
FSMA_2023_05 dd. 20/03/2023

Praktische gids over de voorafgaande kennisgeving aan de FSMA van reclame voor virtuele munten in het kader van een massacampagne

Toepassingsveld:

Reclame voor virtuele munten die zal verspreid worden bij consumenten in het kader van een massacampagne.

Samenvatting/Doelstelling:

Deze mededeling beschrijft de modaliteiten van de voorafgaande kennisgeving aan de FSMA van reclame voor virtuele munten in het kader van een massacampagne.

Structuur:

1. Inleiding	2
2. Reclame in het kader van een massacampagne	3
3. Nieuwe massacampagne en aanpassingen van lopende massacampagnes na de inwerkingtreding van het reglement.....	3
4. Kennisgevingsplichtige persoon in geval van een massacampagne	3
5. Inhoud van de kennisgeving van reclame in het kader van een massacampagne.....	4
6. Taal van de reclame die wordt kennisgegeven	5
7. Bezorgadres van de reclame in het kader van een massacampagne.....	5
8. Behandeling door de FSMA van de reclame in het kader van de massacampagne.....	5
9. Wijziging van reclame verspreid in het kader van een massacampagne	5
10. Overgangsregime voor lopende massacampagnes.....	6
11. Gestandaardiseerde en recurrente reclame in het kader van een massacampagne	6
12. Sanctionering.....	6

1. Inleiding

Artikel 30*bis* van de wet van 2 augustus 2002 betreffende het toezicht op de financiële sector en de financiële diensten (hierna “de wet van 2 augustus 2002”), gewijzigd bij wet van 5 juli 2022 houdende diverse financiële bepalingen, laat de FSMA toe reglementen te bepalen die beperkende voorwaarden opleggen op de commercialisering of bepaalde vormen van commercialisering aan niet-professionele cliënten van virtuele munten of van bepaalde categorieën van virtuele munten.

De FSMA heeft dergelijke beperkende voorwaarden opgelegd bij reglement van 5 januari 2023 dat beperkende voorwaarden verbindt aan de commercialisering van virtuele munten bij consumenten (hierna het “reglement”). Het reglement is goedgekeurd bij koninklijk besluit van 5 januari 2023 en is bekendgemaakt in het Belgisch Staatsblad van 17 maart 2023. Het treedt in werking op 17 mei 2023.

Artikel 5, § 1 van het reglement bepaalt:

“Elke reclame die bedoeld is om te worden verspreid in het kader van een massacampagne, moet minstens 10 dagen voor de verspreiding ervan ter kennis worden gebracht van de FSMA in de vorm waarin zij bij de consumenten in België zal worden verspreid.

De kennisgeving moet verduidelijken hoe en op welke datum de reclame zal worden verspreid.

De FSMA bepaalt de modaliteiten van de kennisgeving. Zij houdt rekening met de aard en de inhoud van de reclame, alsook met het eventueel gestandaardiseerde en recurrenente karakter van de betrokken documenten.”

In deze mededeling worden de modaliteiten van de kennisgeving verder bepaald.

Het reglement legt regels op aan de reclame voor virtuele munten. Deze regels gelden zowel voor reclame die verspreid wordt aan consumenten in het kader van een massacampagne als voor reclame die verspreid wordt buiten het kader van een massacampagne. Alle reclame die wordt verspreid aan consumenten voor virtuele munten moet de reclameregels respecteren. Het onderscheid tussen massacampagne of geen massacampagne is enkel relevant voor de toepassing van de voorafgaande kennisgevingsplicht van de reclame aan de FSMA.

Een 'virtuele munt' is een digitale weergave van waarde die niet door een centrale bank of een overheid wordt uitgegeven of gegarandeerd, die niet noodzakelijk aan een wettelijk vastgestelde valuta is gekoppeld en die niet de juridische status van valuta of geld heeft, maar die door natuurlijke of rechtspersonen als ruilmiddel wordt aanvaard en die elektronisch kan worden overgedragen, opgeslagen en verhandeld (artikel 2, lid 1, 40/1° van de wet van 2 augustus 2002). Enkel de virtuele activa met een functie als ruil- of betaalmiddel worden geïsoleerd. Activa met enkel een beleggingsfunctie (zoals 'security tokens', die bijv. recht geven op een vorm van deelneming in een onderneming) of een gebruiksfunctie (zoals 'utility tokens', die toegangsrechten verlenen tot toekomstige producten of diensten) worden niet geïsoleerd¹.

¹ Security tokens of utility tokens kunnen mogelijks beleggingsinstrumenten zijn in de zin van de wet van 11 juli 2018 op de aanbieding van beleggingsinstrumenten aan het publiek en de toelating van beleggingsinstrumenten tot de verhandeling op een gereguleerde markt. In geval van kwalificatie als beleggingsinstrument geldt principieel een verplichting om een prospectus of informatienota op te stellen bij

2. Reclame in het kader van een massacampagne

De verplichting tot kennisgeving aan de FSMA geldt enkel voor reclame die wordt verspreid in het kader van een massacampagne. De FSMA herinnert eraan dat voor reclame die wordt gemaakt buiten het kader van een massacampagne, er geen voorafgaande notificatieplicht geldt en dat de FSMA dan uitsluitend *a posteriori* toezicht houdt op de naleving van het reglement.

Reclame is elke mededeling die er specifiek toe strekt de aankoop van of inschrijving op een of meer virtuele munten te promoten, ongeacht het kanaal waarlangs of de wijze waarop dit gebeurt (art. 2, 1° van het reglement). Er is sprake van een massacampagne wanneer de reclame wordt verspreid bij minstens 25.000 consumenten (artikel 2, 2°, eerste lid van het reglement). Een consument is een natuurlijke persoon die handelt voor doeleinden die buiten zijn handels-, bedrijfs-, ambachts- of beroepsactiviteit vallen (artikel I.1, eerste lid, 2° van het Wetboek van Economisch Recht).

Volgende reclame wordt onweerlegbaar vermoed verspreid te zijn in het kader van een massacampagne (artikel 2, 2°, tweede lid van het reglement):

- reclame die zichtbaar is vanop de openbare weg of vanop een voor het publiek toegankelijke infrastructuur ;
- reclame die wordt verspreid op een voor het publiek toegankelijke website door de exploitant van die website of door een andere persoon (bijv. op een forum);
- reclame die via een sociaal netwerk wordt verspreid door een persoon die minstens 25.000 volgers heeft op dat sociaal netwerk bij het begin van de verspreiding of door een persoon die betaalt voor de verspreiding via een sociaal netwerk.

3. Nieuwe massacampagne en aanpassingen van lopende massacampagnes na de inwerkingtreding van het reglement

De verplichting tot kennisgeving aan de FSMA geldt voor reclame waarvan de verspreiding in het kader van een massacampagne van start gaat na de inwerkingtreding van het reglement op 17 mei 2023.

De verplichting geldt ook voor aanpassingen van reclame die reeds is verspreid in het kader van een lopende massacampagne (zie verder punt 9). Voor massacampagnes die lopende zijn op het ogenblik van de inwerkingtreding van het reglement geldt een tijdelijk overgangsregime (zie verder punt 10).

4. Kennisgevingsplichtige persoon in geval van een massacampagne

De verplichting tot kennisgeving rust op de natuurlijke persoon of rechtspersoon die de inhoud van de reclame bepaalt. Dit kan bijvoorbeeld de persoon zijn die in eigen naam en voor eigen rekening reclame maakt maar ook de persoon die reclame maakt voor virtuele munten voor een andere persoon. De verplichting tot kennisgeving rust bijgevolg niet op de exploitant van het persorgaan of het medium (bijv. sociaal netwerk) dat wordt gebruikt voor de verspreiding van de reclame.

aanbieding aan het publiek. Tevens gelden ook specifieke regels voor de reclame die, in geval van aanbieding aan het publiek, ook moet worden goedgekeurd door de FSMA vooraleer zij wordt verspreid. Zie hierover de mededeling van de FSMA van 22 november 2022 over de kwalificatie van cryptoactiva als effecten, beleggingsinstrumenten of financiële instrumenten.

5. Inhoud van de kennisgeving van reclame in het kader van een massacampagne

De kennisgeving aan de FSMA als bedoeld in artikel 5, § 1 van het reglement bevat minstens volgende gegevens:

- a) identiteit van de persoon die de kennisgeving verricht en die de reclame maakt;
- b) contactgegevens van de persoon die als aanspreekpunt zal optreden in de contacten met de FSMA en waaraan de FSMA alle berichten in het dossier langs elektronische weg kan overmaken;
- c) indien toepasselijk, identiteit van de persoon in opdracht van wie de persoon vermeld onder a) de reclame maakt;
- d) een beschrijving van de massacampagne:
 - indien een verspreiding is gepland die onweerlegbaar als massacampagne wordt beschouwd (zie artikel 2, 2°, tweede lid van het reglement en punt 2 hierboven), toelichting van de verspreidingswijze en de specifieke media die gehanteerd worden voor de massacampagne;
 - in de andere gevallen, toelichting van de reclamecampagne en van de elementen op basis waarvan men besluit dat de reclame wordt verspreid bij minstens 25.000 consumenten²;
- e) de effectieve reclame in vorm en lay-out en waarin die bij consumenten zal worden verspreid, in een formaat dat leesbaar is in een normale windowsomgeving en archivering door de FSMA toelaat (bijv. pdf);
- f) de startdatum van de massacampagne en haar duur (specifieke einddatum of voor onbepaalde duur);
- g) indien toepasselijk, vermelding van de persoon die in de reclame voorkomt of wiens beeltenis in de reclame wordt gebruikt en die daarvoor vergoed wordt of daarvoor een ander voordeel ontvangt, samen met een kopie van de overeenkomst die daartoe is gesloten met die persoon;
- h) indien de persoon die de kennisgeving verricht om de toepassing verzoekt van het regime voor kennisgeving van gestandaardiseerde en recurrente reclame:
 - toelichting van het gestandaardiseerd en recurrent karakter;
 - toelichting van de onderdelen van de reclame die men periodiek zou wensen aan te passen;
 - toelichting van de databron die zou worden aangewend voor de periodieke aanpassing van die onderdelen;
 - verantwoording waarom de periodieke aanpassing geen aanpassing kan betreffen van informatie die een beoordelingselement inhoudt.

De FSMA stelt op haar website een formulier in excel ter beschikking dat moet worden gebruikt voor de kennisgeving. Per reclamedocument moet in hetzelfde excelbestand een apart tabblad aangemaakt worden.

² Indien dezelfde reclame wordt verspreid via verschillende kanalen, dient men het aantal consumenten dat bereikt wordt via de verschillende kanalen samen te tellen.

6. Taal van de reclame die wordt kennisgegeven

Wordt reclame gemaakt in één van de officiële talen die gebruikt worden in België, dan wordt de reclame in die taal kennisgegeven aan de FSMA. Wordt reclame gemaakt in meerdere officiële talen die gangbaar zijn in België, dan wordt de reclame in één van die officiële talen kennisgegeven aan de FSMA.

De persoon die de reclame maakt is verantwoordelijk voor de getrouwe vertaling naar een eventuele andere al dan niet officiële taal die de persoon bijkomend wenst te hanteren voor de reclame. De FSMA kan steeds de reclame in een andere taal opvragen.

Wordt enkel reclame gemaakt ten aanzien van consumenten in België in het Engels, dan wordt de reclame in die taal kennisgegeven aan de FSMA.

7. Bezorgadres van de reclame in het kader van een massacampagne

De kennisgeving wordt per email bezorgd aan de FSMA op het adres crypto.pub@fsma.be. De persoon die de kennisgeving verricht ontvangt na de kennisgeving een email met identificatiecode van de FSMA.

In geval van technische problemen (bijv. het bestand is te omvangrijk), neemt de persoon die de kennisgeving verricht contact op met de FSMA op voormeld emailadres.

8. Behandeling door de FSMA van de reclame in het kader van de massacampagne

De kennisgeving moet minstens 10 kalenderdagen voor de dag van effectieve verspreiding aan consumenten overgemaakt worden aan de FSMA. De FSMA is niet gehouden om binnen die termijn van 10 dagen te reageren. De afwezigheid van reactie van de FSMA binnen de termijn van 10 dagen betekent niet dat de reclame die wordt verspreid in het kader van de massacampagne in overeenstemming is met het reglement. De FSMA mag ook optreden na de termijn van 10 dagen.

Indien de FSMA oordeelt dat de ontwerpreclame bezwaren oproept in het licht van het reglement, deelt zij dit mee aan de persoon die de kennisgeving heeft overgemaakt aan de FSMA en vraagt zij hem om de vastgestelde tekortkomingen te corrigeren.

9. Wijziging van reclame verspreid in het kader van een massacampagne

Elke wijziging van reclame die reeds is verspreid in het kader van een massacampagne moet opnieuw aan de FSMA ter kennis worden gebracht, indien op het ogenblik van de wijziging de massacampagne nog steeds lopende is. De kennisgeving moet plaatsvinden minstens 10 dagen voor de verspreiding van de gewijzigde versie.

De persoon die de kennisgeving verricht verwijst desgevallend naar de oorspronkelijke kennisgeving en de daarbij toegekende identificatiecode, voor zover deze gegevens nog steeds actueel zijn. De persoon licht in de kennisgeving voor de gewijzigde reclame toe welke elementen gewijzigd zijn ten opzichte van de oorspronkelijke kennisgeving.

10. Overgangsregime voor lopende massacampagnes

Het reglement voorziet in artikel 6, § 2 dat de reclame die verspreid wordt in het kader van een massacampagne die reeds loopt op de datum van inwerkingtreding, binnen de maand na de inwerkingtreding (ten laatste op 17 juni 2023) in overeenstemming moet gebracht worden met het reglement.

Een aanpassing van een massacampagne binnen de termijn van één maand om deze in overeenstemming te brengen met het reglement, in toepassing van artikel 6, § 2, moet niet op voorhand worden kennisgegeven aan de FSMA.

Een aanpassing van reclame in het kader van een lopende massacampagne na die termijn van één maand moet wel op voorhand worden kennisgegeven aan de FSMA (zie hierboven punt 9).

11. Gestandaardiseerde en recurrente reclame in het kader van een massacampagne

De FSMA kan ermee instemmen dat de kennisgeving van reclame in het kader van een massacampagne geschiedt in de vorm van een “canvas” of “template”.

Latere wijzigingen aan de reclame kunnen dan worden verspreid zonder nieuwe voorafgaandelijke kennisgeving aan de FSMA, op voorwaarde dat de wijzigingen enkel betrekking hebben op de actualisering van feitelijke gegevens waarvoor steeds dezelfde databron wordt gebruikt en op voorwaarde dat bij de oorspronkelijke kennisgeving aan de FSMA is aangetoond dat de wijziging geen aanpassing kan inhouden van gegevens die een beoordelingselement inhouden.

In de andere gevallen, zoals bij weglating van bepaalde gegevens of aanpassing van lay-out, is een nieuwe kennisgeving vereist 10 dagen voor de verspreiding.

Hiervan zou met name gebruik kunnen gemaakt worden voor webpagina's over virtuele munten en lijsten van virtuele munten die geregeld worden geactualiseerd. Dit vereist echter steeds het voorafgaand akkoord van de FSMA.

12. Sanctionering

Wanneer de FSMA een inbreuk vaststelt op de bepalingen van het reglement, kan zij, zoals bepaald in artikel 36 van de wet van 2 augustus 2002, de verantwoordelijke persoon bevelen om de toestand te verhelpen of een rechtzetting te publiceren. Blijft de persoon in gebreke en heeft hij zijn middelen kunnen laten gelden, dan kan de FSMA zelf een waarschuwing of rechtzetting publiceren of een dwangsom opleggen. In spoedeisende gevallen kan de FSMA zelf een waarschuwing publiceren zonder voorafgaand bevel, mits de persoon zijn middelen heeft kunnen laten gelden.

Indien de FSMA overeenkomstig artikel 36, § 2 van de wet van 2 augustus 2002 een inbreuk vaststelt op het reglement, dan kan zij aan de overtreder een administratieve geldboete opleggen.

Bijlage: [FSMA_2023_05-01 / Formulier voor kennisgeving](#)