



AVENUE DE LA
**JOYEUSE ENTRÉE
BLIJDE INKOMST**
LAAS

17-21

ADVIES

CRB 2022-2930

**Beperkende voorwaarden bij de
commercialisering
van virtuele munten bij consumenten**

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





Advies
Beperkende voorwaarden bij de commercialisering
van virtuele munten bij consumenten

Brussel
21.11.2022

Inbehandelingneming

Bij mail van 12 oktober 2022 richtte de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (hierna FSMA) een adviesvraag aan de bijzondere raadgevende commissie Verbruik met betrekking tot een ontwerpreglement van de FSMA dat beperkende voorwaarden oplegt bij de commercialisering van virtuele munten bij consumenten. Het advies van de brc Verbruik wordt gevraagd conform artikel 30bis van de wet van 2 augustus 2002 betreffende het toezicht op de financiële sector en de financiële diensten.

De subcommissie Financiële Diensten, die opdracht kreeg om een ontwerpadvies voor te bereiden, kwam hiervoor bijeen, onder het voorzitterschap van de heer Van Bulck, op 8 november 2022. Namen deel aan de werkzaamheden: de dames Kowalsky (Test Aankoop) en Van Overbeke (BV-OECO) en de heren Boghaert (ACLVB), Denoiseux (VBO), Gielens (Febelbin) en Van Hoe (VBO).

De subcommissie kon eveneens een beroep doen op de deskundige medewerking van de heren Greindl en Van Cotten (vertegenwoordigers van de FSMA).

Na een stemming op afstand, conform artikel 8 van het huishoudelijk reglement van de brc Verbruik, werd het ontwerpadvies op 21 november 2022 unaniem goedgekeurd door de plenaire vergadering, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot.

Inleiding

Het voorliggende ontwerpreglement van de FSMA strekt ertoe beperkende voorwaarden te verbinden aan de commercialisering van virtuele munten bij consumenten.

Sinds enkele jaren worden virtuele munten, zoals de Bitcoin of de Ether, sterk gepromoot bij het grote publiek. Zij zijn ondertussen ook erg populair als beleggingsvoorwerp. Virtuele munten worden niet enkel via klassieke marketingkanalen gepromoot, maar ook via sociale netwerken of applicaties, zoals TikTok of Instagram. Daarbij wordt soms een beroep gedaan op personaliteiten (t.w. influencers) die bij het grote publiek bekend zijn, en die worden vergoed om virtuele munten te promoten bij hun volgers.

Virtuele munten hebben echter kenmerken die van hen een bijzonder risicovol beleggingsobject maken. Zij hebben immers geen onderliggende waarde die aan de reële wereld is gelieerd en zijn onderhevig aan plotselinge waardeschommelingen. De prijs die voor een bepaalde virtuele munt kan worden verkregen, hangt bijgevolg vaak uitsluitend af van het bedrag dat een andere belegger subjectief bereid is te betalen om de munt te kopen. Bepaalde andere cryptoactiva die als virtuele munten kunnen worden gekwalificeerd, zoals de zogenaamde stablecoins, beschikken wel over een onderliggende waarde, die zowel uit reële activa (vb. een bepaalde nationale munteenheid) als andere cryptoactiva of virtuele valuta kan bestaan. De recente financiële actualiteit heeft echter aangetoond dat ook dit type instrument aanzienlijke risico's inhoudt en – ondanks de term 'stable' – in zeer korte tijd zeer sterke waardeschommelingen kan ondergaan. Bovendien is op de markt van de virtuele munten geen enkel wettelijk mechanisme voorhanden waarmee marktmanipulatie of misbruik van voorkennis kan worden voorkomen, waardoor de integriteit van het prijsvormingsproces dus niet gegarandeerd is. Door de sterke koersvolatiliteit van de virtuele munten eind 2021 en begin 2022 hebben de beleggers in die virtuele munten grote verliezen geleden. Een groot aantal van hen waren consumenten die 'onderweg zijn ingestapt' toen de markt een hoogtepunt kende, en daarbij door de euforie van het moment werden beïnvloed.

De sector van virtuele munten blijkt ook bijzonder kwetsbaar voor illegale activiteiten. Zo zijn een aantal handelsplatformen of platformen van digitale portemonnees al gehackt, wat heeft geleid tot het verlies van de virtuele munten die er werden verhandeld of opgeslagen. Bovendien is er sprake van

een grote aanwezigheid van malafide actoren op de markt van de virtuele munten, die zich richten op consumenten omwille van hun beperkte kennis en ervaring. Er is ook gebleken dat virtuele munten op grote schaal worden gebruikt om de antiwitwasregels te omzeilen en illegale activiteiten te financieren.

Ten slotte zijn er eveneens op technisch vlak specifieke risico's verbonden aan virtuele munten. Zo moet worden opgemerkt dat virtuele munten volledig afhankelijk zijn van een zeer specifieke computertechnologie en -infrastructuur.

Voor de commercialisering van virtuele munten bij consumenten en meer specifiek voor de bijbehorende reclame bestaat noch op Belgisch, noch op Europees niveau enige andere omkadering dan de algemene reglementering als bedoeld in de Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken¹. Deze Richtlijn biedt de lidstaten de mogelijkheid om prescriptievere of strengere vereisten op te leggen voor financiële diensten.

Het voorliggende ontwerpreglement is van toepassing op de reclame die bij de consumenten wordt verspreid bij de commercialisering, als gewone professionele activiteit of op occasionele basis tegen vergoeding, van virtuele munten in België.

De voorgestelde regeling berust op drie elementen:

- het ontwerpreglement verduidelijkt dat de informatie die via de reclame aan de consumenten wordt verstrekt, niet misleidend of onjuist mag zijn. Uit voornoemde algemene regel vloeien een aantal toepassingsregels voort (artikel 3 van het ontwerpreglement);
- gelet op de erg specifieke aard van beleggingen in virtuele munten, acht de FSMA het opportuun dat elke reclame die bij de consumenten wordt verspreid bij de commercialisering van virtuele munten, een korte standaardwaarschuwing (t.w. 'Virtuele munten komen met reële risico's. Investeren is geen kinderspel.') bevat. Deze reclame moet ook vermelden of de natuurlijke persoon of rechtspersoon die in de reclame voorkomt, of van wie de beeltenis op een andere manier in die reclame wordt gebruikt, wordt vergoed of enig ander voordeel ontvangt (artikel 4 van het ontwerpreglement);
- tot slot moet in de reclame ook worden gewaarschuwd voor de risico's. Deze waarschuwing moet de aandacht vestigen op de verschillende risico's die de consumenten lopen die in virtuele munten beleggen. De waarschuwing moet in extenso in de reclame worden vermeld, behalve als de vorm van de reclame dat vanuit technisch oogpunt niet toelaat. In laatstgenoemd geval moet de waarschuwing toch kunnen worden geraadpleegd via een klik op een link of een andere soortgelijke referentie, zoals een QR-code (artikel 4 van het ontwerpreglement).

Wat het toezicht betreft, wordt er een onderscheid gemaakt tussen reclame die in het kader van een massacampagne wordt verspreid en reclame die in een kleinschaliger kader wordt verspreid. Het begrip 'massacampagne' beoogt de verspreiding van reclame bij minstens 25 000 consumenten. De voor de massacampagnes uitgewerkte toezichtsregeling berust op de verplichte voorafgaande kennisgeving aan de FSMA. Op reclame die buiten de context van een massacampagne wordt verspreid, oefent de FSMA een a posterioritoezicht uit in het kader van voornoemde risicogebaseerde benadering (artikel 5 van het ontwerpreglement).

¹ [Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening \(EG\) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad \(„Richtlijn oneerlijke handelspraktijken“\).](#)

ADVIES

De brc Verbruik heeft het ontwerp van reglement dat ter advies voorligt aan een analyse onderworpen. Zij ondersteunt ten volle het feit dat aan de commercialisering van virtuele munten bij consumenten beperkende voorwaarden worden opgelegd, zodat consumenten een betere bescherming genieten.

Wat betreft de standaardwaarschuwing, merkt de brc Verbruik op dat de Nederlandstalige versie van de slogan (t.w. "Virtuele munten komen met reële risico's. Investeren is geen kinderspel.") niet met de Franstalige versie (t.w. « Monnaie virtuelle, risques réels. L'investissement n'est pas un jeu d'enfant. ») strookt en een taalkundige aanpassing aan de Nederlandstalige versie noodzakelijk is. De brc Verbruikt is van mening dat de Nederlandstalige versie van de slogan beter als volgt zou luiden: "Virtuele munten, reële risico's. Investeren is geen kinderspel."

De brc Verbruik begrijpt dat juridisch gezien onder het toepassingsgebied van het ontwerp van reglement enkel reclame kan vallen die gericht is op – of een aanknopingspunt heeft met – België. Dit is bijvoorbeeld wel het geval wanneer een buitenlandse onderneming reclame maakt omtrent virtuele munten ten aanzien van het Belgische publiek via een Belgische influencer, maar niet wanneer het gaat om een wereldwijde reclame op social media, waarbij niet in het bijzonder het Belgische publiek wordt geïsoleerd. Hoewel hiervoor op nationaal niveau geen oplossing is, valt te betreuren dat hierdoor een groot deel van de reclame voor virtuele munten aan de bepalingen van dit ontwerp van reglement ontsnapt.

Verder heeft de brc Verbruik geen opmerkingen meer bij het ontwerp van reglement dat ter advies voorligt en hecht zij bijgevolg haar goedkeuring aan dit ontwerp.