

Les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> sont autorisés à faire de la publicité pour ce type d'association, en vertu de l'article 6, § 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, mais uniquement jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2028, date à laquelle cette disposition est abrogée (selon l'article 24). L'autorisation est par contre maintenue pour les associations sportives non professionnelles, dans le respect des dispositions de l'arrêté royal à l'examen.

#### OBSERVATIONS GÉNÉRALES

1. Il résulte de la nouvelle définition de « parrainage sportif » à l'article 3, 4<sup>o</sup>, du projet, et de l'ajout des définitions d'associations sportives professionnelles et non professionnelles, à l'article 3, 5<sup>o</sup> et 6<sup>o</sup>, du projet, que le parrainage sportif est plus largement défini dans la mesure où il concerne ces deux types d'association sportive (2). Cela a pour effet, d'une part, de clarifier le champ d'application de la réglementation en projet, ce qui participe à la sécurité juridique et, d'autre part, d'élargir ce champ d'application dès lors que les titulaires de licence de jeux de hasard seront également soumis aux restrictions en matière de publicité sur les jeux de hasard pour ce qui concerne les associations sportives non professionnelles.

Dans son avis n° 72.190/4, la section de législation a observé que le projet examiné était, dans la mesure des observations formulées, compatible avec différents droits et libertés fondamentaux et admissible en tant qu'entrave à la liberté d'établissement et à la libre prestation des services au sens du droit de l'Union européenne, en ce que

« [...] les restrictions apportées à la publicité pour les jeux de hasard telle que prévues par le projet reposent en leur principe sur une justification objective et raisonnable et apparaissent donc en leur principe proportionnées au regard de l'objectif poursuivi »

Et

« [...] dans la mesure où l'auteur du projet établit que [la réglementation envisagée], qui restreint la liberté d'établissement et la libre prestation des services, poursuit effectivement, de manière cohérente et systématique, les objectifs de santé publique, de protection des mineurs et des joueurs et de lutte contre l'assuétude au jeu ».

L'élargissement du champ d'application de la réglementation en projet aux associations sportives non professionnelles n'est pas susceptible d'énervier ce constat, dans la mesure où, ainsi élargie, cette réglementation reste conforme aux objectifs poursuivis de santé publique, de protection des mineurs et des joueurs et de lutte contre l'assuétude au jeu et ne paraît pas disproportionnée au regard des objectifs poursuivis.

2. Il résulte de l'application de l'article 24 du projet, que l'article 6, § 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, du projet, est abrogé à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028.

Ainsi que le précise le commentaire de l'article 24, cela signifie qu'à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028, « les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> ne seront plus autorisés à parrainer des associations sportives professionnelles ».

À contrario, cela signifie qu'au-delà du 31 décembre 2027, les titulaires de licence pourront continuer à parrainer – dans les limites prévues à l'article 6, § 2, alinéa 2, qui entre en vigueur à la même date – les associations sportives non professionnelles.

Le commentaire de l'article 24 explique cette distinction comme suit :

« La compétition des associations sportives professionnelles est populaire auprès des fans de sport actifs et passifs. Cette compétition est souvent couverte (en direct) par les médias audiovisuels et la presse écrite. Par conséquent, la publicité pour les jeux de hasard dans les associations sportives professionnelles a une portée beaucoup plus large que dans les associations sportives non professionnelles. En outre,

b. Wat die reclame betreft op de plaats waar de sport beoefend wordt:

Die soort reclame is, krachtens artikel 6, § 2, eerste lid, 2<sup>o</sup>, van het ontwerp, toegestaan tot 1 januari 2025, de datum waarop die bepaling opgeheven wordt (volgens artikel 23).

c. Wat die reclame tijdens Belgische sportcompetities betreft:

Die soort reclame is krachtens artikel 6, § 3, eerste lid, 2<sup>o</sup>, eveneens toegestaan tot 1 januari 2025, de datum waarop die bepaling opgeheven wordt (volgens artikel 23).

d. Wat sportsponsoring voor professionele sportverenigingen betreft :

Het is de vergunninghouders bedoeld in artikel 1, krachtens artikel 6, § 1, 2<sup>o</sup>, toegestaan om reclame te maken voor dat soort verenigingen, maar uitsluitend tot 1 januari 2028, de datum waarop die bepaling opgeheven wordt (volgens artikel 24). Dat blijft hen daarentegen toegestaan voor niet-professionele sportverenigingen, met inachtneming van de bepalingen van voorliggend koninklijk besluit.

#### ALGEMENE OPMERKINGEN

1. Uit de nieuwe definitie van het begrip “sportsponsoring” in artikel 3, 4<sup>o</sup>, van het ontwerp, en uit de toevoeging van de definities van de begrippen “professionele sportvereniging” en “niet-professionele sportvereniging” in artikel 3, 5<sup>o</sup> en 6<sup>o</sup>, van het ontwerp, vloeit voort dat “sportsponsoring” ruimer omschreven wordt doordat dit begrip betrekking heeft op die beide soorten sportvereniging. (2) Dat heeft tot gevolg, enerzijds, dat het toepassingsgebied van de ontworpen regeling verduidelijkt wordt, hetgeen de rechtszekerheid ten goede komt, en, anderzijds, dat dit toepassingsgebied verruimd wordt, aangezien ook voor de houders van een vergunning voor kansspelen dezelfde beperkingen zullen gelden inzake reclame voor kansspelen wat de niet-professionele sportverenigingen betreft.

In advies 72.190/4 heeft de afdeling Wetgeving vastgesteld dat het ontwerp dat toen voorlag, onder voorbehoud van de daarin geformuleerde opmerkingen, verenigbaar was met verscheidene fundamentele rechten en vrijheden en aanvaardbaar was als belemmering van de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten in de zin van het recht van de Europese Unie, aangezien

“(…) de beperkingen van reclame voor kansspelen zoals het ontwerp die oplegt, in principe berusten op een objectieve en redelijke verantwoording en dus in principe evenredig lijken met het nagestreefde doel”

en

“in zoverre de steller van het ontwerp aantoont dat [de beoogde regeling], die de vrijheid van vestiging en het vrij verrichten van diensten inperkt, daadwerkelijk en op coherente en systematische wijze de doelen nastreeft inzake volksgezondheid, bescherming van minderjarigen en bestrijding van gokverslaving”.

De verruiming van het toepassingsgebied van de ontworpen regeling tot de niet-professionele sportverenigingen kan er niet toe leiden dat die vaststelling op de helling komt te staan, voor zover die regeling met aldus verruimd toepassingsgebied in overeenstemming blijft met de nagestreefde doelstellingen inzake volksgezondheid, inzake bescherming van minderjarigen en van spelers en inzake bestrijding van gokverslaving en niet onevenredig lijkt ten aanzien van de nagestreefde doelstellingen.

2. Uit de toepassing van artikel 24 van het ontwerp vloeit voort dat artikel 6, § 1, 2<sup>o</sup>, van het ontwerp, opgeheven wordt met ingang van 1 januari 2028.

Zoals in de bespreking van artikel 24 verduidelijkt wordt, betekent dit dat het vanaf 1 januari 2028 “aan de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders niet meer toegestaan [is] om professionele sportverenigingen te sponsoren”.

A contrario houdt dat in dat de vergunninghouders niet-professionele sportverenigingen zullen kunnen blijven sponsoren na 31 december 2027 binnen de perken gesteld in artikel 6, § 2, tweede lid, dat op diezelfde datum in werking treedt.

In de bespreking van artikel 24 wordt dat onderscheid uitgelegd als volgt :

“De competitie van de professionele sportverenigingen is populair bij zowel actieve als passieve sportliefhebbers. Vaak is er (live) verslaggeving van deze competitie via audiovisuele media en in de geschreven pers. Bijgevolg heeft de gokreclame bij de professionele sportverenigingen een veel groter bereik dan bij de niet-professionele sportverenigingen. Bovendien zijn topsporters vaak een rolmodel voor minderjarigen.

les sportifs de haut niveau sont souvent des modèles pour les mineurs. L'interdiction du parrainage sportif dans ces associations sportives professionnelles réduit la visibilité de la publicité pour les jeux de hasard et constitue donc une mesure très efficace pour lutter contre la normalisation des jeux ».

La déléguée du Ministre a jouté sur ce point :

« À titre complémentaire, l'influence et l'impact du secteur professionnel auprès des mineurs nous semble plus importante que le secteur non professionnel. Pour les mineurs, les personnalités sont des modèles à suivre. Or, nous souhaitons éviter que les jeux de hasard soient associés avec le succès et la réussite, notamment auprès des mineurs ».

Toutefois, les associations sportives non professionnelles sont également susceptibles d'accueillir, en vue de pratiquer du sport, des personnes à risque (3).

Aussi, l'auteur du projet doit être en mesure de démontrer en quoi l'objectif de protection des personnes à risque n'est pas compromis par le dispositif tel que conçu.

## OBSERVATIONS PARTICULIÈRES

### PRÉAMBULE

L'alinéa 7 relatif aux avis du Conseil d'État sera rédigé comme suit :

« Vu l'avis n° 72.190/4 du Conseil d'État donné le 12 octobre 2022 et l'avis n° 72.838/4 du Conseil d'État donné le 6 février 2023, en application de l'article 84, § 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, des lois sur le Conseil d'État, coordonnées le 12 janvier 1973 ; » (4).

### DISPOSITIF

#### Article 1<sup>er</sup>

L'attention de l'auteur du projet est attirée sur le fait que les articles 32, 33, 35 à 38 et 40, d'un avant-projet de loi « visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme III », ont pour objet d'abroger, dans la loi du 7 mai 1999 'sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs', les dispositions relatives aux licences de classe G1 et G2.

De l'accord de la déléguée du Ministre, l'alinéa 1<sup>er</sup> devra, le cas échéant, être adapté.

#### Article 3

Au 5<sup>o</sup>, dans la version française, il est écrit « aux plus haute division de la compétition nationale [...] ». Cette expression apparaît au singulier dans la version néerlandaise du dispositif.

Dans le rapport au Roi, il est précisé, à propos de l'article 3, 5<sup>o</sup>, qu'est visée la participation des athlètes :

« [...] à les plus hautes divisions de la compétition nationale organisée par des fédérations sportives reconnues. Il s'agit plus précisément des classes supérieures de la ligue nationale organisée par les fédérations sportives reconnues. Dans la compétition du football masculin, par exemple, cela concerne les clubs professionnels des classes 1A et 1B ».

Le 5<sup>o</sup> sera revu afin de mentionner de manière précise et compréhensible les divisions prises en compte dans le cadre de la définition de la notion d'association sportive professionnelle.

#### Article 6

Au paragraphe 3, alinéa 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup> et 2<sup>o</sup>, de l'accord de la déléguée du Ministre, il y a lieu d'écrire « compétitions sportives internationales et européennes » et « compétitions sportives belges ».

#### Article 21

Dans l'avis n° 72.190/4, la section de législation a observé ce qui suit à propos de la disposition pénale que constituait l'article 21 du projet examiné :

« 1. Ainsi que l'indique la déléguée du Ministre,

'[I]l le projet de loi visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme IIbis, déposé à la chambre le 27 juillet 2022, étend le champ d'application de l'article 15/3 et 64, de la loi sur les jeux de hasard à l'article 61, alinéa 2 de la loi même loi'.

À considérer que ce projet de loi soit adopté, l'article 64 de la loi du 7 mai 1999 disposerait notamment que les auteurs des infractions aux dispositions de l'article 61, alinéa 2, seront punis pénalement.

Het verbieden van de sportsponsoring bij deze professionele sportverenigingen zorgt voor een beperking van de zichtbaarheid van de gokreclame en is een heel effectieve maatregel om de normalisering van gokken tegen te gaan."

De gemachtigde van de minister heeft daaraan het volgende toegevoegd :

"À titre complémentaire, l'influence et l'impact du secteur professionnel auprès des mineurs nous semble plus importante que le secteur non professionnel. Pour les mineurs, les personnalités sont des modèles à suivre. Or, nous souhaitons éviter que les jeux de hasard soient associés avec le succès et la réussite, notamment auprès des mineurs."

Ook niet-professionele sportverenigingen kunnen evenwel onder hun leden- sportbeoefenaars risicopersonen (3) tellen.

De steller van het ontwerp moet dan ook kunnen aantonen wat maakt dat de doelstelling die erin bestaat risicopersonen te beschermen niet in het gedrang komt door het dispositief zoals het opgevat is.

## BIJZONDERE OPMERKINGEN

### AANHEF

Het zevende lid, waarin naar het advies van de Raad van State verwezen wordt, moet als volgt gesteld worden:

"Gelet op advies 72.190/4 van de Raad van State, gegeven op 12 oktober 2022 en op advies 72.838/4 van de Raad van State, gegeven op 6 februari 2023, met toepassing van artikel 84, § 1, eerste lid, 2<sup>o</sup>, van de wetten op de Raad van State, gecoördineerd op 12 januari 1973;" (4)

### DISPOSITIEF

#### Artikel 1

De aandacht van de steller van het ontwerp wordt gevestigd op het feit dat de artikelen 32, 33, 35 tot 38 en 40 van een voorontwerp van wet "om justitie menselijker, sneller en straffer te maken III", ertoe strekken in de wet van 7 mei 1999 'op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers', de bepalingen betreffende de vergunningen van klasse G1 en G2 op te heffen.

De gemachtigde van de minister is het ermee eens dat het eerste lid in voorkomend geval aangepast zal moeten worden.

#### Artikel 3

In de Franse tekst van de bepaling onder 5<sup>o</sup>, staat "aux plus haute division de la compétition nationale (...)". Die uitdrukking staat in het enkelvoud in de Nederlandse tekst van het dispositief.

In het verslag aan de Koning wordt met betrekking tot artikel 3, 5<sup>o</sup>, verduidelijkt dat daarmee verwezen wordt naar de deelname van de sporters:

"(...) aan de hoogste divisies van de nationale competitie georganiseerd door een erkende sportfederaties. Concreet gaat het om de topklassen van de nationale competitie georganiseerd door de erkende sportfederaties. Bij de voetbalcompetitie voor mannen bijvoorbeeld gaat het om de profclubs in klasse 1A en 1B."

De bepaling onder 5<sup>o</sup> moet aldus herzien worden dat op een nauwkeurige en begrijpelijke wijze vermeld wordt welke afdelingen in aanmerking genomen worden in het kader van de definitie van het begrip professionele sportvereniging.

#### Artikel 6

De gemachtigde van de minister is het ermee eens dat in paragraaf 3, eerste lid, 1<sup>o</sup> en 2<sup>o</sup>, "internationale en Europese sportcompetities" en "Belgische sportcompetities" geschreven dient te worden.

#### Artikel 21

In advies 72.190/4, heeft de afdeling Wetgeving in verband met de strafbepaling die artikel 21 van het toen voorliggend ontwerp vormde, het volgende opgemerkt:

"1. De gemachtigde van de minister heeft het volgende gesteld:

'Le projet de loi visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme IIbis, déposé à la chambre le 27 juillet 2022, étend le champ d'application de l'article 15/3 et 64, de la loi sur les jeux de hasard à l'article 61, alinéa 2 de la loi même loi.'

Gesteld dat dit wetsontwerp wordt aangenomen zou in artikel 64 van de wet van 7 mei 1999 inzonderheid moeten worden bepaald dat de daders van inbreuken op de bepalingen van artikel 61, tweede lid, strafrechtelijk gestraft worden.

2. Ce projet de loi n'étant cependant pas encore adopté et à supposer par ailleurs que la disposition à l'examen soit utile au vu de l'article 64 en projet de la loi du 7 mai 1999, aucun fondement légal n'existe, à ce jour, pour que l'arrêté en projet puisse énoncer une quelconque règle de mise en œuvre.

L'article 21 sera omis.

3. L'attention de l'auteur du projet est, à ce stade déjà, attirée sur les réserves à émettre à l'égard du principe même de peines d'emprisonnement appliquées aux infractions aux règles prévues par le projet à l'examen 21 (5) ».

Le projet de loi dont question dans cette observation est devenu la loi du 6 décembre 2022 'visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme Ilbis'. L'article 53 de cette loi modifie l'article 64 de la loi du 7 mai 1999 (6) de manière à rendre susceptible de sanctions pénales notamment la méconnaissance des dispositions prises en exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi du 7 mai 1999, soit les dispositions de l'arrêté royal en projet.

L'article 21 est maintenu dans le projet à l'examen. Interrogée à propos de ce maintien, eu égard à la modification de l'article 64 de la loi du 7 mai 1999, la déléguée du Ministre a indiqué :

« Suite à la modification de l'article 64 de la loi sur les jeux de hasard par l'article 53 de la loi du 6 décembre 2022 'visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme Ilbis', toute personne en ce compris, outre le titulaire de licence, notamment 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 de l'arrêté pris en exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi sur les jeux de hasard peuvent également être susceptibles de sanctions.

L'article 21 du projet d'arrêté royal peut dès lors sembler redondant avec l'article 64 de la loi les jeux de hasard tel que modifié ».

L'article 21 apparaît en effet redondant avec l'article 64 de la loi du 7 mai 1999, dès lors que cette dernière disposition permet déjà de sanctionner pénalement toute personne qui ne respecterait pas les dispositions de l'arrêté pris en exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi, sans que l'arrêté royal à l'examen ait à préciser quelles personnes sont susceptibles d'être sanctionnées.

Partant, l'article 21 sera omis.

#### OBSERVATION FINALE

Dans le rapport au Roi, alors que l'article 3, 4°, du projet, ne fait plus référence aux clubs « professionnels », le commentaire de cette disposition énonce ce qui suit :

« En application de l'article 3, 4°, dans cet arrêté, on entend par parrainage sportif le soutien des clubs sportifs professionnels et des événements sportifs [...] ».

Le rapport au Roi sera revu afin de veiller à sa cohérence avec le dispositif du projet.

Le greffier,  
Anne-Catherine VAN GEERSDAELE

Le président,  
Martine BAGUET

Notes

\* Par courriel du 3 janvier 2023.

(1) L'article 6, § 2, alinéa 2, prévoit : « [...] La publicité visée à l'alinéa 1<sup>er</sup>, 1°, [soit l'apposition de la marque ou du logo, ou des deux, 'sur les vêtements de sport de joueurs, à l'exception des joueurs de mineurs d'âge, ou d'équipes sportives'] s'applique à tous les titulaires de licences concernés et ne peut pas occuper plus de 50 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements de sport des joueurs et ne peut pas être apposée sur l'avant des vêtements de sport ».

(2) Dans le projet 72.190/4, la définition de « parrainage » ne visait que le soutien « des clubs sportifs professionnels et des événements sportifs ».

(3) Soit susceptibles d'assuétude aux jeux de hasard.

(4) *Principes de technique législative - Guide de rédaction des textes législatifs et réglementaires*, [www.raadvst-consetat.be](http://www.raadvst-consetat.be), onglet « Technique législative », recommandation n° 36.1 et formule F 3-5-2.

(5) *Note de bas de page n° 21 de l'avis cité* : Voir, à ce sujet, l'avis n° 69.974/1/V donné le 6 septembre 2021 sur un avant-projet devenu le décret de la Région flamande du 4 février 2022 'modifiant la loi du 14 août 1986 relative à la protection et au bien-être des animaux, en ce

2. Aangezien dat wetsontwerp evenwel nog niet is aangenomen, en voorts in de veronderstelling dat de voorliggende bepaling nuttig is, gelet op het ontworpen artikel 64 van de wet van 7 mei 1999, is er op dit ogenblik geen enkele rechtsgrond voorhanden op basis waarvan het ontworpen besluit enige regel van tenuitvoerlegging zou kunnen vaststellen.

Artikel 21 moet worden weggelaten.

3. Nu reeds wordt de steller van het ontwerp geattendeerd op het voorbehoud dat moet worden gemaakt wat betreft het principe zelf van gevangenisstraffen die van toepassing zouden zijn op inbreuken op de regels waarin het voorliggende ontwerp voorziet." (5)

Het wetsontwerp waarvan in die opmerking sprake is, heeft geleid tot de wet van 6 december 2022 'om justitie menselijker, sneller en straffer te maken Ilbis'. Bij artikel 53 van die wet wordt artikel 64 van de wet van 7 mei 1999 (6) aldus gewijzigd dat strafrechtelijke straffen opgelegd kunnen worden voor inzonderheid de niet-naleving van de bepalingen genomen ter uitvoering van artikel 61, tweede lid, van de wet van 7 mei 1999, dat wil zeggen de bepalingen van het ontworpen koninklijk besluit.

Artikel 21 wordt in voorliggend ontwerp gehandhaafd. Op een vraag over die handhaving, en rekening houdend met de wijziging van artikel 64 van de wet van 7 mei 1999, heeft de gemachtigde van de minister het volgende geantwoord:

"Suite à la modification de l'article 64 de la loi sur les jeux de hasard par l'article 53 de la loi du 6 décembre 2022 'visant à rendre la justice plus humaine, plus rapide et plus ferme Ilbis', toute personne en ce compris, outre le titulaire de licence, notamment 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 de l'arrêté pris en exécution de l'article 61, alinéa 2, de la loi sur les jeux de hasard peuvent également être susceptibles de sanctions.

L'article 21 du projet d'arrêté royal peut dès lors sembler redondant avec l'article 64 de la loi les jeux de hasard tel que modifié."

Artikel 21 lijkt inderdaad te overlappen met artikel 64 van de wet van 7 mei 1999, aangezien dat artikel 64 het reeds mogelijk maakt om een strafrechtelijke straf op te leggen aan elke persoon die zich niet zou houden aan de bepalingen van het besluit genomen ter uitvoering van artikel 61, tweede lid, van de wet, zonder dat in voorliggend koninklijk besluit verduidelijkt hoeft te worden welke personen gestraft kunnen worden.

Artikel 21 moet dan ook weggelaten worden.

#### SLOTOPMERKING

Terwijl in artikel 3, 4°, van het ontwerp niet langer verwezen wordt naar de "professionele" clubs, wordt in het verslag aan de Koning, in de bespreking van die bepaling, het volgende gesteld:

"Volgens artikel 3, 4°, wordt in dit besluit onder sportsponsoring verstaan de ondersteuning van professionele sportclubs en sportevenementen (...)"

Het verslag aan de Koning moet aldus herzien worden dat de samenhang ervan met het dispositief van het ontwerp verzekerd wordt.

De griffier,  
Anne-Catherine VAN GEERSDAELE

De voorzitter,  
Martine BAGUET

Nota's

\* Bij e-mail van 3 januari 2023.

(1) Dat artikel 6, § 2, tweede lid, luidt als volgt: "De reclame bedoeld in het eerste lid, 1°, (namelijk het aanbrengen van de merknaam of het logo, of beide, 'op de sportkledij van spelers, met uitzondering van minderjarige spelers, en sportteams) is van toepassing voor alle betrokken vergunninghouders en mag niet meer dan 50 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de sportkledij van de spelers in beslag nemen en mag niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht."

(2) In ontwerp 72.190/4 was in de definitie van het begrip "sponsoring" alleen sprake van het ondersteunen van "professionele sportverenigingen of sportwedstrijden".

(3) Met andere woorden personen die een gokverslaving kunnen krijgen.

(4) *Beginselen van de wetgevingstechniek - Handleiding voor het opstellen van wetgevende en reglementaire teksten*, [www.raadvst-consetat.be](http://www.raadvst-consetat.be), tab "Wetgevingstechniek", aanbeveling 36.1 en formule F 3-5-2.

(5) *Voetnoot 21 van het geciteerde advies*: Zie in dat verband advies 69.974/1/V van 6 september 2021 over een voorontwerp dat heeft geleid tot het decreet van het Vlaams Gewest van 4 februari 2022 'tot wijziging van de wet van 14 augustus 1986 betreffende de bescherming en het welzijn



qui concerne la mise à disposition d'une aggravation de la sanction', *Doc. parl.*, Parl. fl., 2021-2022, n° 960/1, pp. 15 à 22 ; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/avis/69974.pdf> et l'avis n° 52.414/2 donné le 14 janvier 2013 sur une proposition de loi 'modifiant la loi du 15 avril 1958 relative à la publicité en matière de soins dentaires en vue d'interdire clairement la publicité relative aux interventions dentaires à visée esthétique et en vue d'adapter les peines aux normes actuelles', *Doc. parl.*, Sénat, 2011-2012, n° 5-1297/2, pp. 1 à 15 ; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/avis/52414.pdf>.

(6) L'article 64 de la loi du 7 mai 1999 est, depuis sa modification par l'article 53 de la loi du 6 décembre 2022, libellé comme suit : « Les auteurs des infractions aux dispositions des articles 4 § 2, 43/1, 43/2, 43/2/1 43/3, 43/4, 54, 60, aux dispositions prises en exécution de l'article 61, alinéa 2, et aux dispositions de l'article 62 seront punis d'un emprisonnement d'un mois à trois ans et d'une amende de 26 francs à 25.000 francs ou d'une de ces peines ».

### 27 FEVRIER 2023. — Arrêté royal déterminant les modalités relatives à la publicité pour les jeux de hasard

PHILIPPE, Roi des Belges,

A tous, présents et à venir, Salut.

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 ;

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 ;

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

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

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

Vu la communication à la Commission européenne 2022/0332/B le 8 mai 2022, en application de l'article 5, paragraphe 1<sup>er</sup>, 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 ;

Vu l'avis n° 72.190/4 du Conseil d'Etat donné le 12 octobre 2022 et l'avis n° 72.838/4 du Conseil d'Etat donné le 6 février 2023, en application de l'article 84, § 1<sup>er</sup>, alinéa 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, des lois sur le Conseil d'Etat, coordonnées le 12 janvier 1973 ;

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,

Nous avons arrêté et arrêtons :

CHAPITRE 1<sup>er</sup>. — *Champ d'application et définitions*

**Article 1<sup>er</sup>.** 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+, F1P, F2, et E pour les jeux de hasard.

Seuls les titulaires de licence visés à l'alinéa 1<sup>er</sup> peuvent faire de la publicité dans les conditions prévues par le présent arrêté.

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

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

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 des joueurs ;

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

3° « publicité » : toute forme de communication, 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 pour inciter aux jeux de hasard, 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 ;

der dieren, wat betreft een strafverzwaring', *Parl.St.* VI.Parl. 2021-22, nr. 960/1, 15-22; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/adviezen/69974.pdf>, en advies 52.414/2 van 14 januari 2013 over een wetsvoorstel 'tot wijziging van de wet van 15 april 1958 betreffende de publiciteit inzake tandverzorging met het oog op een duidelijk verbod op reclame voor tandheelkundige esthetische ingrepen en met het oog op een aanpassing van de straffen aan de huidige normen', *Parl.St.* Senaat 2011-12, nr. 5-1297/2, 1-15; <http://www.raadvst-consetat.be/dbx/adviezen/52414.pdf>.

(6) Artikel 64 van de wet van 7 mei 1999 luidt, sinds de wijziging ervan bij artikel 53 van de wet van 6 december 2022, als volgt : "De daders van inbreuken op de bepalingen van de artikelen 4 § 2, 43/1, 43/2, 43/2/1, 43/3, 43/4, 54, 60, de bepalingen genomen in uitvoering van artikel 61, tweede lid, en de bepalingen van artikel 62 worden gestraft met een gevangenisstraf van één maand tot drie jaar en met een boete van 26 frank tot 25.000 frank of met één van die straffen alleen."

### 27 FEBRUARI 2023. — Koninklijk besluit tot bepaling van de nadere regels betreffende de reclame voor de kansspelen

FILIP, Koning der Belgen,

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

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;

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

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

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

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

Gelet op het advies 72.190/4 van de Raad van State gegeven op 12 oktober 2022 en het advies 72.838/4 van de Raad van State gegeven op 6 februari 2023, met toepassing van het artikel 84, § 1, eerste lid, 2°, van de wetten op de Raad van State, gecoördineerd op 12 januari 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,

Hebben Wij besloten en besluiten Wij :

HOOFDSTUK 1. — *Toepassingsgebied en definities*

**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+, F1P, F2, en E voor kansspelen.

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

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

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

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

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

3° "reclame": elke vorm van communicatie, anders dan die bedoeld in artikel 60, tweede lid, van de kansspelwet, die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft om kansspelen te promoten of aan te zetten tot gokken, 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;

4° « parrainage sportif » : soutenir des associations sportives et des événements sportifs en leur apportant des ressources financières ou 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<sup>er</sup> ne puisse être utilisé dans le nom de l'association sportive ou de l'évènement sportif. Pour l'application du présent arrêté, le parrainage sportif est assimilé à la publicité;

5° « association sportive professionnelle » : association sportive où le sport est pratiqué de manière professionnelle et dont les athlètes participent aux Jeux olympiques, aux Jeux paralympiques, aux Jeux mondiaux, aux Championnats du monde, aux Championnats d'Europe ou de Belgique ou aux plus hautes divisions de la compétition nationale organisée par ou sous la supervision une fédération sportive reconnue ;

6° « association sportive non professionnelle » : toute association sportive qui ne répond pas à la définition visée au 5° ;

7° « marque » : la combinaison de maximum trois mots permettant de distinguer les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup>;

8° « logo » : élément figuratif ou semi figuratif permettant de distinguer les titulaires de licences visés à l'article 1<sup>er</sup>.

## CHAPITRE 2. — *Formes de publicité autorisée*

**Art. 4.** Les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> 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.

**Art. 6.** §1. Le parrainage sportif par les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> est autorisé pour :

- 1° les associations sportives non professionnelles ;
- 2° les associations sportives professionnelles.

§2. Le parrainage sportif est autorisé uniquement par l'apposition de la marque ou du logo, ou des deux, sur :

- 1° sur les vêtements de sport de joueurs, à l'exception des joueurs de mineurs d'âge, ou d'équipes sportives;
- 2° sur le lieu où est pratiqué le sport.

La publicité visée à l'alinéa 1<sup>er</sup>, 1°, s'applique à tous les titulaires de licences concernés et ne peut pas occuper plus de 50 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements de sport des joueurs et ne peut pas être apposée sur l'avant des vêtements de sport.

§3. Les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> peuvent diffuser des messages de parrainage sportif au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux pour les évènements suivants :

- 1° les compétitions sportives internationales et européennes;
- 2° les compétitions sportives belges.

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

- 1° la durée des messages de parrainage sportif ne dépasse pas 5 secondes ;
- 2° le nombre de message de parrainage sportif par heure est de maximum deux;
- 3° le message de parrainage sportif 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 la compétition sportive, 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, F1P et F2 peuvent faire de la publicité au moyen de leur marque ou de leur logo, ou des deux, sur les façades de leur établissement de jeux de hasard. La publicité installée peut occuper au maximum 30% de la surface totale des façades et ne peut être supérieure à 20m<sup>2</sup>.

Seuls les titulaires de licence visés à l'article 1<sup>er</sup> peuvent utiliser leur marque ou leur logo ou les deux et uniquement pour les établissements commerciaux dont l'activité principale est l'exploitation de jeux de hasard.

4° "sportsponsoring": het ondersteunen van sportverenigingen of sportwedstrijden met financiële middelen of 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 sportvereniging of het sportevenement. Voor de toepassing van dit besluit wordt sportsponsoring als reclame beschouwd;

5° "professionele sportvereniging": sportvereniging waar op professionele wijze sport wordt beoefend en waarvan de sporters deelnemen aan de Olympische Spelen, Paralympische Spelen, Wereldspelen, Wereldkampioenschappen, Europese of Belgische Kampioenschappen of aan de hoogste divisies van de nationale competitie georganiseerd door of onder toezicht van een erkende sportfederatie;

6° "niet-professionele sportvereniging": alle sportverenigingen die niet voldoen aan de definitie bedoeld in de bepaling onder 5°;

7° "merknaam": de combinatie van maximum drie woorden die het mogelijk maakt de vergunninghouders, bedoeld in artikel 1 te onderscheiden;

8° "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.

**Art. 6.** §1. Sportsponsoring door de in artikel 1 bedoelde vergunninghouders is toegestaan voor :

- 1° de niet- professionele sportverenigingen;
- 2° de professionele sportverenigingen.

§2. De sportsponsoring is enkel toegestaan door middel van het aanbrenge van de merknaam of het logo, of de twee, op :

- 1° de sportkledij van spelers, met uitzondering van minderjarige spelers, en sportteams;
- 2° de plaats waar de sport wordt beoefend.

De reclame bedoeld in het eerste lid, 1°, is van toepassing voor alle betrokken vergunninghouders en mag niet meer dan 50 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de sportkledij van de spelers in beslag nemen en mag niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht.

§3. De in artikel 1 bedoelde vergunninghouders mogen boodschappen van sportsponsoring uitzenden door middel van hun merknaam of hun logo, of de twee, voor de volgende evenementen :

- 1° internationale en Europese sportwedstrijden;
- 2° Belgische sportwedstrijden.

Elke uitzending van boodschappen van sportsponsoring moet aan de volgende voorwaarden voldoen :

- 1° de boodschappen van sportsponsoring duren niet langer dan 5 seconden;
- 2° het maximum aantal boodschappen van sportsponsoring per uur is twee;
- 3° de boodschap van sportsponsoring 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, F1P en F2 reclame maken door middel van het aanbrenge van hun merknaam of hun logo, of de twee, aan de voorgevels van hun kansspelinrichting. De aangebrachte reclame mag maximaal 30% van de totale oppervlakte van de voorgevels in beslag nemen en niet meer dan 20m<sup>2</sup>.

Enkel de vergunninghouders bedoeld in artikel 1 mogen hun merknaam of hun logo ,of de twee, gebruiken en dit enkel voor de handelszaken die de uitbating van kansspelen als hoofdactiviteit hebben.

**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<sup>er</sup> peuvent faire de la publicité par placement de produit dans des programmes télévisés ou radiophoniques ou dans d'autres médias audiovisuels enregistrés à l'étranger, sauf s'ils 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 généré par l'utilisateur moyennant paiement ou autre contrepartie.

**Art. 10.** Les titulaires des licences visés à l'article 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> peuvent faire de la publicité pour eux-mêmes et 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 dans le cadre de cette publicité ;
- 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<sup>er</sup> 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 dans le cadre de cette publicité ;
- 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<sup>er</sup> 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.** 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<sup>er</sup>, est uniquement autorisée si son contenu :

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

**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 middel van productplaatsing in televisie- of radioprogramma's of in andere audiovisuele media die in het buitenland zijn opgenomen, behoudens wanneer deze 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 en voor de kansspelproducten die zij aanbieden en op voorwaarde dat :

- 1° geen interactie is toegestaan in het kader van deze reclame;
- 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 in het kader van deze reclame;
- 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.** De reclame mag 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° 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° 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 qui 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<sup>er</sup> doit comporter une indication de l'âge minimum requis pour participer à ces jeux de hasard. Le ministre de la Justice et le ministre de la Santé publique déterminent, 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 et le ministre de la Santé publique déterminent, après avis du Conseil supérieur de la santé, les modalités auxquelles ce message de prévention doit se conformer.

#### CHAPITRE 4. — Disposition temporaire

**Art. 21.** La publicité visée à l'article 6, §2, alinéa 1<sup>er</sup>, 1°, s'applique à tous les titulaires de licences concernés et ne peut pas occuper plus de 75 cm<sup>2</sup> de la surface totale des vêtements de sport des joueurs et ne peut pas être apposée sur l'avant des vêtements de sport.

L'alinéa 1<sup>er</sup> produit ses effets à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2025 et cesse de produire ses effets le 31 décembre 2027.

#### CHAPITRE 5. — Disposition abrogatoire

**Art. 22.** L'article 6, § 2, alinéa 1<sup>er</sup>, 2° et § 3, 2°, du présent arrêté sont abrogés à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2025.

**Art. 23.** L'article 6, §1<sup>er</sup>, 2°, du présent arrêté est abrogé à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2028.

#### CHAPITRE 6. — Dispositions transitoires

**Art. 24.** Les contrats de publicité qui, à la date de la publication du présent arrêté au *Moniteur belge*, ont été conclus avant le 9 mai 2022 entre les titulaires de licences visés à l'article 1<sup>er</sup> et les agences de publicité restent valables aux mêmes conditions jusqu'au 31 décembre 2024 pour autant que ces titulaires de licence se conforment aux articles 13 à 16 et 18 à 20 du présent arrêté.

Pour les logos déjà existants au moment de la publication du présent arrêté, l'article 17 entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2025.

**Art. 25.** A défaut de détermination par le ministre de la Justice et le ministre de la Santé publique, au moment de l'entrée en vigueur 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.

A défaut de détermination par le ministre de la Justice et le ministre de la Santé Publique, le message de prévention visé à l'article 20 contient le message suivant :

« Le jeu peut rendre dépendant. Arrêtez-vous à temps!

Plus d'informations sur [www.arretezvousatemps.be](http://www.arretezvousatemps.be) ».

#### CHAPITRE 7. — Entrée en vigueur et disposition finale

**Art. 26.** Le présent arrêté entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2023, à l'exception de l'article 6, § 2, alinéa 2, qui entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2028.

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 aangeaan 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 en de minister van Volksgezondheid bepalen, 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 en de minister van Volksgezondheid bepalen, na advies van de Hoge Gezondheidsraad, de modaliteiten waaraan deze preventieve boodschap moet voldoen.

#### HOOFDSTUK 4. — Tijdelijke bepaling

**Art. 21.** De reclame bedoeld in artikel 6, § 2, eerste lid, 1°, is van toepassing voor alle betrokken vergunninghouders en mag niet meer dan 75 cm<sup>2</sup> van de totale oppervlakte van de sportkledij van de spelers in beslag nemen en mag niet op de voorzijde van de sportkledij worden aangebracht.

Het eerste lid treedt in werking op 1 januari 2025 en treedt buiten werking 31 december 2027.

#### HOOFDSTUK 5. — Opheffingsbepaling

**Art. 22.** Artikel 6, § 2, eerste lid, 2° en § 3, 2°, van dit besluit worden vanaf 1 januari 2025 opgeheven.

**Art. 23.** Artikel 6, § 1, 2°, van dit besluit wordt vanaf 1 januari 2028 opgeheven.

#### HOOFDSTUK 6. — Overgangsmaatregelen

**Art. 24.** De reclamecontracten die, op de datum van publicatie van dit besluit in het *Belgisch Staatsblad*, werden afgesloten voor 9 mei 2022 tussen de in artikel 1 bedoelde vergunninghouder en reclamebureaus blijven in voorkomend geval gelden tot 31 december 2024 voor zover deze vergunninghouders voldoen aan de voorwaarden bepaald in artikelen 13 tot en met 16 en 18 tot en met 20 van dit besluit.

Voor de reeds bestaande logo's op het moment van publicatie van dit besluit, treedt artikel 17 in werking op 1 januari 2025.

**Art. 25.** Bij ontstentenis van de vaststelling door de minister van Justitie de minister van Volksgezondheid van de modaliteiten 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.

Bij ontstentenis van de vaststelling door de minister van Justitie en de minister van Volksgezondheid bevat de preventieve boodschap zoals bedoeld in artikel 20 bevat de volgende boodschap:

“Gokken kan verslavend zijn. Stop op tijd!

Meer info op [www.stopoptijd.be](http://www.stopoptijd.be) ”

#### HOOFDSTUK 7. — Inwerkingtreding en Slotbepaling

**Art. 26.** Dit besluit treedt in werking op 1 juli 2023, behoudens artikel 6, §2, tweede lid, dat in werking treedt op 1 januari 2028.

**Art. 27.** 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 Bruxelles, le 27 février 2023.

PHILIPPE

Par le Roi :

Pour le Ministre de l'Economie, absent :

La Ministre des Pensions,

K. LALIEUX

Le Ministre des Finances chargé de la Loterie nationale,

V. VAN PETEGHEM

Le Ministre de la Santé publique,

F. VANDENBROUCKE

Le Ministre de la Justice,

V. VAN QUICKENBORNE

La Ministre de l'Intérieur,

A. VERLINDEN

**Art. 27.** 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 Brussel, 27 februari 2023.

FILIP

Van Koningswege :

Voor de Minister van Economie, afwezig:

De Minister van Pensioenen,

K. LALIEUX

De Minister van Financiën belast met de Nationale Loterij,

V. VAN PETEGHEM

De Minister van Volksgezondheid,

F. VANDENBROUCKE

De Minister van Justitie,

V. VAN QUICKENBORNE

De Minister van Binnenlandse Zaken,

A. VERLINDEN