Art. 25. L'article 57 de la même loi est remplacé par ce qui suit :

« La présente loi entre en vigueur le 31 décembre 2010, à l'exception de l'article 4, qui entre en vigueur à la date fixée par le Roi. »

Promulguons la présente loi, ordonnons quelle soit revêtue du sceau de l'Etat et publiée par le *Moniteur belge*.

Donné à Bruxelles, le 31 mai 2011.

ALBERT

Par le Roi :

Le Ministre du Climat et de l'Energie
P. MAGNETTE

Le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification,
V. VAN QUICKENBORNE

Vu et scellé du sceau de l'Etat :

Le Ministre de la Justice,
S. DE CLERCK

Note

(1) *Session 2010-2011 :*

Chambre des représentants.

Documents parlementaires. — Projet de loi, n° 1247/1. — Amendements, n°s 1247/2 et 1247/3. — Rapport, n° 1247/4. — Texte adopté par la Commission de l'Infrastructure, des communications et des entreprises publiques, n° 1247/5. — Texte adopté en séance plénière et transmis au Sénat, n° 1247/6. — Projet non évoqué, n° 5-945/1.

Art. 25. Artikel 57 van dezelfde wet wordt vervangen als volgt :

« Deze wet treedt in werking op 31 december 2010, met uitzondering van artikel 4, dat in werking treedt op de door de Koning bepaalde datum. »

Kondigen deze wet af, bevelen dat zij met 's Lands zegel zal worden bekleed en door het *Belgisch Staatsblad* zal worden bekendgemaakt.

Gegeven te Brussel, 31 mei 2011.

ALBERT

Van Koningswege :

De Minister van Klimaat en Energie
P. MAGNETTE

De Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen,
V. VAN QUICKENBORNE

Gezien en met 's Lands Zegel gezegeld :

De Minister van Justitie,
S. DE CLERCK

Nota

(1) *Zitting 2010-2011 :*

Kamer van volksvertegenwoordigers.

Parlementaire stukken. — Ontwerp van wet, nr. 1247/1. Amendementen, nr. 1247/2 en 1247/3. — Verslag, nr. 1247/4. — Tekst aangenomen door de Commissie voor de infrastructuur, het verkeer en de overheidsbedrijven, nr. 1247/5. — Tekst aangenomen in plenaire vergadering en overgezonden aan de Senaat, nr. 1247/6. — Niet-geëvoceerd ontwerp, nr. 5-945/1.

SERVICE PUBLIC FEDERAL ECONOMIE, P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ENERGIE

F. 2011 — 1582 [C − 2011/11190]

9 FEVRIER 2011. — Arrêté royal établissant le Code d'éthique pour les télécommunications

RAPPORT AU ROI

Sire,

Le présent arrêté vise à exécuter l'article 134, § 2, alinéa 1er, de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques (également appelée ci-après la « loi »). Cet article prévoit que le Code d'éthique pour les télécommunications est déterminé par arrêté royal sur proposition de la Commission d'éthique pour les télécommunications.

Selon l'article 134, § 2, alinéa 2, le Code d'éthique pour les télécommunications désigne les séries de numéros pour lesquelles il est autorisé de demander à l'appelant de payer, en plus du prix de la communication, également pour le contenu et il décrit les conditions auxquelles des services payants via des réseaux de communications électroniques peuvent être offerts aux utilisateurs finals.

Lors de l'exécution de cette disposition, la Commission d'éthique a opté dans sa proposition pour s'inscrire dans une certaine mesure dans un cadre existant déjà au préalable.

En ce qui concerne la désignation des séries de numéros pour l'offre de services payants, la proposition de la Commission d'éthique se basait sur les dispositions des articles 48, 50 et 71 de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros, comme modifié par l'arrêté royal du 24 mars 2009 (également appelé ci-après l'« AR Numérotation ») Ces articles désignent les identités de service destinées à offrir des services payants via des réseaux de communications électroniques. Ces articles indiquent également (pour les numéros courts SMS et MMS, article 71 combiné aux articles 72 et 73) dans quelles conditions des opérateurs peuvent demander des blocs de numéros payants (ou pour des numéros courts SMS ou MMS, dans certains cas, des numéros individuels). Le Code d'éthique pour les télécommunications veille maintenant à étendre les règles susvisées aux personnes qui offrent des services payants via des réseaux de communications électroniques. Ces personnes (également appelées ci-après « prestataire de services ») se voient attribuer parmi les blocs de numéros que les opérateurs ont obtenu de l'IBPT un ou plusieurs

FEDERALE OVERHEIDSDIENST ECONOMIE, K.M.O., MIDDENSTAND EN ENERGIE

N. 2011 — 1582 [C − 2011/11190]

9 FEBRUARI 2011. — Koninklijk besluit tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie

VERSLAG AAN DE KONING

Sire,

Dit besluit heeft tot doel uitvoering te geven aan artikel 134, § 2, eerste lid, van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie (hierna ook genoemd de « wet »). Dit artikel voorziet dat de Ethische Code voor de telecommunicatie vastgesteld wordt bij koninklijk besluit op voorstel van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie.

Volgens artikel 134, § 2, tweede lid, duidt de Ethische Code voor de telecommunicatie de nummerreeksen aan waarvoor het is toegestaan om van de oproeper naast de prijs van de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen en omschrijft ze de voorwaarden waaronder betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aan de eindgebruikers kunnen worden aangeboden.

In het uitvoeren van deze bepaling heeft de Ethische Commissie er in haar voorstel voor gekozen om zich in zekere mate in te schrijven in een reeds vooraf bestaand kader.

Wat betreft de aanduiding van de nummerreeksen voor het aanbieden van betalende diensten ging het voorstel van de Ethische Commissie uit van de bepalingen van artikelen 48, 50 en 71 van het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers, zoals gewijzigd door het koninklijk besluit van 24 maart 2009 (hierna ook het « KB Nummering » genoemd). Die artikelen duiden de dienstidentiteiten aan die bestemd zijn voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken. Tevens geven deze artikelen (voor de SMS en MMS korte nummers, artikel 71 gecombineerd met de artikelen 72 en 73) aan onder welke voorwaarden operatoren blokken van betaalnummers (of voor SMS of MMS korte nummers, in sommige gevallen, individuele nummers) kunnen aanvragen. De Ethische Code voor de telecommunicatie zorgt nu voor een verlengstuk van bovenvermelde regels naar de personen die betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aanbieden. Deze personen (hierna verder ook « dienstenaanbieders » genoemd) krijgen uit de nummerblokken die de

numéros payants pour offrir les services payants qu'ils (ou des tiers éventuels) ont développés via les réseaux de communications électroniques des opérateurs. L'application des règles de l'AR Numérotation du 27 avril 2007 aux prestataires de services est réalisée dans le présent arrêté par l'article 19 et l'annexe.

La Commission d'éthique a procédé en plusieurs étapes lors de l'élaboration de sa proposition concernant la définition des conditions dans lesquelles les services payants via des réseaux de communications électroniques (ci-après également « services payants ») peuvent être fournis aux utilisateurs finals. La Commission d'éthique a pris comme point de départ pour sa proposition les textes des codes de conduite existant en 2007, à savoir, d'une part, le Code de conduite relatif à l'offre de certains services par le biais de télécommunications, signé par les principaux opérateurs de téléphonie fixe en Belgique et, d'autre part, les directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS, établies par les trois opérateurs belges de téléphonie publique mobile dans le cadre du « GSM Operators' Forum ». Ensuite, la Commission d'éthique a reçu des avis du Service de médiation pour les télécommunications, de la Direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie ainsi que du Conseil de la Consommation, évaluant les codes de conduite précités. La Commission d'éthique a également effectué des recherches au-delà des frontières et s'est inspirée de dispositions ponctuelles de quelques codes de conduites étrangers (principalement le Code of Practice du « premium rate regulator » irlandais RegTel et dans une moindre mesure les codes de conduite applicables au Royaume-Uni, en Suède, en France et aux Pays-Bas). Enfin, des questions écrites spécifiques et ciblées sur certaines dispositions des Codes de conduite belges ont également été posées à leurs auteurs.

Se fondant sur ces sources et leurs propres opinions et accents, les membres de la Commission d'éthique ont rédigé au cours d'un certain nombre de réunions de travail un texte, qui a ensuite été soumis à une consultation publique pour commentaire. Après avoir traité les réponses reçues dans le cadre de cette consultation et les commentaires consignés lors des séances d'audition organisées à l'initiative de la Commission d'éthique pour les télécommunications, la Commission d'éthique a finalement, conformément à l'article 134, § 2, alinéa 1er, de la Loi, adressé une proposition aux ministres compétents pour les matières réglées dans le Code d'éthique. Les accents et visions propres que la Commission d'éthique a apportés au texte se rapportent principalement aux problèmes suivants, qui ont été continuellement rapportés pendant la période au cours de laquelle le Code d'éthique a été établi :

- le manque de transparence concernant les tarifs utilisateur final applicables;

- la réception non sollicitée de messages SMS ou MMS (souvent) payants;

- toutes sortes de plaintes se rapportant à l'éthique de certains services (services payants encourageant des contournements de la loi, services 'hoax' inacceptables, le fait qu'un service clientèle ne prenne pas les plaintes suffisamment à cœur, etc.).

La Commission d'éthique a en outre considéré comme sa mission naturelle d'offrir une protection particulière aux mineurs d'âge contre certains services payants.

Les principales innovations introduites par le présent arrêté dans la pratique sont les suivantes :

- l'obligation pour le prestataire de services de constituer un service clientèle de qualité via un numéro non payant (art. 15);

- plus de transparence sur les conditions générales, les codes de conduite souscrits et les possibilités de traitement des litiges (art. 14, 16 et 17);

- l'extension de la procédure de double confirmation aux services d'alerte (art. 32, § 2);

- plus de transparence et une procédure plus claire pour la commande de services payants via SMS ou MMS, pour lesquels l'utilisateur final doit recevoir deux ou plusieurs SMS ou MMS pour l'achat complet du service (art. 32, § 3 et 33);

- l'obligation explicite d'arrêter toute utilisation de données à caractère personnel en cas de désinscription (art. 42);

- des règles plus sévères pour les services payants destinés aux mineurs d'âge (art. 53, 55 et 56);

- plus de transparence et une procédure plus claire pour l'accès à une séance de jeu, nécessitant l'envoi de plusieurs réponses via plusieurs messages SMS ou MMS (payants) (art. 61 et 62) et l'instauration de la règle que pour une séance de jeu de ce type, un schéma strict de 'question-réponse' doit être suivi (art. 63);

- un régime obligatoire sur le coût maximum d'une session de jeu (art. 65);

operatoren verkregen hebben van het BIPT één of meerdere betaalnummers toegewezen om de door hen (of eventuele derden) ontwikkelde betalende diensten aan te bieden via de elektronische-communicatienetwerken van de operatoren. Het van toepassing maken van de regels van het KB Nummering van 27 april 2007 op de dienstenaanbieders wordt in het onderhavige besluit gerealiseerd door artikel 19 en de bijlage.

Wat betreft de omschrijving van de voorwaarden waaronder de betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken (hierna ook « betalende diensten ») aan de eindgebruikers kunnen aangeboden worden, is de Ethische Commissie bij het opmaken van haar voorstel in verschillende etappes tewerkgegaan. Als uitgangspunt voor haar voorstel heeft de Ethische Commissie de teksten van de in 2007 bestaande gedragscodes genomen, te weten, enerzijds, de Gedragscode betreffende het aanbod van bepaalde diensten via telecommunicatie, ondertekend door de belangrijkste operatoren van vaste telefonie in België, en, anderzijds, de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS/LBS-diensten, opgesteld door de drie Belgische operatoren van openbare mobiele telefonie in het kader van het « GSM Operators' Forum ». Vervolgens heeft de Ethische Commissie adviezen gekregen van de Ombudsdienst voor telecommunicatie, de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst Economie, K.M.O., Middenstand en Energie en de Raad voor het Verbruik, waarin de voornoemde gedragscodes werden geëvalueerd. De Ethische Commissie heeft ook over de grenzen heen gekeken en punctuele bepalingen van enkele buitenlandse gedragscodes (voornamelijk de Code of Practice van de Ierse « premium rate regulator » RegTel en in mindere mate de gedragscodes toepasselijk in het Verenigd Koninkrijk, Zweden, Frankrijk en Nederland) genomen als inspiratiebron. Tot slot werden er aan de auteurs van de Belgische Gedragscodes ook specifieke, gerichte schriftelijke vragen gesteld over sommige bepalingen van die codes.

Op basis van deze bronnen en eigen inzichten en accenten hebben de leden van de Ethische Commissie in een aantal werkvergaderingen een tekst opgesteld, die vervolgens voor commentaar voorgelegd werd in een openbare raadpleging. Na verwerking van de antwoorden ontvangen in het kader van deze raadpleging en de commentaren opgetekend tijdens de hoorzittingen georganiseerd op initiatief van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie, heeft de Ethische Commissie voor de telecommunicatie uiteindelijk, overeenkomstig artikel 134, § 2, eerste lid, van de Wet, een voorstel gericht aan de ministers bevoegd voor de aangelegenheden die in de Ethische Code worden geregeld. De eigen accenten en inzichten die de Ethische Commissie aangebracht heeft aan de tekst hebben voornamelijk te maken met de volgende problemen, die blijvend gerapporteerd werden gedurende de periode waarin het voorstel van Ethische Code werd opgesteld :

- het gebrek aan transparantie over de toepasselijke eindgebruikerstarieven;

- het ongevraagd ontvangen van (vaak) betalende SMS of MMS berichten;

- allerhande klachten over de ethiek van sommige diensten (betalende diensten die wetsontduiking aanmoedigen, onaanvaardbare 'hoax'-diensten, het onvoldoende ter harte nemen van klachten van eindgebruikers door een klantendienst, enzovoort).

Daarnaast beschouwde de Ethische Commissie het als zijn natuurlijke taak om minderjarigen een bijzondere bescherming te bieden tegen sommige betalende diensten.

De belangrijkste innovaties die dit besluit in de praktijk invoert zijn :

- de verplichting voor de dienstenaanbieder een kwaliteitsvolle klantendienst in te stellen via een niet-betaalnummer (art. 15);

- meer transparantie over de algemene voorwaarden, de onderschreven gedragscodes en de mogelijkheden van geschillenbeslechting (art. 14, 16 en 17);

- de uitbreiding van de procedure van dubbele bevestiging tot alarmdiensten (art. 32, § 2);

- meer transparantie over en een duidelijkere procedure voor het bestellen van betalende diensten via SMS of MMS, waarbij er voor de volledige afname van de dienst twee of meer SMS'en of MMS'en door de eindgebruiker moeten ontvangen worden (art. 32, § 3 en 33);

- de expliciete verplichting om bij een uitschrijving ieder gebruik van persoonsgegevens stop te zetten (art. 42);

- scherpere regels voor betalende diensten bestemd voor minderjarigen (art. 53, 55 en 56);

- meer transparantie over en een duidelijkere procedure voor het toetreden tot een spelsessie, waarbij er meerdere antwoorden via meerdere (betalende) SMS'en of MMS'en moeten gegeven worden (art. 61 en 62) en de instelling van de regel dat er in een dergelijke spelsessie een strikt 'vraag-antwoord' schema moet gevolgd worden (art. 63);

- een afdwingbare regeling over de maximale kostprijs van een spelsessie (art. 65);

- des messages d'avertissement lorsqu'un montant de € 10 par mois est atteint pour certains services (art. 66, 83, 85 et 94);

- l'obligation formelle pour les organisateurs de tous les jeux, concours et quiz de payer les prix dans les 30 jours qui suivent la clôture du jeu, du concours ou du quiz (art. 70);

- la liaison formelle de collecte de fonds via des numéros payants aux agréations et/ou autorisations nécessaires (art. 72);

- l'introduction d'un enregistrement et d'une procédure de désinscription pour un service de chat (art. 89-90 et art. 97);

- l'interdiction de faire payer à la réception par l'utilisateur final les messages provenant du service de chat (art. 91).

Le 14 septembre 2009, le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification a soumis la proposition de Code d'éthique de la Commission d'éthique pour avis à la Commission de la protection de la vie privée. Le 14 octobre 2009, la Commission Vie Privée a émis un avis favorable (avis n° 26/2009), moyennant prise en compte de quelques remarques formulées dans l'avis. L'arrêté qui Vous est soumis tient compte de ces remarques.

Sur la base de la Directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information (appelée « Directive Transparence »), la proposition de Code d'éthique a été notifiée à la Commission européenne le 29 juillet 2009. La procédure a été clôturée le 30 octobre 2009 sans commentaires ou avis circonstanciés de la Commission européenne ou d'autres Etats membres.

Travailler avec un Code d'éthique réglementaire présente entre autres comme avantage que l'applicabilité des mêmes règles à tous les acteurs qui offrent des services payants via des réseaux de communications électroniques à l'aide de numéros payants belges est garantie et que des considérations d'intérêt général (et en particulier la protection des consommateurs) sont ainsi exprimées le mieux possible.

La promulgation et l'entrée en vigueur du présent arrêté n'ont pas nécessairement pour conséquence que les codes de conduite existants déjà ou que les futurs codes de conduite deviennent sans objet. Ils peuvent toujours aller plus loin que les règles minimums fixées par le présent arrêté et/ou définir des règles pratiques qui développent plus en détail, là où c'est nécessaire, les règles du présent arrêté. Enfin, il est également rappelé que l'arrêté royal du 1er avril 2007 relatif à la procédure et aux règles pratiques relatives au fonctionnement de la Commission d'éthique pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications électroniques autorise dans son article 7, § 4, alinéa 2, que certaines catégories de plaintes adressées à la Commission d'éthique soient transmises à un point de contact en vue du traitement de la plainte en dehors de toute procédure administrative ou judiciaire *« sur la base d'un code de conduite reconnu par la Commission d'éthique pour les télécommunications »*.

La Commission d'éthique pour les télécommunications a fait savoir aux autorités politiques compétentes qu'elle soumettra régulièrement le cadre législatif et réglementaire des services payants via des réseaux de communications électroniques et leur application sur le terrain à une évaluation critique et que, si nécessaire, elle en traduira les résultats dans les propositions d'adaptation qui s'imposent.

Commentaire article par article

L'article 1er donne quelques définitions nécessaires à une bonne compréhension du présent arrêté. La plupart de ces définitions étaient issues de dispositions légales ou réglementaires existantes, comme la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (ex. article 1er, 3°, définition de publicité), l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros (ex. les articles 1er, 4° et 5°, les définitions 'd'identité de service' et de 'préfixe') et ont été adaptées afin de les appliquer dans le contexte spécifique des services payants via des réseaux de communications électroniques.

L'article 1er, 6° introduit la nouvelle notion de « service de messagerie payant ». Le concept vise une transaction avec un numéro payant, pour lequel l'utilisateur final doit recevoir deux ou plusieurs SMS ou MMS après la souscription pour acheter le service complet. Une telle transaction peut entraîner le dépassement des tarifs maximums définis à l'article 71 de l'AR Numérotation (et qui, selon cet arrêté, peuvent être répartis au maximum entre un SMS ou MMS envoyé et un SMS ou MMS reçu). Le présent arrêté laisse la possibilité ouverte de poursuivre cette pratique de vente survenant fréquemment dans la pratique, à condition que l'utilisateur final y souscrive et que des informations supplémentaires sur le prix et les principales conditions du service payant soient fournies à l'utilisateur final après la souscription et avant la fourniture proprement dite du service (voir plus loin Chapitre 7). Le critère déterminant ce qui constitue ou non un service de messagerie payant est donc le nombre de SMS et/ou de MMS devant être reçus

- waarschuwingsberichten bij het spenderen van € 10 per maand voor bepaalde diensten (art. 66, 83, 85 en 94);

- de uitdrukkelijke verplichting voor de organisatoren van alle spelletjes, wedstrijden en quizzen om de prijzen uit te betalen binnen 30 dagen na de afsluiting van het spel, de wedstrijd of de quiz (art. 70);

- de uitdrukkelijke koppeling van fundraising via betaalnummers aan de nodige erkenningen en/of vergunningen (art. 72);

- de invoering van een registratie en een uitschrijvingsprocedure voor een chatdienst (art. 89-90 en art. 97);

- het verbod om berichten komende van de chatdienst betalend te maken bij ontvangst door de eindgebruiker (art. 91).

Het voorstel van Ethische Code van de Ethische Commissie werd op 14 september 2009 door de Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen voor advies aan de Commissie voor de Bescherming van de persoonlijke levenssfeer voorgelegd. De Privacycommissie verleende op 14 oktober 2009 een gunstig advies (advies nr. 26/2009), mits er rekening gehouden werd met enkele in het advies geformuleerde opmerkingen. Het besluit dat U voorgelegd wordt houdt rekening met deze opmerkingen

Het voorstel van Ethische Code werd op 29 juli 2009 aan de Europese Commissie genotificeerd op basis Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij (de zogenaamde « transparantierichtlijn »). De procedure werd op 30 oktober 2009 afgesloten zonder commentaren of uitvoerig gemotiveerde meningen van de Europese Commissie of andere lidstaten.

Voordelen van het werken met een reglementaire Ethische Code zijn onder meer dat de toepasselijkheid van dezelfde regels op alle actoren, die aan de hand van Belgische betaalnummers betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aanbieden, gegarandeerd is en dat overwegingen van algemeen belang (en in het bijzonder consumentenbescherming) hierin het best tot uitdrukking komen.

De uitvaardiging en inwerkingtreding van het huidige besluit heeft niet noodzakelijk tot gevolg dat reeds bestaande gedragscodes of toekomstige gedragscodes zonder voorwerp zouden worden. Zij kunnen nog altijd verder gaan dan de minimumregels vastgesteld door het huidige besluit en/of praktische regels vastleggen die, waar nodig, de regels van het huidige besluit meer in detail uitwerken. Tot slot wordt er ook aan herinnerd dat het koninklijk besluit van 1 april 2007 betreffende de procedure voor en de praktische regels in verband met de werking van de Ethische Commissie voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken in zijn artikel 7, § 4, tweede lid, toestaat dat bepaalde categorieën van klachten gericht aan de Ethische Commissie kunnen overgezonden worden aan een contactpunt voor afhandeling van de klacht buiten iedere administratiefrechtelijke of gerechtelijke procedure *« op basis van een gedragscode erkend door de Ethische Commissie voor de telecommunicatie »*.

De Ethische Commissie voor de telecommunicatie heeft aan de bevoegde politieke autoriteiten laten weten dat het het wetgevend en reglementair kader van de betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken en de toepassing ervan op het terrein regelmatig zal onderwerpen aan een kritische evaluatie en dat zij, indien nodig, de resultaten van die evaluatie zal verwerken in de nodige voorstellen tot bijsturing.

Artikelsgewijze bespreking

Artikel 1 geeft enkele definities die nodig zijn voor een goed begrip van dit besluit. De meeste van deze definities werden afgeleid uit bestaande wettelijke of reglementaire bepalingen, zoals de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (bv. artikel 1, 3°, definitie van reclame), het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers (bv. artikel 1, 4° en 5°, de definities van 'dienstidentiteit' en 'prefix') en werden aangepast om ze toe te passen in de specifieke context van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken.

Artikel 1, 6° voert het nieuwe begrip « betalende berichtendienst » in. Het begrip viseert een transactie met een betaalnummer, waarbij de eindgebruiker na een inschrijving, twee of meer SMS'en of MMS'en moet ontvangen om de volledige dienst af te nemen. Een dergelijke transactie kan ertoe leiden dat de tariefmaxima die gedefinieerd zijn in artikel 71 van het KB Nummering (en die, volgens dat besluit, maximaal over één verstuurde en één ontvangen SMS of MMS kunnen verdeeld worden) overschreden worden. Dit besluit laat de mogelijkheid open om een dergelijke in de praktijk vaak voorkomende verkoopspraktijk voort te zetten, op voorwaarde dat de eindgebruiker zich hiervoor inschrijft en er aan de eindgebruiker na de inschrijving en vóór de eigenlijke uitvoering van de dienst bijkomende informatie in verband met de prijs en de belangrijkste voorwaarden van de betalende dienst worden geboden (zie verder Hoofdstuk 7). Het criterium voor wat een betalende berichtendienst uitmaakt en wat niet is dus het

pour pouvoir bénéficier du service payant à part entière. Le vote pour un candidat qui participe à un concours diffusé à la TV (« vote », ex. concours Eurovision) ou un don par SMS (ex. don dans le cadre de la lutte contre le cancer) se fait généralement via un SMS (éventuellement suivi par un SMS de confirmation). Ces services ne constituent donc pas un service de messagerie payant. Un exemple d'un service qui constitue effectivement un service de messagerie payant est l'achat d'une sonnerie en recevant par exemple trois SMS payants. La participation à un concours ou un quiz via un numéro court SMS ou MMS payant, où il faut par exemple répondre à trois questions, avant d'entrer en considération pour remporter un prix, ne relève pas de la notion de 'service de messagerie payant' étant donné qu'un tel service suit un schéma de question-réponse et que, consécutivement à la demande du client, il n'y a pas d'envoi de deux ou plusieurs SMS ou MMS par le prestataire de services. Pour des raisons analogues, un service de chat n'est pas non plus un service de messagerie payant.

aantal SMS'en of MMS'en dat ontvangen moet worden om te kunnen genieten van de betalende dienst. Het stemmen voor een kandidaat die deelneemt aan een wedstrijd uitgezonden op tv (« voting », bv. Eurosong) of een donatie via SMS (bv. actie « Kom op tegen Kanker ») gebeurt gewoonlijk via één SMS (eventueel gevolgd door een bevestigings-SMS). Dergelijke diensten maken dus geen betalende berichtendienst uit. Een voorbeeld van een dienst die wel een betalende berichtendienst uitmaakt is de aanschaf van een ringtone door middel van het ontvangen van bijvoorbeeld drie betalende SMS'en. De deelname aan een wedstrijd of quiz via een betalend SMS of MMS kort nummer, waarbij men bv. antwoorden moet geven op drie vragen, vooraleer men in aanmerking komt voor het winnen van een prijs valt niet onder het begrip betalende berichtendienst', omdat een dergelijke dienst een patroon van vraag en antwoord volgt en er dus volgend op de aanvraag van de klant geen twee of meer SMS'en of MMS'en van de dienstenaanbieder volgen. Een chatdienst is om analoge redenen evenmin een betalende berichtendienst.

Un exemple d'un service d'abonnement (article 1er, 7°) est un service où l'on reçoit après y avoir souscrit, chaque jour le bulletin météo du jour via un SMS. Dans la plupart des cas, ce SMS sera payant à la réception, afin d'indemniser les entreprises prestataires de services qui exploitent le numéro à taux majoré. Un SMS gratuit à la réception peut cependant également être offert sous la forme d'un service d'abonnement, mais dans ce dernier cas, le paiement éventuel pour l'information ou le service via le réseau de communications électroniques ne peut se faire qu'à l'aide du SMS de souscription étant donné que l'article 71, § 4, de l'« AR Numérotation » n'autorise pas que le tarif utilisateur final pour les messages envoyés vers le numéro payant à l'aide duquel le service d'abonnement est fourni soit supérieur au tarif utilisateur final pour l'envoi d'un appel vers un numéro géographique ou mobile d'une personne privée.

Een voorbeeld van een abonnementsdienst (artikel 1, 7°) is een dienst waarbij men, na inschrijving, elke dag het weerbericht van de dag toegestuurd krijgt via een SMS. Die SMS zal in de meeste gevallen te betalen zijn bij ontvangst, om de dienstverlenende bedrijven die het betaalnummer uitbaten te vergoeden. Een SMS die gratis is bij ontvangst kan echter ook aangeboden worden in de vorm van een abonnementsdienst, maar in dat laatste geval kan de eventuele betaling voor de informatie of de dienst via het elektronische-communicatienetwerk enkel gebeuren aan de hand van de inschrijvings-SMS aangezien artikel 71, § 4, van het « KB Nummering » niet toestaat dat het eindgebruikerstarief voor de berichten die verzonden worden naar het betaalnummer aan de hand waarvan de abonnemenstsdienst geleverd wordt, hoger is dan het eindgebruikerstarief voor het verzenden van een oproep naar een geografisch of mobiel nummer van een privépersoon.

Un exemple d'un service d'alerte (article 1er, 8°) est un service où l'on reçoit, après y avoir souscrit, un message à chaque fois qu'un but est marqué lors d'une épreuve sportive dont on est supporter.

Een voorbeeld van een alarmdienst (artikel 1, 8°) is een dienst waarbij men, na inschrijving, een bericht toegestuurd krijgt telkens wanneer er een doelpunt gescoord wordt in een wedstrijd van een sportploeg waarvoor men supportert.

La disposition selon laquelle un « service destiné aux mineurs d'âge », défini à l'article 1er, 9° comprend non seulement des services, qui sont spécifiquement destinés à des personnes de moins de 18 ans mais également des services *« qui sont particulièrement attrayants pour ces personnes »* vise à souligner que le fait d'apprécier si un service est destiné aux mineurs d'âge dépend non seulement du public cible désigné par le prestataire de services dans sa communication publique mais également des caractéristiques intrinsèques du service et entre autres du critère déterminant si en définitive, un service donné n'attire pas essentiellement un public de moins de 18 ans. Pour le reste, la définition est une reprise littérale de la définition au point C.1.1. des directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS.

De bepaling dat een « dienst voor minderjarigen », gedefinieerd in artikel 1, 9° niet alleen diensten omvatten, die specifiek gericht zijn op personen jonger dan achttien jaar maar ook diensten *« die als bijzonder aantrekkelijk voor deze personen geld[en] »* heeft tot doel aan te geven dat de beoordeling of een dienst bestemd is voor minderjarigen niet alleen afhankelijk is van het doelpubliek dat de dienstenaanbieder in zijn publieke communicatie heeft aangewezen maar ook van de intrinsieke karakteristieken van de dienst en met name van het criterium of een bepaalde dienst toch niet hoofdzakelijk een min 18-jarigen publiek aantrekt. De definitie is overigens een letterlijke overname van de definitie in punt C.1.1. van de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS/LBS-diensten.

Le service de chat, défini à l'article 1er, 12°, vise uniquement les services de chat qui ont lieu via un numéro payant ou après l'enregistrement de l'utilisateur final à l'aide d'un appel ou d'un message vers un numéro payant. Un service de chat au sens du présent arrêté ne vise donc pas les services de chat gratuits sur Internet ou les services de chat qui sont uniquement accessibles après avoir payé à l'aide d'une carte de crédit ou d'un autre moyen de paiement (et pour autant que la communication avec le service de chat ne se déroule pas via un numéro payant). En outre, la définition vise aussi bien le chat (payant) entre les utilisateurs finals entre eux que le chat entre un utilisateur final et un prestataire de services, à l'aide ou non du logiciel de chat automatisé. En effet, un prestataire de services est également un utilisateur d'équipements terminaux, au sens de l'article 2, 41°, de la Loi, car les moyens à l'aide desquels le prestataire de services fournit un service de chat (habituellement un téléphone ou un serveur) doivent également être reliés à l'aide d'équipements terminaux à un réseau de communications électroniques pour fournir le service (dans le cas d'un service de chat fourni via un serveur, le modem entre le serveur et le réseau de communications électroniques est l'appareillage terminal).

De chatdienst, gedefinieerd in artikel 1, 12°, viseert enkel chatdiensten die plaatsvinden via een betaalnummer of na registratie van de eindgebruiker door middel van een oproep of bericht naar een betaalnummer. Een chatdienst in de zin van dit besluit viseert dus niet de gratis chatdiensten op het internet of chatdiensten waartoe men slechts toegang kan krijgen na betaling door middel van een kredietkaart of een ander betaalmiddel (en voor zover de communicatie met de chatdienst verder niet verloopt via een betaalnummer). Verder viseert de definitie zowel de chat (tegen betaling) tussen eindgebruikers onderling als de chat tussen een eindgebruiker en een dienstenaanbieder, al dan niet aan de hand van geautomatiseerde chat-software. Een dienstenaanbieder is inderdaad ook een gebruiker van eindapparatuur, in de zin van artikel 2, 41°, van de Wet, omdat de middelen waarmee de dienstenaanbieder een chatdienst levert (gewoonlijk een telefoontoestel of een server) ook door middel van een eindapparaat verbonden moet zijn met een elektronische-communicatienetwerk om de dienst te leveren (in het geval van een chatdienst geleverd via een server is de modem tussen de server en het elektronische-communicatienetwerk het eindapparaat).

La définition des concepts de « données de trafic » et « données de localisation », utilisés dans la définition de l'article 1er, 13°, peut être retrouvée aux articles 2, 6° et 7°de la « loi », qui fournit également le fondement légal au présent arrêté.

De definitie van de begrippen « verkeersgegevens » en « locatiegegevens », gebruikt in de definitie van artikel 1, 13°, is terug te vinden in artikel 2, 6° en 7° van de « wet », die ook de wet is die de rechtsgrond oplevert voor het huidige besluit.

L'article 1er ne donne pas de définition d'un « service payant via un réseau de communications électroniques » (ou en abrégé : « service payant ») ou des personnes qui doivent surtout tenir compte du présent arrêté, car le Conseil d'Etat a stipulé dans son avis 42.279/4 du 5 mars 2007 préalablement à l'arrêté royal du 1er avril 2007 relatif à la procédure et aux règles pratiques relatives au fonctionnement de la Commission d'éthique pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications électroniques (également appelé ci-après l'« AR procédure pour la Commission d'éthique ») ce qui suit concernant les définitions reprises dans le projet d'arrêté qui lui avait été soumis pour avis :

« La disposition à l'examen entend définir les notions de « service payant via un réseau de communications électroniques » et de « prestataire de services », avec pour effet de circonscrire le champ d'application de l'arrêté en projet.

Un tel procédé ne peut être admis.

En effet, il découle de l'article 134 de la loi du 13 juin 2005 précitée que la Commission d'éthique pour les télécommunications est chargée de veiller au respect du Code d'éthique visé au paragraphe 2 de cette disposition, et de sanctionner, le cas échéant, la violation de ce code par des amendes administratives ou d'autres sanctions.

[...].

Lorsqu'en exécution de l'article 134, § 1er, alinéa 1er, deuxième phrase de la loi du 13 juin 2005 précitée, le Roi règle la procédure et les règles pratiques relatives au fonctionnement de la Commission d'éthique, il ne Lui appartient pas de définir la notion légale de « service payant via un réseau de communications électroniques » ou celle de « prestataire de services », ni de définir ou de circonscrire, ce faisant, le champ d'application du texte en projet.

L'article 1er du projet sera omis. »

L'article 1er de « l' AR procédure pour la Commission d'éthique » du 1er avril 2007 est par conséquent entièrement supprimé dans un projet d'arrêté modificatif qui sera soumis à la signature promptement après le présent arrêté. Pourtant, les praticiens ne sont pas dépourvus d'une définition de service payant. L'article 1er, 15°, de l'AR Numérotation définit en effet un service payant via un réseau de communications électroniques comme suit : *« service qui via des appareils reliés à un réseau de communications électroniques offre la possibilité à l'appelant d'obtenir des informations, de renvoyer des informations, d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs du service d'informations, d'accéder à des jeux ou autres avantages ou d'effectuer des paiements pour des produits ou services offerts pendant l'appel ou en conséquence directe de celui-ci, moyennant le paiement d'une indemnité supérieure au tarif utilisateur final normal pour un appel vers un numéro géographique standard ou un numéro mobile ». Vu le lien intrinsèque qui existe entre les numéros et les services dans l'AR numérotation et la possibilité donnée par l'AR Numérotation d' attribuer la capacité de numérotation attribuée à un opérateur à des personnes sous-jacentes (voir article 19 AR Numérotation), la personne à qui un numéro payant est finalement attribué pour établir un service payant est en principe le prestataire de services.*

L'article 2 établit clairement qu'il n'est pas nécessaire de demander une licence pour la fourniture d'un service payant.

L'article 3 est le premier article à être basé sur l'extension du champ d'application du Code d'éthique aux opérateurs, pour ce qui est de la collaboration à l'enquête sur une infraction présumée au Code d'éthique et l'exécution des décisions de la Commission d'éthique (voir article 30 de la loi du 18 mai 2009 portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques). Les données devant être collectées conformément à l'article 3, 1°, 4° et 5°, doivent avoir trait à la personne ou aux personnes qui, dans la chaîne de parties actives derrière un numéro payant attribué à un opérateur, exploite(nt) un service payant. Un exemple de personnes visées à l'article 3, 3°, sont les personnes qui remplissent une simple fonction de transport entre le service payant et le réseau de communications électroniques (ex. un "connectivity provider" pur, étant une société liée au SMSC/MMSC d'un opérateur en vue de la possibilité de tri des SMS/MMS entre le prestataire de services, l'opérateur et l'utilisateur final). L'obligation de l'article 3 vise à autoriser, en cas de plainte ou d'infraction présumée, la Commission d'éthique ou son secrétariat à pouvoir trouver rapidement et efficacement la personne véritablement responsable ainsi que les informations de base sur elle et son service. L'article 3 n'empêche pas les opérateurs ou un groupe donné de ceux-ci de créer un site Internet ou une autre application, mentionnant les données demandées et auxquels la Commission d'éthique et son secrétariat puissent accéder en permanence.

L'article 4 requiert qu'en tant que prestataire de services, l'on doive également déjà disposer d'un minimum d'informations lorsqu'on met en service un numéro payant ou que l'on fait la promotion d'un service payant. Pour l'application de l'article 4, il est souligné que seules les affirmations qui ont l'ambition d'être « factuelles » doivent être étayées

Artikel 1 geeft geen definitie van een « betalende dienst via een elektronische-communciatienetwerk » (of kortweg : « betalende dienst ») of van de personen die dit besluit hoofdzakelijk in acht moeten nemen, omdat de Raad van State in zijn advies 42.279/4 van 5 maart 2007 voorafgaand aan het koninklijk besluit van 1 april 2007 betreffende de procedure voor en de praktische regels in verband met de werking van de Ethische Commissie voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken (hierna ook genoemd het « KB procedure voor de Ethische Commissie ») het volgende stelde met betrekking tot de definities opgenomen in het ontwerpbesluit dat eraan voor advies werd voorgelegd :

« De voorliggende bepaling strekt ertoe de begrippen » betalende dienst via een elektronische- communicatienetwerk » en « dienstenaanbieder » te definiëren teneinde de werkingssfeer van het ontworpen besluit te omschrijven.

Zo een werkwijze kan niet worden aanvaard.

Uit artikel 134 van de voormelde wet van 13 juni 2005 vloeit immers voort dat de Ethische Commissie voor de telecommunicatie ermee belast is toe te zien op de naleving van de Ethische Code waarvan in paragraaf 2 van die bepaling sprake is en om in voorkomend geval wegens schending van die Code administratieve geldboetes of straffen op te leggen.

[...].

Wanneer de Koning ter uitvoering van artikel 134, § 1, eerste lid, tweede zin, van voornoemde wet van 13 juni 2005 de procedure en de praktische regels in verband met de werking van de Ethische Commissie bepaalt, is het Hem niet toegestaan het wettelijk begrip « betalende dienst via een elektronisch communicatienetwerk » en « dienstenaanbieder » te definiëren, noch om zodoende de werkingssfeer van de ontworpen tekst te definiëren of te omschrijven.

Artikel 1 van het ontwerp dient te vervallen. »

In een ontwerp van wijzigingsbesluit, dat spoedig na het huidige besluit ter ondertekening zal worden voorgelegd, wordt artikel 1 van het « KB procedure voor de Ethische Commissie » van 1 april 2007 dan ook volledig geschrapt. Toch zijn de practici niet verstoken van een definitie van een betalende dienst. Artikel 1, 15°, van het KB Nummering definieert een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk immers als volgt : *« dienst die via apparatuur aangesloten op een elektronisch-communicatienetwerk de oproeper de mogelijkheid biedt informatie te verkrijgen, informatie terug te sturen, in contact te treden met andere gebruikers van de informatiedienst, toegang te krijgen tot spelletjes of andere voordelen of betalingen uit te voeren voor producten of diensten die worden geleverd tijdens de oproep of als direct gevolg hiervan, tegen betaling van een vergoeding hoger dan het normale eindgebruikerstarief voor een oproep naar een standaard geografisch of mobiel nummer ».* Gelet op de intrinsieke band tussen nummers en diensten in het KB nummering en de mogelijkheid die het KB Nummering geeft om nummercapaciteit die toegewezen is aan een operator verder toe te wijzen aan achterliggende personen (zie artikel 19 KB Nummering) is de persoon aan wie een betaalnummer uiteindelijk (eventueel in cascade via tussenliggende partijen) wordt toegewezen om een betalende dienst op te zetten in principe de dienstenaanbieder.

Artikel 2 maakt duidelijk dat men voor het leveren van een betalende dienst geen vergunning dient aan te vragen.

Artikel 3 is een eerste artikel dat gebaseerd is op de uitbreiding van het toepassingsgebied van de Ethische Code tot de operatoren, wat betreft de medewerking aan het onderzoek naar een vermoedelijke inbreuk op de Ethische Code en wat betreft de uitvoering van de beslissingen van de Ethische Commissie (zie artikel 30 van de wet van 18 mei 2009 houdende diverse bepalingen inzake elektronische communicatie). De gegevens die krachtens artikel 3, 1°, 4° en 5°, verzameld moeten worden, moeten betrekking hebben op de persoon of personen die, in de keten van partijen die actief zijn achter een betaalnummer toegewezen aan een operator, een betalende dienst uitbaten. Een voorbeeld van personen bedoeld in artikel 3, 3°, zijn de personen die een loutere transportfunctie vervullen tussen de betalende dienst en het elektronische-communicatienetwerk (b.v. een pure « connectivity provider », zijnde een bedrijf dat verbonden is met het SMSC/MMSC van een operator met het oog op de mogelijkheid van sortering van de SMS'en/MMS'en tussen de dienstenaanbieder, de operator en de eindgebruiker). De verplichting van artikel 3 is bedoeld om de Ethische Commissie of haar secretariaat in staat te stellen om bij een klacht of een vermoeden van inbreuk snel en efficiënt terecht te kunnen komen bij de daadwerkelijk verantwoordelijke persoon en bij basisinformatie over hem en zijn dienst. Artikel 3 belet niet dat de operatoren of een bepaalde groep van hen een internetsite of een andere toepassing maken, waarop de gevraagde gegevens vermeld zijn en waartoe de Ethische Commissie en haar secretariaat permanent toegang krijgen.

Artikel 4 vereist dat men ook als dienstenaanbieder al een minimum aan informatie moet bezitten wanneer men een betaalnummer in gebruik neemt of een betalende dienst promoot. Voor de toepassing van artikel 4 wordt onderstreept dat enkel de beweringen die de ambitie hebben « feitelijk » te zijn door bewijselementen gestaafd moeten

par des preuves. Ces affirmations factuelles peuvent être illustrées par des cours boursiers, des bulletins météorologiques. L'exigence de preuves implique que si l'on veut intégrer un élément factuel dans un service payant, il faut pouvoir produire la source que l'on utilise. Les affirmations des voyants ou les pronostics de lotto, pour autant qu'ils soient autorisés, ne sont pas des affirmations factuelles.

L'article 5 est une disposition relativement classique qui autorise la Commission d'éthique ou son secrétariat à adresser des demandes d'information (écrites) aux opérateurs et aux prestataires de services. En réponse au commentaire du Conseil d'Etat, il est rappelé que les informations pouvant être demandées aux opérateurs en vertu de l'article 3, alinéa deux, se limitent aux informations, décrites à l'article 3, alinéa premier, alors que les informations pouvant être demandées en vertu de l'article 5, peuvent porter sur d'autres points que ceux énumérés à l'article 3, alinéa premier. Par conséquent, pour permettre à la Commission d'éthique d'obtenir suffisamment d'informations pour examiner les dossiers qui l'occupe en toute connaissance de cause, tant l'article 3 que l'article 5 sont nécessaires.

L'article 6 est une disposition générale que l'on retrouve dans pratiquement tous les codes de conduite (tant les codes de conduite nationaux qu'étrangers). Cet article vise entre autres à indiquer que, si un service est soumis à certaines exigences légales en dehors du contexte d'une offre via un service payant via un réseau de communications électroniques, ces exigences légales doivent également être remplies lorsque ce service est offert via un numéro payant. Parmi les lois pertinentes dans le cadre de l'offre de services payants via des réseaux de communications électroniques figurent :

- la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;

- la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel;

- la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

L'objet de cet article (ou d'autres articles du présent arrêté, identifiés dans l'avis du Conseil d'Etat) n'est pas de donner lieu à des doubles poursuites ou à une double sanction, mais au contraire, de disposer d'une possibilité de répression (et, le règlement de la facture de l'utilisateur final qui en résulte; voir article 134, § 3, dernier alinéa de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques), lorsque l'autorité compétente pour entamer des poursuites pénales ne peut pas entamer des poursuites judiciaires légales contre une affaire donnée ou décide de ne pas le faire pour une affaire ou une plainte donnée. La Commission d'éthique respectera en effet, si besoin est, le principe «non bis in idem», s'il est établi lors d'une enquête qu'une autorité compétente en matière de poursuites pénales a effectivement entamé de telles poursuites.

Il est du reste souligné que l'avis n° 47.321/2 du Conseil d'Etat du 16 novembre 2009 (avis auquel le Conseil d'Etat fait référence dans son présent avis; voir note de bas de page 4, p.6 de l'avis) stipule que la portée précise de l'arrêt Zolotoukhine c. Russie n'est pas vraiment claire et que ce n'est pas au Conseil d'Etat de prédire une adaptation éventuelle de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme. (Doc. Parl., Parl. Wall., 2009-2010 n°117/1 p. 56). Dans le même avis, le Conseil d'Etat déclare que la jurisprudence de la Cour constitutionnelle ne va en tout cas pas aussi loin. Selon la jurisprudence de la Cour constitutionnelle, le principe non bis in idem n'est pas violé lorsque les éléments essentiels des deux infractions ne sont pas identiques et il en est également ainsi lorsque l'élément moral des deux incriminations diffère. (Cour const., 18.06.2008, 91/2008, p. 12). Or, les situations où le prestataire de services avait réellement l'intention morale d'enfreindre la loi pénale sont rarement prises en considération. Dans ce sens, à la lumière de la jurisprudence ci-dessus, il ne se produira par conséquent pas de problème substantiel de «non bis in idem».

Contrairement à ce que souligne le Conseil d'Etat, l'on considère ensuite aussi qu'il est possible de paraphraser ou affiner l'article de loi existant grâce à la délégation du législateur au Roi pour *« décrire les conditions auxquelles des services payants peuvent être offerts aux utilisateurs finals via des réseaux de communications électroniques »*. Cette délégation de pouvoirs n'empêche pas qu'en cas de redondance, la Commission d'éthique examinera la disposition légale en question, se concertera éventuellement avec l'autorité compétente pour son contrôle ou demandera l'avis de cette autorité et prendra une décision, compte tenu de cette disposition légale.

Concernant l'affinement d'une disposition légale sanctionnée pénalement, il n'est du reste pas possible de comprendre quel est le problème à la lumière du principe *« non bis in idem »*, étant donné qu'au niveau de l'affinement même, il n'y a pas de conflit possible avec une règle sanctionnée pénalement.

En effet dans ces cas-là, les éléments constitutifs de la disposition pénale ne correspondent pas à ceux de l'infraction au Code d'éthique.

worden. Voorbeelden van dergelijke feitelijke beweringen zijn beurskoersen, weerberichten. De vereiste tot staving houdt in dat als men een feitelijk element wil verwerken in een betalende dienst, men daarvoor de bron moet kunnen voorleggen, die men gebruikt. De beweringen van waarzeggers of lottovoorspellingen, voor zover toegelaten, zijn geen feitelijke beweringen.

Artikel 5 is een vrij klassieke bepaling die de Ethische Commissie of haar secretariaat toestaat om (schriftelijke) verzoeken om informatie te richten tot de operatoren en de dienstenaanbieders. In antwoord op het commentaar van de Raad van State, wordt eraan herinnerd dat de informatie die uit hoofde van artikel 3, tweede lid, van de operatoren gevraagd kan worden, beperkt is tot de informatie, omschreven in artikel 3, eerste lid, terwijl de informatie die uit hoofde van artikel 5 gevraagd kan worden betrekking kan hebben op andere zaken dan opgesomd in artikel 3, eerste lid. Zowel artikel 3 als artikel 5 zijn dus nodig om aan de Ethische Commissie de mogelijkheid te verzekeren voldoende informatie te kunnen inwinnen om met volledige kennis van zaken de voorliggende dossiers te kunnen onderzoeken.

Artikel 6 is een algemene bepaling die men terugvindt in zowat alle gedragscodes (zowel binnenlandse als buitenlandse). De bedoeling van dit artikel is onder meer aan te geven dat, indien een dienst buiten de context van een aanbod via een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk onderworpen is aan bepaalde wettelijke vereisten, er ook aan deze wettelijke vereisten moet voldaan worden wanneer die dienst via een betaalnummer wordt aangeboden. Relevante wetten in het kader van het aanbod van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken zijn onder meer :

- de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij;

- de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de werking van persoonsgegevens;

- wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming.

De bedoeling van dit artikel (of andere artikelen van het huidige besluit, aangewezen in het advies van de Raad van State) is geen dubbele vervolging of bestraffing te creëren, maar integendeel, een mogelijkheid tot bestraffing (en, de daaruit volgende regeling van de factuur van de eindgebruiker; zie artikel 134, § 3, laatste lid van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie) te hebben, wanneer de instantie die bevoegd is over te gaan tot strafvervolging een bepaalde zaak wettelijk niet kan vervolgen of beslist een bepaalde zaak of klacht niet te vervolgen. De Ethische Commissie zal inderdaad, waar nodig, het beginsel « non bis in idem » respecteren, wanneer in de loop van het onderzoek komt vast te staan dat een instantie die bevoegd is voor strafvervolging een dergelijke vervolging effectief heeft opgestart.

Het wordt overigens opgemerkt dat in het advies nr. 47.321/2 van de Raad van State van 16 november 2009 de afdeling (advies waar de Raad van State in zijn huidig advies naar verwijst; zie voetnoot 4, p.6 van het advies), gesteld wordt dat de precieze draagwijdte van het arrest Zolotoukhine t. Rusland niet erg duidelijk is en dat het niet aan de Raad van State toekomt om een eventuele aanpassing van de rechtspraak van het EHRM te voorspellen. (Doc. Parl., Parl. Wall., 2009-2010 n°117/1 p. 56) In hetzelfde advies stelt de Raad van State dat de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof in ieder geval minder ver gaat. Volgens de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof wordt het principe non bis in idem niet geschonden wanneer de essentiële bestanddelen van de beide strafbare feiten niet identiek zijn en geldt zulks ook wanneer het morele element van de beide strafbaarstellingen verschilt. (Grond. Hof, 18.06.2008, 91/2008, p. 12). Welnu, de situaties waarin de dienstaanbieder daadwerkelijk het moreel opzet had om de strafwet te overtreden, worden zeldzaam geacht. In die zin zal er in het licht van bovenstaande rechtspraak dan ook geen wezenlijk probleem van « non bis in idem » optreden.

In tegenstelling tot wat de Raad van State opmerkt, wordt het vervolgens ook mogelijk geacht om een bestaand wetsartikel te parafraseren of te verfijnen door de delegatie van de wetgever aan de Koning om *« de voorwaarden waaronder betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aan de eindgebruikers kunnen worden aangeboden te omschrijven »*. Deze bevoegheidsdelegatie belet niet dat, in geval van overlapping, de Ethische Commissie de betrokken wetsbepaling zal onderzoeken, eventueel overleg zal plegen met de instantie bevoegd voor de controle ervan of advies van deze instantie zal inwinnen en een beslissing zal nemen, rekening houdende met deze wetsbepaling.

Wat betreft het verfijnen van een strafrechterlijk gesanctionneerde wetsbepaling, kan overigens niet ingezien worden wat het probleem is in het licht van het principe *« non bis in idem »*, aangezien er op het gebied waar de verfijning wordt aangebracht geen mogelijk conflict is met een strafrechterlijk gesanctionneerde regel.

De constitutieve elementen van de strafbepaling komen in die gevallen immers niet overeen met de constitutieve elementen van de inbreuk op de Ethische Code.

En outre, ce n'est qu'à titre exceptionnel que tous les « affinements » ou les « paraphrases » repris dans le Code d'éthique coïncideront avec des situations où tous les éléments constitutifs de la disposition pénale sont remplis. Il ne faut en effet pas oublier que pour constater une infraction au Code d'éthique, aucune intention délibérée ou mauvaise foi n'est nécessaire, contrairement aux articles sanctionnés pénalement dont les dispositions du Code d'éthique seraient un « affinement » ou une « paraphrase ».

Les articles 7, 8 et 10 introduisent un certain nombre de normes qui sont également issues de divers codes de conduite. Ces articles permettent à la Commission d'éthique de prendre, si nécessaire, une décision rapide de suspension du service payant, qui ne se conformerait pas à ces règles, afin d'ainsi éviter une catastrophe à grande échelle.

La disposition de l'article 7, 1°, vise entre autres à établir le lien avec le respect de l'article 22 de la Constitution et le respect de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

L'article 9 introduit une règle générale qui interdit principalement aux prestataires de services payants fournis via des numéros SMS et MMS courts à quatre chiffres d'utiliser ces numéros SMS ou MMS pour envoyer de la publicité non sollicitée pour des services payants à des utilisateurs finals. En effet, les réactions à de tels messages causent souvent une nouvelle séquence de paiement souvent non souhaitée et donnent lieu à de nombreuses plaintes dans la pratique. En application de cette disposition, il est par exemple interdit pour un prestataire de services d'envoyer des SMS et des MMS non sollicités à un utilisateur final à l'aide d'un numéro payant en tant qu'expéditeur ou d'envoyer ou laisser des messages sur un répondeur, l'invitant à former un numéro payant.

L'article 11 vise à exclure toutes sortes de formes d'abus dans le cadre des services payants. Dans le cadre de la rédaction de l'article 11, 1°, l'on est parti du principe que des prévisions météorologiques sont des prévisions basées sur une preuve scientifique. Le but de l'article 11, 1°, n'est pas d'interdire ce que l'on appelle les lignes d'horoscope mais bien de veiller à ce que l'on joue franc-jeu avec les utilisateurs finals en attirant par exemple l'attention sur le fait qu'une prévision horoscope est une forme d'amusement ou en indiquant que si une prévision horoscope s'avère exacte, ceci est dû au hasard.

L'article 12 impose aux prestataires de faire preuve de l'honnêteté et de la minutie nécessaires pour veiller à ce que les informations qu'ils offrent contre paiement soient exactes et mises à jour.

L'article 13 stipule qu'il n'est pas acceptable de présenter un service payant comme étant « gratuit » car ce type de service implique toujours qu'un paiement soit effectué via l'opérateur télécoms.

L'article 14 règle les obligations minimums relatives à l'opposabilité et à la mise à disposition des conditions générales du service payant. Pour ce qui est de la mise à disposition, l'article 14 exige non seulement les possibilités de consultation en permanence de par exemple un site Internet ou du télétexte, mais institue également le droit de l'utilisateur final d'obtenir gratuitement les conditions générales sur papier ou sur un autre support durable (fichier pdf, etc). Une définition du concept de support durable peut entre autres être retrouvée à l'article 2, 25,° de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

Les conditions générales, visées à l'article 14, sont les conditions générales du prestataire du service payant et non celles de l'opérateur (à moins que l'opérateur même ne remplisse le rôle de prestataire de services).

L'article 15 vise à ce que le prestataire de services ait toujours un service clientèle ou en sous-traite néanmoins au moins la fourniture. Le service clientèle doit être joignable à l'aide d'un numéro non payant et l'utilisateur final doit, éventuellement après avoir parcouru un menu IVR, avoir la possibilité d'être transféré à un interlocuteur, apte à traiter ses questions ou plaintes éventuelles.

L'article 16, alinéa 1er, vise à informer les utilisateurs finals de services payants des droits qu'ils puisent de codes de conduite auxquels ils ont souscrit volontairement.

L'alinéa 2 de l'article 16 est institué en vue de l'information complète de l'utilisateur final. Il y a en effet lieu d'éviter de donner à tort l'impression que les droits de l'utilisateur final sont uniquement décrits dans un ou plusieurs codes de conduite applicables. C'est pourquoi il y a lieu d'offrir sur la même page web où le ou les codes de conduite sont publiés le texte du présent arrêté ou un lien vers le présent arrêté, ainsi que des informations claires, correctes et univoques sur les autorités officielles auprès desquelles une plainte peut être déposée contre l'utilisation et/ou l'imputation de numéros payants. Dans l'état actuel des choses, ces autorités sont en tous les cas la Commission

Bovendien geldt bijna bij alle « verfijningen » of « parafraseringen » opgenomen in de Ethische Code dat zij slechts heel uitzonderlijk zullen samenvallen met situaties waarbij ook aan alle constitutieve elementen van de strafrechterlijke bepaling voldaan is. Men mag immers niet vergeten dat er voor het vaststellen van een inbreuk op de Ethische Code geen opzet of kwade trouw vereist is, in tegenstelling tot strafrechterlijk beteugelde artikelen waarvan de bepalingen van de Ethische Code een « verfijning » of « parafrasering » zouden zijn.

De artikelen 7, 8 en 10 voeren een aantal normen in die eveneens afkomstig zijn uit diverse gedragscodes. Deze artikelen stellen de Ethische Commissie in staat om, indien nodig, een snelle beslissing tot schorsing van de betalende dienst, die zich niet aan deze regels zou houden, te nemen, om zo verder en wijdverspreid onheil te vermijden.

De bepaling onder artikel 7, 1° beoogt onder meer de band te leggen met de naleving van artikel 22 van de Grondwet en de naleving van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens.

Artikel 9 voert een algemene regel in die voornamelijk aanbieders van betalende diensten geleverd via viercijferige SMS en MMS korte nummers verbiedt om die SMS- of MMS-nummers te gebruiken om ongevraagde reclame voor betalende diensten toe te zenden aan eindgebruikers. Reacties op dergelijke berichten brengen immers, vaak ongewild, een nieuwe betalingssequentie teweeg en geven in de praktijk aanleiding tot vele klachten. In toepassing van deze bepaling is het voor een dienstenaanbieder bijvoorbeeld verboden om ongevraagd SMS'en of MMS'en naar een eindgebruiker te sturen met een betaalnummer als afzender of om berichten te sturen of achter te laten op een antwoordapparaat, met de uitnodiging om een betaalnummer te vormen.

Artikel 11 heeft tot doel allerlei vormen van misleiding in het kader van betalende diensten uit te sluiten. In het kader van de redactie van artikel 11, 1°, is men ervan uitgegaan dat een weervoorspelling een voorspelling is op basis van wetenschappelijk bewijs. De bedoeling van artikel 11, 1° is niet om zogenaamde horoscooplijnen te verbieden, wel om erover te waken dat men eerlijk spel speelt met de eindgebruikers door er bijvoorbeeld op te wijzen dat een horoscoopvoorspelling een vorm van amusement is of een vermelding dat indien een horoscoopvoorspelling uitkomt dit gebaseerd is op toeval.

Artikel 12 legt de dienstenaanbieders op de nodige eerlijkheid en zorgvuldigheid aan de dag te leggen om ervoor te zorgen dat de informatie die zij tegen betaling aanbieden correct en up-to-date is.

Omdat een betalende dienst steeds impliceert dat er een betaling plaatsvindt via de telecomoperator, stelt artikel 13 dat het niet aanvaardbaar is om een dergelijke dienst als « gratis » voor te stellen.

Artikel 14 regelt de minimale verplichtingen in verband met het tegenstelbaar maken en ter beschikking stellen van de algemene voorwaarden van de betalende dienst. Wat betreft de ter beschikkingstelling vereist artikel 14 niet alleen de permanente raadpleegbaarheid op bijvoorbeeld een website of teletekst, maar stelt het ook het recht van de eindgebruiker in om gratis de algemene voorwaarden op papier of op een andere duurzame drager (pdf-file, enz.) te krijgen. Een definitie van het begrip duurzame drager kan onder meer teruggevonden worden in artikel 2, 25,° van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming

De algemene voorwaarden, bedoeld in artikel 14, zijn de algemene voorwaarden van de aanbieder van de betalende dienst, niet die van de operator (tenzij de operator zelf de rol van dienstenaanbieder vervult).

Artikel 15 wil dat de dienstaanbieder steeds een klantendienst heeft of toch minstens het verlenen van een klantendienst uitbesteedt. De klantendienst moet bereikbaar zijn door middel van een niet-betalend nummer en de eindgebruiker moet, eventueel na het doorlopen van een IVR-menu, de mogelijkheid hebben om doorgeschakeld te worden naar een gesprekspartner, die bekwaam is zijn vragen of eventuele klachten te behandelen.

Artikel 16, eerste lid, heeft tot doel om eindgebruikers van betalende diensten op de hoogte te brengen van de rechten die zij putten uit vrijwillig onderschreven gedragscodes.

Het tweede lid van artikel 16 is ingesteld met het oog op de volledig informatie van de eindgebruiker. Er dient inderdaad vermeden te worden dat de verkeerde indruk wordt gegeven dat de rechten van de eindgebruiker enkel omschreven zijn in één of meerdere toepasselijke gedragscode(s). Daarom moet op dezelfde webpagina waar de gedragscode(s) wordt of worden gepubliceerd de tekst van het huidige besluit of een link naar het huidige besluit worden aangeboden, tezamen met duidelijke, correcte en ondubbelzinnige informatie over de officiële instanties bij wie een klacht neergelegd kan worden tegen het gebruik en/of de aanrekening van betaalnummers. Deze instanties zijn in de

d'éthique pour les télécommunications, le Service de médiation pour les télécommunications et pour les litiges de consommation, la Direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie.

L'article 18 vise non seulement à imposer des obligations générales relatives à des services payants spécifiquement destinés aux majeurs (qui sont encore réglementés plus bas à la section 7 du chapitre 10), mais concerne par exemple également les services qui ne sont pas appropriés pour les mineurs d'âge car ils ne disposent pas de la capacité d'autonomie nécessaire (tel est par exemple le cas pour des services de conseil en investissement, fournis via des numéros payants) ou les services qui ne sont pas accessibles aux mineurs d'âge pour d'autres raisons que le contenu du service payant à connotation sexuelle ou érotique (par exemple les jeux de hasard).

L'article 19 est, comme déjà dit ci-dessus, lié à une des deux fonctions du Code d'éthique. Chaque service payant doit en effet être offert sous un numéro compatible avec l'utilisation des séries de numéro comprises dans le plan de numérotation belge. Cette classification dans la catégorie de numéros payants n'est pas une fin en soi, mais constitue un moyen pour permettre entre autres un blocage des appels (ou Call Barring») de manière correcte (voir aussi à cet égard l'article 120 de « la loi » et l'arrêté ministériel du 12 décembre 2005). L'annexe rend les principes de l'AR Numérotation applicables aux prestataires de services.

Le Chapitre 6, composé des articles 20 à 30, est l'un des chapitres clés du présent arrêté. Il définit les exigences générales à remplir par toute publicité pour un service payant. Il n'en demeure pas moins que d'autres Chapitres contiennent encore d'autres dispositions relatives à la publicité pour les services payants, mais ces exigences supplémentaires sont uniquement d'application dans un contexte spécifique, par exemple dans le contexte d'un service de messagerie payant (voir Chapitre 7) ou dans le contexte d'une catégorie de services spécifique, comme un service de chat-(voir chapitre X, section 9).

Le présent arrêté, en particulier les articles 20 et 21, exige que la publicité indique également le prix du service. Ce choix a été fait délibérément, car l'utilisateur final appelle souvent un numéro payant de manière impulsive ou le fait à un endroit où il ne dispose pas de la liste de prix de son opérateur, alors qu'il doit pourtant avoir été informé qu'il y a une grande différence de prix entre les appels qu'il passe habituellement vers des numéros fixes et mobiles ordinaires' et les appels vers les numéros payants. Suite à ce choix, la publicité doit par conséquent être simultanément considérée comme l'offre au consommateur ou à l'utilisateur final, ce qui implique entre autres que le prix et les autres caractéristiques essentielles du service ne peuvent pas s'écarter de ce qu'indique la publicité.

Par appel on entend non seulement un appel vocal vers un numéro 090x, mais également le log in sur Internet via un numéro payant. Etant donné qu'un prestataire de services ne sait pas avec quel opérateur, son client téléphone, envoie/reçoit des SMS ou surfe, l'article 20 stipule que le prestataire de services doit toujours indiquer le tarif utilisateur final le plus élevé réellement utilisé en Belgique. Il convient de noter que l'annonceur ne doit donc pas nécessairement indiquer les maximums visés aux articles 48, 50 et/ou 71 de l'AR Numérotation, à savoir pas si dans les faits, aucun opérateur n'applique un tarif qui correspond au maximum fixé dans les articles susmentionnés de l'AR Numérotation.

Le fait que les tarifs utilisateur final doivent être exprimés en euro à la minute semble être une évidence mais ne l'est pas : il y a eu des cas où des publicités pour des services payants exprimaient par exemple le tarif utilisateur final en un montant par 15 secondes. L'abréviation des indications de prix est, pour des raisons de transparence, également limitée à un certain nombre de cas définis explicitement. L'exigence d'univocité de la publicité en ce qui concerne l'événement ou les événements donnant lieu à la facturation d'un tarif utilisateur final donné vise à éviter des mentions dans le sens de « € 1 E/R », afin d'exprimer que tout SMS envoyé ou reçu a un prix d'1 euro.

L'article 21 prévoit un certain nombre de règles s'écartant de l'article 20 pour l'indication de tarifs utilisateurs finals dans un certain nombre de situations spécifiques, qui sont principalement dictés afin de donner une meilleure indication aux utilisateurs finals du prix total qui est lié à l'achat du service concerné dans cette situation donnée.

L'article 21, 1°, prévoit pour les services d'abonnement que le tarif utilisateur final doit être exprimé par période (par exemple une semaine ou un mois) à laquelle l'utilisateur final s'engage lors de la souscription (par exemple par semaine ou par mois).

L'article 21, 2°, vise les services d'alerte, où suite à une souscription, des informations sont envoyées à l'utilisateur final à des moments non connus à l'avance, dont la réception est généralement (mais pas nécessairement d'où l'utilisation de « si d'application ») payante pour

huidige stand van de wetgeving in ieder geval de Ethische Commissie voor de telecommunicatie, de Ombudsdienst voor telecommunicatie en voor consumentengeschillen de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst Economie, K.M.O, Middenstand en Energie.

Artikel 18 heeft niet alleen tot doel algemene verplichtingen op te leggen in verband met specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende diensten (die verder nog geregeld zijn in afdeling 7 van hoofdstuk 10), maar viseert bijvoorbeeld ook diensten die niet geschikt zijn voor minderjarigen omdat zij geen autonome handelingsbekwaamheid hebben (dit is bijvoorbeeld het geval voor beleggingsadviesdiensten, geleverd via betaalnummers) of diensten die niet toegankelijk zijn voor minderjarigen vanwege andere redenen dan de seksueel of erotisch getinte inhoud van de betalende dienst (bijvoorbeeld de kansspelen).

Artikel 19 heeft, zoals hierboven reeds gesteld, te maken met één van de twee functies van de Ethische Code. Iedere betalende dienst moet immers aangeboden worden onder een nummer dat verenigbaar is met het gebruik van de nummerreeksen opgenomen in het Belgische nummerplan. Deze onderverdeling binnen de categorie van betaalnummers is geen doel op zich, maar is een middel om onder meer oproepblokkering (of « Call Barring ») op een correcte manier te kunnen laten plaatsvinden (zie hiervoor ook artikel 120 van « de wet » en het ministerieel besluit van 12 december 2005). De bijlage maakt de principes van het KB Nummering toepasselijk op de dienstenaanbieders.

Hoofdstuk 6, bestaande uit de artikelen 20 tot en met 30, is één van de sleutelhoofdstukken van het onderhavige besluit. Het definieert de algemene vereisten waaraan iedere reclame voor een betalende dienst moet voldoen. Dit neemt niet weg dat andere hoofdstukken nog andere bepalingen in verband met reclame voor betalende diensten bevatten, maar deze bijkomende vereisten gelden alleen in een specifieke context, bijvoorbeeld in de context van een betalende berichtendienst (zie hoofdstuk 7) of in de context van een specifieke dienstencategorie, zoals een chatdienst (zie hoofdstuk X, afdeling 9).

Dit besluit, inzonderheid de artikelen 20 en 21, vereist dat de reclame ook de prijs voor de dienst vermeldt. Deze keuze werd bewust gemaakt, omdat de eindgebruiker vaak impulsief een betaalnummer belt of zulks doet op een plaats waar hij de prijslijst van zijn operator niet ter beschikking heeft, terwijl hij toch geïnformeerd dient te worden dat er een groot prijsverschil is tussen de oproepen die hij gewoonlijk maakt naar gewone vaste en mobiele nummers en de oproepen naar betaalnummers. Als gevolg van deze keuze dient de reclame dan ook tegelijk beschouwd te worden als het aanbod aan de consument of eindgebruiker, hetgeen onder meer impliceert dat de prijs en de andere essentiële kenmerken van de dienst niet mogen afwijken van datgene wat in de reclame vermeld wordt.

Met een oproep wordt niet alleen een spraakoproep naar een 090x-nummer bedoeld maar ook het inloggen op internet via een betaalnummer. Omdat een dienstenaanbieder niet weet met welke operator zijn klant belt, sms't of surft, schrijft artikel 20 voor dat de dienstenaanbieder steeds het hoogste daadwerkelijk gehanteerde eindgebruikerstarief in België dient te vermelden. Merk op dat de adverteerder dus niet noodzakelijk de maxima bedoeld in artikelen 48, 50 en/of 71 van het KB Nummering moet vermelden, met name niet indien geen enkele operator in de feiten een tarief toepast dat overeenkomt met het maximum vastgelegd in de hierboven vermelde artikelen van het KB Nummering.

Dat de eindgebruikerstarieven uitgedrukt moeten worden in euro per minuut lijkt een evidentie maar is het niet : er zijn gevallen geweest van reclame voor betalende diensten die het eindgebruikerstarief bijvoorbeeld uitdrukt als een bedrag per 15 seconden. Ook het afkorten van de prijsvermeldingen wordt om transparantieredenen beperkt tot een aantal uitdrukkelijk omschreven gevallen. De vereiste dat de reclame eenduidig is wat betreft de vermelding van de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geven tot de aanrekening van een bepaald eindgebruikerstarief, heeft tot doel om vermeldingen te vermijden in de zin van « € 1 pvob », om uit te drukken dat elke verstuurde of ontvangen SMS een prijs heeft van 1 euro.

Artikel 21 voorziet in een aantal van artikel 20 afwijkende regels voor de vermelding van de eindgebruikerstarieven in een aantal specifieke situaties, die hoofdzakelijk ingegeven zijn om de eindgebruikers een betere indicatie te geven van de totaalprijs die verbonden is aan het afnemen van de betrokken dienst in die specifieke situatie.

Artikel 21, 1°, bepaalt voor abonnementsdiensten dat het eindgebruikerstarief moet uitgedrukt worden per periode waartoe de eindgebruiker zich bij inschrijving verbindt (bijvoorbeeld per week of per maand).

Artikel 21, 2°, viseert alarmdiensten, waarbij, na een inschrijving, op niet op voorhand gekende tijdstippen informatie aan de eindgebruiker wordt toegestuurd, waarvan de ontvangst meestal (maar niet noodzakelijk; vandaar het gebruik van « indien toepasselijk ») betalend is voor

l'abonné La publicité doit indiquer séparément le tarif utilisateur final du SMS ou MMS de souscription car l'AR Numérotation autorise que ce tarif utilisateur final soit supérieur au tarif standard pour l'envoi de SMS et de MMS.

L'article 21, 3°, vise principalement les services appelés services Pull' dans le secteur mobile, où des informations uniques ou un service qui forme un ensemble sont néanmoins fournies via plusieurs SMS ou MMS et ce pour des raisons techniques ou autres. Ainsi il arrive par exemple que plusieurs SMS ou MMS doivent être échangés pour la fourniture d'un logo individuel. Dans ce cas, l'article 21, 3° prescrit que soit indiqué le prix total pour l'obtention du logo (et le nombre de messages à envoyer ou recevoir) et non le prix d'un SMS ou MMS individuel de la série de SMS ou MMS à échanger.

C'est en particulier dans le cadre de l'article 21, 2° et 3°, qu'il y a lieu de souligner que la dérogation à l'article 20 ne porte pas sur l'article 20, dernier alinéa, qui interdit aux prestataires de service d'indiquer des tarifs utilisateurs finals supérieurs aux maximums repris dans l'AR Numérotation.

Enfin, l'article 21, 4°, vise à indiquer que si la participation à un jeu, concours ou quiz implique que l'utilisateur final doive envoyer une série de messages, il ne peut pas suffire d'indiquer le tarif utilisateur final par message, mais qu'il faut également indiquer le prix total pour la participation à une session de jeu (notion définie à l'article 1er, 10°). Il peut par exemple arriver que l'utilisateur final doive, pour entrer en considération pour les gains liés à la participation à un quiz, envoyer une réponse à une question, trois fois par SMS facturé à € 1 par message. Dans ce cas, il y a lieu d'indiquer, outre la mention de € 1 par message envoyé, également le prix total de 3 euros.

Les articles 22 à 25 stipulent comment et à quelle fréquence le tarif utilisateur final, qui doit figurer dans la publicité en application de l'article 20 ou 21, doit être donné dans différentes situations.

L'idée à la base de l'article 22 est que si le tarif utilisateur final est indiqué par écrit, les caractères sont tels qu'aucune recherche minutieuse n'est nécessaire pour comprendre la signification de la mention écrite. L'exigence de la clarté de la mention implique l'utilisation d'une taille de caractères suffisante, une distinction suffisante du texte par rapport à l'arrière-plan, etc.

L'obligation au dernier alinéa de l'article 22 d'indiquer les tarifs utilisateur final et l'évènement ou les événements donnant lieu à la facturation des tarifs utilisateur final dans la direction normale du texte de la publicité signifie généralement que ceux-ci doivent être indiqués horizontalement, mais si une annonce publicitaire est par exemple représentée à la diagonale ou à l'envers sur une feuille, le tarif utilisateur final et l'évènement ou les évènements donnant lieu à l'application du tarif utilisateur final doivent également être indiqués respectivement en diagonale ou à l'envers.

L'article 26 fixe des règles générales pour la mention du numéro payant. L'article 26 tient tout particulièrement à éviter que l'annonceur ne trompe l'utilisateur final en affichant par exemple un numéro payant du type « 0903 ABCDE » comme un numéro « 09 03ABCDE », donnant à tort l'impression que l'utilisateur final doit appeler un numéro (nettement moins onéreux) de la zone de numéros géographique '09' de Gand.

L'article 27 regroupe d'autres informations devant figurer dans chaque publicité en regard des tarifs utilisateur final et du numéro payant. Concernant cette information, la norme appliquée est également que l'utilisateur final ne doive pas mener une enquête minutieuse afin de comprendre la signification de ces mentions. L'exigence à l'article 27, § 1er, dernier alinéa relative à la taille suffisante des caractères écrits dépend du support utilisé : ce qui est suffisamment grand sur une page de journal n'est manifestement pas assez grand sur un panneau publicitaire de 3 mètres sur 4 disposé le long de la voie publique.

Les articles 28 et 29 déterminent des règles complémentaires pour tous les services d'abonnement. L'objectif de l'article 28 est que le mot 'abonnement' ou 'service d'abonnement' apparaisse au premier plan dans la publicité. L'objectif de l'article 29 est que l'utilisateur final soit explicitement informé des caractéristiques du service d'abonnement. Si l'abonnement est reconduit tacitement, les mentions introduites par la loi du 25 avril 2007, portant modification de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, concernant la reconduction tacite des contrats à durée déterminée, doivent être indiquées dans la publicité et dans le SMS de confirmation de la souscription à un service de messagerie payant (voir plus loin article 33).

de abonnee. Omdat het KB Nummering het mogelijk maakt dat de inschrijvings-SMS of -MMS een eindgebruikerstarief heeft dat hoger ligt dan het standaardtarief voor het verzenden van SMS'en of MMS'en, moet de reclame dit tarief apart vermelden.

Artikel 21, 3°, viseert in hoofdzaak de zogenaamde Pull-diensten in de mobiele sector, waarbij eenmalige informatie of een dienst die een geheel vormt om technische of andere redenen toch via verschillende SMS'en of MMS'en wordt geleverd. Zo komt het bijvoorbeeld voor dat er voor de levering van een individueel logo verschillende SMS'en of MMS'en moeten worden uitgewisseld. Artikel 21, 3°, wil dat in dat geval de totaalprijs aangegeven wordt voor het verkrijgen van het logo (en het aantal te verzenden of ontvangen berichten) en niet de prijs van een individuele SMS of MMS van de uit te wisselen SMS- of MMS-serie.

In het bijzonder in het kader van artikel 21, 2° en 3°, dient erop gewezen worden dat de afwijking van artikel 20 niet slaat op artikel 20, laatste lid, dat dienstenaanbieders verbiedt hogere eindgebruikerstarieven te vermelden dan de maxima opgenomen in het KB Nummering.

Artikel 21, 4°, tot slot wenst aan te geven dat indien deelname aan een spel, wedstrijd of quiz impliceert dat de eindgebruiker een reeks van berichten moet sturen, het niet volstaat om het eindgebruikerstarief per bericht te vermelden, maar men ook de totaalprijs voor deelname aan een spelsessie (begrip dat gedefinieerd wordt in artikel 1, 10°) moet vermelden. Zo kan het bijvoorbeeld zijn dat de eindgebruiker om in aanmerking te komen voor winst verbonden aan deelname aan een quiz driemaal per SMS die aangerekend wordt aan € 1 per bericht een antwoord moet sturen op een vraag. In dat geval dient naast de vermelding van € 1 per verzonden bericht ook de totaalprijs van 3 euro vermeld te worden.

De artikelen 22 tot en met 25 schrijven voor hoe en hoe vaak het eindgebruikerstarief, dat in toepassing van artikel 20 of 21 in de reclame vermeld moet worden, in verschillende situaties moet gegeven worden.

Het idee dat aan de basis ligt van artikel 22 is dat, indien de eindgebruikerstarieven op geschreven wijze vermeld worden, de karaktertekens van dien aard moeten zijn dat geen minutieus onderzoek nodig is om de betekenis van de geschreven vermelding te vatten. De vereiste van duidelijkheid van de vermelding houdt in dat een voldoende lettergrootte gebruikt wordt, dat er voldoende onderscheiding van de tekst is tegen de achtergrond, enzovoort.

De verplichting in het laatste lid van artikel 22 om de eindgebruikerstarieven en de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geven tot de aanrekening van de eindgebruikerstarieven te vermelden in de normale richting van de tekst van de reclame betekent doorgaans dat deze horizontaal moeten vermeld worden, maar indien een reclame-advertentie bijvoorbeeld diagonaal of ondersteboven op een blad wordt weergegeven, dan moeten het eindgebruikerstarief en de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geven tot de toepassing van het eindgebruikerstarief ook respectievelijk diagonaal en ondersteboven vermeld worden.

Artikel 26 stelt algemene regels vast voor het vermelden van het betaalnummer. Artikel 26 wil in het bijzonder vermijden dat de adverteerder de eindgebruiker misleidt door bijvoorbeeld een betaalnummer van het type « 0903 ABCDE » weer te geven als een nummer « 09 03ABCDE », waarbij ten onrechte de indruk gewekt wordt dat de eindgebruiker een (veel goedkoper) nummer uit de geografische nummerzone '09' van Gent moet oproepen.

Artikel 27 groepeert de andere informatie, die, naast de eindgebruikerstarieven en het betaalnummer, in elke reclame dient te verschijnen. Ook wat betreft deze informatie is het de norm dat de eindgebruiker geen minutieus onderzoek moet voeren om de betekenis van die vermeldingen te vatten. De vereiste in artikel 27, § 1, laatste lid, in verband met de voldoende grootte van de geschreven karaktertekens is afhankelijk van het gebruikte medium : wat voldoende groot is op een krantenpagina is manifest niet voldoende groot op een reclamepaneel van 3 op 4 meter opgesteld langs de openbare weg.

De artikelen 28 en 29 stellen aanvullende regels vast voor alle abonnementsdiensten. Artikel 28 wil dat het woord 'abonnement' of 'abonnementsdienst' op prominente wijze voorkomt in de reclame. Artikel 29 wil dat de eindgebruiker expliciet geïnformeerd wordt over de kenmerken van de abonnementsdienst. Indien het abonnement stilzwijgend wordt verlengd, dienen de vermeldingen ingevoerd door de wet van 25 april 2007 tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en de bescherming van de consument, betreffende de stilzwijgende verlenging van overeenkomsten van bepaalde duur, vermeld te worden in de reclame en in de bevestigings-SMS van de inschrijving op een betalende berichtendienst (zie verder artikel 33).

L'article 30 impose des règles similaires vis-à-vis des services d'alerte.

Le Chapitre 7, composé des articles 31 à 41, reprend tout d'abord les règles relatives à la souscription et à la désinscription des directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS, y compris la mise à jour 1/2008 de ces directives, qui institue pour les services d'abonnement une procédure qualifiée de double procédure opt in.

L'article 31 exige entre autres que « l'existence ou non du droit de rétractation prévu par la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur soit également expliqué dans la publicité. L'article 31, 3° renvoie ainsi à la réglementation à présent comprise dans les articles 45 et suivants de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. Cette réglementation implique entre autres aussi qu'en l'absence de droit de rétractation, le prestataire de services doit aussi l'indiquer effectivement (voir l'article 45, 6° et 46, § 1, 3°, de la loi du 6 avril 2010) et que, si le prestataire de services n'a pas averti le consommateur de l'absence d'un droit de renonciation, le consommateur dispose d'un délai de renonciation de 3 mois (art. 47, § 2, de la loi du 6 avril 2010).

L'article 32 impose la règle essentielle qu'un service de messagerie payant, qui est souvent organisé à l'aide de SMS et de MMS dont la réception est payante pour l'utilisateur final, ne peut débuter qu'après que l'utilisateur final ait souscrit ou ait parcouru une procédure de commande claire (avec une souscription pour recevoir une série de SMS ou MMS à payer à la réception).

Pour la souscription à des services d'abonnement, qui impliquent un engagement pour une période donnée, il est précisé, en ligne avec l'auto-régulation du secteur actuellement applicable, que l'envoi d'un SMS de souscription n'est pas suffisant, mais qu'une procédure de « double opt-in » (ou une procédure de confirmation de la souscription) doit être suivie. En d'autres termes, l'utilisateur final doit confirmer sa souscription à un service d'abonnement. Les étapes suivantes doivent être suivies dans le cadre de cette procédure :

1. Un « premier opt-in » d'une manière expliquée dans la publicité. Cette demande de souscription peut se faire par SMS, MMS, WEB, IVR (Interactive Voice Response), WAP, iDTV ou à l'aide d'un document signé.

2. Ensuite, un message de confirmation avec un format fixe doit toujours être envoyé à l'utilisateur final. Le format déterminé dans le présent arrêté a été repris des directives GOF, mise à jour 1/2008, établi par le GOF (association des trois opérateurs mobiles en Belgique) et le Forum WASP (association d'un certain nombre de fournisseurs importants communément appelés « wireless access service providers », ce sont des entreprises qui sont liées avec la centrale SMSC/MMSC des opérateurs (mobiles) afin de permettre le tri des SMS entre l'entreprise qui crée, organise et commercialise le contenu rédactionnel, l'opérateur et l'utilisateur final). Le présent arrêté explique en outre que le texte du message standard doit être affiché « en continu », autrement dit, le texte du message ne peut pas être séparé en ajoutant des espaces ou en appliquant d'autres méthodes qui font en sorte que certaines informations sur le service d'abonnement, qui devraient normalement apparaître sur l'écran du GSM de l'utilisateur final, n'apparaissent pas immédiatement (ex. l'introduction d'espaces pour la partie du message standard sur l'abonnement, obligeant ainsi l'utilisateur final à faire défiler son écran vers le bas pour prendre connaissance de cette information).

3. Dans une troisième étape, l'utilisateur final doit confirmer sa souscription en renvoyant par SMS le mot-clé qui a été donné dans le message standard vers le short code (« confirmation opt-in »). Il est important de souligner qu'en application de l'article 32, § 2, alinéa 3, 3°, aucun autre mot que le mot-clé n'est considéré comme un opt in valable.

Le règlement des Directives GOF relatives au double opt-in pour les services d'abonnement est explicitement étendu dans le présent arrêté aux services d'alerte, car au niveau du fonctionnement, ils sont pratiquement identiques aux services d'abonnement (une souscription est également requise, des numéros 9XXX sont également utilisés, et cetera; seule la fréquence de la fourniture du service d'alerte n'est pas prévisible).

La commande de produits ou de services via un numéro court SMS ou MMS payant, lorsque le service est conçu de telle sorte que l'achat complet du service nécessite la réception de deux ou plusieurs SMS ou MMS est réglée à l'article 32, § 3. Le problème posé par ces services est qu'un utilisateur final est souvent attiré par un tel service car il croit qu'en envoyant un SMS ou un MMS et en recevant un SMS ou un MMS, il reçoit le produit ou le service, qu'il pensait commander, alors qu'en réalité il doit par exemple recevoir trois SMS et/ou MMS pour recevoir sa commande. La procédure de commande explicite prévue à l'article 32, § 3, et le SMS de confirmation prévu à l'article 33 ont pour but de mieux faire prendre conscience à l'utilisateur final du contenu et du prix de sa commande.

Artikel 30 legt gelijkaardige regels op ten aanzien van alarmdiensten.

Hoofdstuk 7, bestaande uit de artikelen 31 tot en met 41, neemt in eerste instantie de regels in verband met de inschrijving en de uitschrijving over van de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS/LBS-diensten, met inbegrip van update 1/2008 van die richtlijnen, die voor abonnementsdiensten een zogenaamde dubbele opt-in-procedure instelt.

Artikel 31 vereist onder meer dat ook « het al dan niet bestaan van het herroepingsrecht waarin de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming voorziet » uiteengezet wordt in de reclame. Artikel 31, 3°, verwijst daarmee naar de regeling die thans opgenomen is in de artikelen 45 en volgende van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming. Deze regeling impliceert onder meer ook dat als er geen herroepingsrecht is, de dienstenaanbieder dit ook daadwerkelijk moet vermelden (zie artikel 45, 6° en 46, § 1, 3°, van de wet van 6 april 2010) en dat indien de dienstenaanbieder de consument niet verwittigd heeft van de ontstentenis van een verzakingsrecht, de consument beschikt over een verzakingstermijn van 3 maanden (art. 47, § 2 van de wet van 6 april 2010).

Artikel 32 legt de essentiële regel op dat een betalende berichtendienst, die vaak georganiseerd wordt aan de hand van SMS'en of MMS'en, waarvan de ontvangst betalend is voor de eindgebruiker, pas mag van start gaan nadat de eindgebruiker zich heeft ingeschreven of een duidelijke bestelprocedure (met een inschrijving om een reeks bij ontvangst te betalen SMS'en of MMS'en te ontvangen) heeft doorlopen.

Voor de inschrijving op abonnementsdiensten, die een engagement voor een welbepaalde periode impliceren, wordt, in lijn met de thans toepasselijke zelfregulering van de sector, bepaald dat het verzenden van één inschrijvings-SMS niet voldoende is, maar dat er een « dubbele opt-in »-procedure (of een procedure van bevestiging van inschrijving) gevolgd moet worden. Dit betekent dat de eindgebuiker zijn inschrijving voor een abonnementsdienst dient te bevestigen. In het kader van deze procedure moeten de volgende stappen doorlopen worden :

1. Een « eerste opt-in » op een in de reclame uiteengezette wijze. Deze aanvraag tot inschrijving kan gebeuren via SMS, MMS, web, IVR (Interactive Voice Response), WAP, iDTV of door middel van een ondertekend document.

2. Vervolgens dient er steeds een bevestigingsbericht aan de eindgebruiker te worden verstuurd, dat een vast formaat heeft. Het formaat dat in het huidige besluit verankerd wordt, werd overgenomen uit de GOF-richtlijnen, update 1/2008, dat opgesteld werd door het GOF (vereniging van de drie mobiele operatoren in België) en het WASP Forum (vereniging van een aantal belangrijke zogenaamde « wireless access service providers », dit zijn bedrijven die verbonden zijn met de SMSC/MMSC-centrale van de (mobiele) operatoren met het oog op de mogelijkheid van sortering van SMS'en tussen het bedrijf dat de redactionele inhoud creëert, organiseert en commercialiseert, de operator en de eindgebruiker). Dit besluit verduidelijkt verder dat de tekst van het standaardbericht « aaneensluitend » moet worden weergegeven, wat wil zeggen dat de tekst van het bericht niet uit elkaar mag worden getrokken door spaties toe te voegen of andere methodes toe te passen die ervoor zorgen dat bepaalde informatie over de abonnementsdienst, die normaliter op het scherm van de gsm van de eindgebruiker zou verschijnen, niet onmiddellijk verschijnt (b.v. het invoeren van spaties vóór het deel van het standaardbericht over de abonnementsprijs, waardoor de eindgebruiker naar beneden moet scrollen om kennis te nemen van deze informatie).

3. In een derde stap dient de eindgebuiker zijn inschrijving te bevestigen door via SMS het sleutelwoord dat gegeven werd in het standaardbericht terug te sturen naar de short code (« opt-in-bevestiging »). Het is van belang te onderstrepen dat in toepassing van artikel 32, § 2, derde lid, 3°, geen enkel ander woord dan het sleutelwoord als een geldige opt-in beschouwd wordt.

De regeling van de GOF Guidelines in verband met de dubbele opt-in voor abonnementsdiensten wordt in dit besluit expliciet uitgebreid naar de alarmdiensten, omdat deze qua werking bijna identiek zijn aan abonnementsdiensten (er is eveneens een inschrijving vereist, er worden ook 9XXX- nummers gebruikt, enzovoort; alleen de frequentie van de levering van de alarmdienst is niet voorspelbaar).

De bestelling van producten of diensten via een betalend SMS of MMS korte nummer, waarbij de dienst zodanig is opgezet dat voor een volledig afname van de dienst de ontvangst van twee of meer SMS'en of MMS'en nodig is wordt geregeld in artikel 32, § 3. Het probleem bij dergelijke diensten is dat een eindgebruiker vaak naar een dergelijke dienst wordt gelokt met het idee dat hij door één SMS of MMS te verzenden en één SMS of MMS te ontvangen het product of de dienst krijgt, die hij meende te bestellen, terwijl hij in werkelijkheid bijvoorbeeld drie SMS'en of MMS'en moet ontvangen om zijn bestelling te krijgen. De expliciete bestelprocedure voorzien in artikel 32, § 3 en de gratis bevestigingsSMS voorzien in artikel 33 hebben tot doel de eindgebruiker beter bewust te maken van de inhoud en de prijs van zijn bestelling.

La souscription ou la commande de tous les services de messagerie payants, y compris les services d'abonnement ou d'alerte, est confirmée via un (ou, si nécessaire, plusieurs) SMS gratuit(s) qui comprend (comprennent) les informations énumérées à l'article 33.

L'article 34 institue une inversion de la charge de la preuve, ainsi qu'un régime relatif aux cas où aucune preuve de souscription ou de commande ne peut être apportée. L'objectif visé par l'alinéa 3 est que les prestataires de services constituent des log files avec :

- des informations sur les numéros entre lesquels des messages ont été échangés,

- le « timestamp » de ces messages, et

- le contenu de ces messages.

Le « moment précis de la remise du message » (article 34, alinéa 3, 5°) signifie le timestamp de la « notification d'arrivée ».

L'article 35 vise à l'exécution immédiate de la désinscription. L'envoi de messages à payer à la réception à l'attention de l'utilisateur final qui a déclaré vouloir se désinscrire est inadmissible.

L'article 36 relatif à la commande 'STOP' comme mot-clé qui doit en tous les cas aboutir à l'arrêt du service, est dans son principe également basé sur les règles de l'industrie, fixées dans les directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS. La différence entre la réglementation des § 2 et § 3 est que l'envoi de 'STOP' + un mot-clé met fin au service auquel ce mot-clé est lié mais que, contrairement à un STOP sans mot-clé, tous les autres services éventuels qui utilisent le numéro payant en question, continuent.

L'article 36, § 4, vise à indiquer qu'une orthographe erronée comme par exemple « (espace) STOP », « sToP », « TSOP », des mots-clés erronés, etc doit être interprétée par le prestataire de services comme « STOP » et/ou une demande valable de désinscription au service concerné.

L'article 37 relatif à la confirmation de la désinscription est la disposition miroir' de l'article 33 qui portait sur la confirmation de la souscription.

Le but de l'article 38 est de veiller à ce que la désinscription reste toujours possible par SMS (en plus de par MMS).

L'article 39 vise entre autres à régler la problématique du changement du titulaire du numéro d'appel, depuis lequel les services de messagerie payants ont été activés par l'ancien titulaire. La base de cette mesure préventive est la pratique standard chez les opérateurs mobiles de ne pas attribuer un numéro d'appel à un nouveau client avant l'expiration d'une période de trois mois après que l'ancien client ait renoncé à son numéro.

L'article 40 impose un régime qui doit être observé lorsque le prestataire de services veut modifier les dispositions et les conditions d'un service d'alerte ou d'abonnement (ex. la fréquence des messages) Ce régime est délibérément plus souple que celui d'une souscription (car l'on considère que seule une ou quelques composantes du service changent) mais garantit en même temps aussi que personne ne soit contraint à continuer à acheter le service aux conditions modifiées.

L'article 41 vise la cessation d'un service payant par le prestataire de services et illustre donc une autre forme de cessation d'un service de messagerie payant (voir le titre de cette section).

L'article 42 établit un lien avec le respect de certains principes de la loi sur la protection de la vie privée. La Commission pour la protection de la vie privée a établi comme jurisprudence constante que les numéros de téléphone utilisés par les utilisateurs finals sont considérés comme des données à caractère personnel au sens de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée et à l'égard des traitements de données à caractère personnel. En application des dispositions de l'article 42, il est par exemple également interdit de contacter les utilisateurs finals, qui ont souscrit un service de messagerie payant défini pour les inviter à prendre part à un autre service de messagerie payant (même pas à l'aide d'un message SMS gratuit (un SMS appelé 'SMS incitatif')), s'ils n'ont pas donné leur consentement formel, préalable et informé. Cette pratique n'est plus du tout autorisée pour la désinscription à un service.

De inschrijving op of de bestelling van alle betalende berichtendiensten, met inbegrip van abonnements- of alarmdiensten, wordt bevestigd via één (of, indien nodig, meerdere) gratis SMS-bericht(en), die de informatie bevat(ten) die opgesomd wordt in artikel 33.

Artikel 34 stelt een omkering van de bewijslast in, alsmede een regeling met betrekking tot gevallen waarin er toch geen bewijs van inschrijving of bestelling geleverd kan worden. De bedoeling van het derde lid is dat de dienstenaanbieders logfiles aanleggen met :

- informatie over de nummers waartussen berichten werden uitgewisseld,

- de « time stamp » van die berichten, en

- de inhoud van die berichten.

Met het « precieze tijdstip van het afleveren van het bericht » (artikel 34, derde lid, 5°) wordt de time stamp van de « delivery notification » bedoeld.

Artikel 35 wil dat de uitschrijving ogenblikkelijk uitgevoerd wordt. Het verzenden van bij ontvangst te betalen berichten naar de eindgebruiker die te kennen gegeven heeft zich te willen uitschrijven, is uit den boze.

Artikel 36 met betrekking tot het 'STOP'-commando als sleutelwoord dat in alle gevallen moet leiden tot de stopzetting van de dienst, is qua principe eveneens gebaseerd op de regels van de industrie, vastgelegd in de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS/LBS-diensten. Het verschil tussen de regeling in § 2 en § 3 is dat de verzending van 'STOP' + een sleutelwoord de dienst stopzet waaraan dat sleutelwoord is gekopppeld maar dat, in tegenstelling tot een STOP zonder sleutelwoord, alle andere eventuele diensten die gebruikmaken van het betrokken betaalnummer blijven doorlopen.

Artikel 36, § 4, wenst aan te geven dat foute spelling zoals « (spatie) STOP », « sToP », « TSOP », verkeerde sleutelwoorden, enzovoort door de dienstenaanbieder dienen geïnterpreteerd te worden als « STOP » en/of een geldig verzoek tot uitschrijving uit de betrokken dienst.

Artikel 37 met betrekking tot de bevestiging van de uitschrijving is een spiegelbepaling van artikel 33 dat betrekking had op de bevestiging van de inschrijving.

De bedoeling van artikel 38 is ervoor te zorgen dat uitschrijven ook steeds via het SMS-kanaal (naast het MMS-kanaal) kan gebeuren.

Artikel 39 beoogt onder meer de problematiek te regelen van de wijziging van de titularis van het oproepnummer, van waaruit door de voormalige titularis betalende berichtendiensten werden geactiveerd. Grondslag voor deze preventieve maatregel is de standaardpraktijk bij de mobiele operatoren om een oproepnummer niet aan een nieuwe klant toe te kennen vóór het verstrijken van een periode van drie maanden nadat de vroegere klant van zijn nummer heeft afgezien.

Artikel 40 legt een regeling op die nageleefd moet worden wanneer de dienstenaanbieder de essentiële bepalingen en voorwaarden van een alarm- of abonnementsdienst (b.v. de prijs of frequentie van de boodschappen) wil wijzigen. Deze regeling is bewust soepeler dan die van een inschrijving (omdat ervan uitgegaan wordt dat maar één of enkele componenten van de dienst wijzigen) maar garandeert tegelijkertijd ook dat niemand gedwongen wordt om de dienst verder af te nemen onder de gewijzigde voorwaarden.

Artikel 41 viseert de beëindiging van een betalende dienst door de dienstenaanbieder en is dus een voorbeeld van een andere vorm van beëindiging van een betalende berichtendienst (zie de titel van deze afdeling).

Artikel 42 legt een link met de naleving van bepaalde principes van de privacywet. Het is vaste rechtspraak van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer dat de telefoonnummers die door eindgebruikers worden gebruikt beschouwd worden als persoonsgegevens in de zin van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens. In toepassing van de bepalingen van artikel 42 is het bijvoorbeeld verboden om eindgebruikers, die zich ingeschreven hebben voor een bepaalde betalende berichtendienst,te contacteren om hen uit te nodigen om deel te nemen aan een andere betalende berichtendienst (zelfs niet door middel van een gratis SMS-bericht (een zogenaamde 'teasing-SMS')), indien zij niet uitdrukkelijk, voorafgaandelijk en op geïnformeerde wijze daarmee hebben ingestemd. Bij uitschrijving uit een dienst is deze praktijk totaal niet meer toegestaan.

Le but de l'article 43 est entre autres que les prestataires de services appliquent les procédures nécessaires afin de fournir des messages texte échangés dans le cadre du service à la Commission d'éthique et à d'autres autorités de contrôle, afin d'examiner l'exactitude des plaintes et le respect des exigences légales. Les messages non payants doivent également être sauvegardés et figurer dans les listes de trafic et de contenu du prestataire de services, entre autres parce que le présent arrêté impose un certain nombre d'obligations pour envoyer des messages non payants ou parce que le présent arrêté interdit l'envoi de 'SMS incitatifs' dans certaines circonstances.

Le Chapitre 9 comprend,des articles 44 à 49, plusieurs règles générales sur le fonctionnement d'un service payant. Le régime élaboré à l'article 49 vise principalement à veiller à l'utilisation correcte des fameux dialers Internet. L'objectif poursuivi est entre autres qu'après chaque session internet où il a été surfé à l'aide d'un procédé impliquant un numéro payant, l'on revienne à la méthode normale utilisée par l'utilisateur final pour accéder à Internet.

L'article 50 établit clairement que différentes sections du Chapitre 10 peuvent être d'application à une catégorie donnée de service payant.

L'article 51 traite des services payants qui utilisent des SMS et des MMS taxés à l'arrivée.

L'article 51 exige que chaque message SMS ou MMS taxé à l'arrivée indique le numéro court lié au service pour que l'utilisateur final sache clairement que des frais sont facturés à la réception du message.

La section 3 du Chapitre 10 comprend, des articles 52 à 56, les exigences à remplir par les services payants destinés aux mineurs d'âge. L'article 53 est en partie basé sur les règles de conduite particulières en matière de publicité bancaire et de marketing s'adressant aux jeunes issues du Code de conduite de l'Association belge des Banques et des Sociétés de bourse. L'article 54 vise à requérir un avertissement dans les textes publicitaires, qui peut par exemple prendre la forme suivante : « Mineur d'âge ? Demande l'autorisation à tes parents ». L'article 55 introduit une mesure préventive pour éviter que les budgets des ménages soient trop rapidement grevés par des appels vers des services payants, même si ceux-ci sont appropriés pour les mineurs d'âge. L'article 56 interdit d'offrir des services payants destinés aux mineurs d'âge via des (logiciels de)dialers.

La Section 4 du Chapitre 10, composée des articles 57 à 71, détermine une série de règles pour les applications principalement offertes dans les médias et le secteur du divertissement (jeux, concours et quiz). Une partie de ces applications est actuellement déjà régulée en se fondant sur le Chapitre IV/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. Afin d'éviter toute incertitude sur le régime correct d'application, l'article 57 stipule que les obligations de cette section du présent arrêté ne sont pas d'application aux jeux visés au Chapitre IV/2 de la loi du 7 mai 1999. Y fait toutefois exception, l'obligation de l'article 71 sur la retransmission éventuelle, au sujet de laquelle il ne peut pas y avoir de confusion ou d'incertitude car une règle similaire n'est pas comprise dans le Chapitre en question de la loi du 7 mai 1999. Dans beaucoup de cas, le règlement constitue un élément essentiel dans le cadre de jeux, concours et quiz. L'article 58 précise, par analogie avec l'article 14, que ce règlement doit pouvoir être consulté librement et en permanence et qu'un utilisateur final doit être mis gratuitement en possession du règlement sur papier ou sur un autre support durable (ce dernier implique que le règlement doit pouvoir être téléchargé). Les articles 61 à 63 introduisent un règlement spécifique pour les jeux, concours ou quiz, suivant lequel l'utilisateur final doit envoyer plus d'une fois une réponse ou une autre information au prestataire de service pour avoir une chance de remporter un prix. La procédure d'accès à ce type de jeux implique l'envoi d'un mot-clé au numéro court SMS ou MMS utilisé pour le service (article 61). L'accès à des jeux, concours et quiz au sens de ces articles n'est donc pas soumis à une souscription et ces services ne doivent par conséquent pas être fournis sous des numéros courts SMS ou MMS de la série 9XXX. Toutefois, par analogie au règlement pour les services de messagerie payants, un message de confirmation doit être envoyé entre l'envoi du mot-clé et la première question posée (article 62). L'article 63 enfin introduit le principe fondamental qu'une nouvelle question ne peut être posée que si une réponse a été donnée à la question précédente (ce qui est déjà connu comme le principe : « 1 SMS-MO = 1 SMS-MT », où « MO » signifie « Mobile Originated », c'est-à-dire au départ du téléphone mobile de l'utilisateur final et « MT » signifie « Mobile Terminated », c.-à-d. reçu par un téléphone mobile). Le mécanisme d'avertissement inséré à l'article 66 s'inspire de mécanismes similaires qui sont intégrés dans le Code of Practice irlandais de Regtel. Le mécanisme vise entre autres à embrasser la lutte contre la dépendance au jeu, ou tout au moins à attirer l'attention sur les

Artikel 43 wil onder meer dat dienstenaanbieders de nodige procedures toepassen om tekstberichten die uitgewisseld werden in het kader van de dienst te kunnen bezorgen aan de Ethische Commissie en andere controle-instanties, om de correctheid van klachten en de naleving van wettelijke vereisten te kunnen onderzoeken. Ook niet-betalende berichten moeten opgeslagen worden en voorkomen in de traffic- en content-lijsten van de dienstenaanbieder, onder meer omdat dit besluit een aantal verplichtingen oplegt om niet-betalende berichten te verzenden of omdat dit besluit het verzenden van 'teasing-SMS'en' in bepaalde omstandigheden verbiedt.

Hoofdstuk 9, gaande van de artikelen 44 tot en met 49, bevat diverse algemene regels over de werking van een betalende dienst. De regeling in artikel 49 is hoofdzakelijk uitgewerkt met het oog op het correcte gebruik van zogenaamde internetdialers. De bedoeling is onder meer dat er na elke internetsessie waarmee er gesurft werd via een procédé waarin een betaalnummer betrokken is, teruggekeerd wordt naar de normale methode van de eindgebruiker om toegang te verkrijgen tot het internet.

Artikel 50 maakt duidelijk dat verschillende afdelingen van Hoofdstuk 10 van toepassing kunnen zijn op één welbepaalde categorie van betalende dienst.

Artikel 51 handelt over betalende diensten die gebruikmaken van reverse charged SMS'en of MMS'en.

Om de eindgebruiker duidelijk te maken dat er bij ontvangst van het bericht kosten aangerekend worden, vereist artikel 51 dat elk reverse charged SMS- of MMS-bericht het korte nummer vermeldt dat aan de dienst gekoppeld is.

Afdeling 3 van hoofdstuk 10, gaande van de artikelen 52 tot en met 56, bevat de vereisten waaraan betalende diensten bestemd voor minderjarigen moeten voldoen. Artikel 53 is deels gebaseerd op de bijzondere gedragsregels inzake bankreclame en -marketing gericht op jongeren uit de Gedragscode van de Belgische Vereniging van Banken en Beursvennootschappen. De bedoeling van artikel 54 is te komen tot een waarschuwing in reclameteksten, die bijvoorbeeld de volgende vorm kan aannemen : « Minderjarig? Vraag toestemming aan je ouder(s) ». Artikel 55 voert een preventieve maatregel in om te vermijden dat gezinsbudgetten al te snel bezwaard worden door oproepen naar betalende diensten, ook al zijn deze diensten geschikt voor minderjarigen. Artikel 56 verbiedt betalende diensten die bestemd zijn voor minderjarigen aan te bieden via dialers(software).

Afdeling 4 van hoofdstuk 10, bestaande uit de artikelen 57 tot en met 71, legt een reeks regels vast voor toepassingen die voornamelijk aangeboden worden in de media- en entertainmentsector (spelletjes, wedstrijden en quizzen). Een deel van deze toepassingen is momenteel al gereguleerd op basis Hoofdstuk IV/2 van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers. Om onzekerheid over het juiste toepasselijke stelsel te vermijden, bepaalt artikel 57 dat de verplichtingen van deze afdeling van het huidige besluit niet van toepassing zijn op de spelen bedoeld in Hoofdstuk IV/2 van de wet van 7 mei 1999. Een uitzondering betreft de verplichting van artikel 71 over de eventuele heruitzending, waaromtrent geen verwarring of onzekerheid mogelijk kan zijn omdat een soortgelijke regel niet opgenomen is in het betrokken Hoofdstuk van wet van 7 mei 1999. Een essentieel element in het kader van spelletjes, wedstrijden en quizzen is in vele gevallen het reglement. Artikel 58 preciseert, naar analogie van artikel 14, dat dat reglement vrij en permanent raadpleegbaar moet zijn en dat een eindgebruiker gratis in het bezit dient gesteld te worden van het reglement op papier of op een andere duurzame drager (dit laatste impliceert dat het reglement moet kunnen worden gedownload). De artikelen 61 tot en met 63 voeren een specifieke regeling in voor spelletjes, wedstrijden en quizzen, waarbij de eindgebruiker meer dan één maal een antwoord of een andere informatie moet versturen naar de dienstenaanbieder om uiteindelijk kans te maken op een prijs. De toegangsprocedure tot dergelijke spelletjes impliceert het verzenden van een sleutelwoord naar het SMS of MMS kort nummer dat voor de dienst gebruikt wordt (artikel 61). De toegang tot spelletjes, wedstrijden en quizzen in de zin van deze artikelen is dus niet onderworpen aan een inschrijving, waardoor deze diensten ook niet aangeboden moeten worden onder SMS of MMS korte nummers uit de 9XXX-reeks. Wel moet er, naar analogie met de regeling voor de betalende berichtendiensten tussen de verzending van het sleutelwoord en het stellen van de eerste vraag een bevestigingsbericht gestuurd worden (artikel 62). Artikel 63 tot slot bouwt het fundamentele beginsel in dat er pas een nieuwe vraag gesteld mag worden als er een antwoord gegeven is op de vorige vraag (dit staat ook gekend als het principe : « 1 SMS-MO = 1 SMS-MT », waarbij « MO » staat voor « Mobile Originated », d.w.z. vertrekkende van de mobiele telefoon van de eindgebruiker en « MT » staat voor « Mobile Terminated », d.w.z. ontvangen door een mobiele telefoon). Het waarschuwingsmechanisme ingebouwd in artikel 66 is

implications financières liées au fait de jouer de manière excessive.

La collecte de fonds, qui généralement se fait aussi par le biais des médias, est régulée de l'article 72 à 74 (Section 5 du Chapitre 10).

L'AR Numérotation du 27 avril 2007 prévoit chaque fois dans ses articles 50 et 71 une série de numéros (à savoir la série 0909 et la série 4XXX) sous laquelle il est possible de facturer un tarif utilisateur final de maximum 31 euros. Ce plafond a été choisi pour des raisons fiscales, à savoir pour permettre une déduction fiscale d'un don effectué via un numéro payant.

En conséquence logique (et pour éviter tout abus), l'article 72 autorise en principe l'utilisation d'un numéro payant pour la collecte de fonds uniquement pour les institutions auxquelles des dons fiscalement déductibles peuvent être versés comme légalement stipulé. Ces institutions auxquelles des dons fiscalement déductibles peuvent être versés sont soit des institutions reprises dans la loi (fiscale), soit des institutions reconnues dans une des catégories conformément à l'article 104, 3° à 5° du Code des impôts sur les revenus 1992.

La reconnaissance par le(s) ministre(s) compétent(s) conformément aux articles 57 à 60 de l'arrêté royal du 27 août 1993 d'exécution du Code des impôts sur les revenus 1992 n'étant parfois pas possible avant qu'une action de collecte des fonds ne débute réellement (ex. collecte de fonds pour les victimes d'une catastrophe naturelle soudaine), ou parce qu'une collecte de fonds procède à l'aide de plus petits versements (ex. à l'aide de micros-paiements d'un euro), l'article 72 prévoit que le ministre qui a les matières concernant les communications électroniques dans ses attributions puisse faire une exception. Pour le premier cas, l'exception vaut en principe jusqu'à ce que l'institution concernée ait reçu une reconnaissance conformément aux procédures ad hoc du droit fiscal.

Toutefois, la collecte de fonds peut également prendre la forme d'une loterie ou d'une tombola. Dans ce cas, l'article 72, alinéa 2, exige l'observation de la loi du 31 décembre 1851 sur les loteries avant qu'un numéro payant ne soit mis à disposition à cet effet. Ainsi, l'autorisation pour une loterie qui est exclusivement destinée à des œuvres charitables et qui est organisée et annoncée ou publiée dans plus d'une province (voir article 7 de la loi du 31 décembre 1851 sur les loteries) doit dans l'état actuel des choses être demandée auprès du SPF Intérieur.

L'article 73 vise à créer la transparence nécessaire en exigeant que la publicité indique, outre la mention du prix total de l'appel, conformément aux règles générales définies au Chapitre 6, également la partie du prix total indiquée qui est transférée pour l'objectif charitable (ou un autre objectif).

La Section 6 du Chapitre 10 (articles 75 et 76) détermine quelles conditions doivent être prises en considération, lorsqu'un avis est donné via des numéros payants. Par définition, un appel vers un service payant ne nécessite pas de contact physique ou de déplacement physique vers un centre de conseil. Pour néanmoins prévoir un certain degré de vérification de l'exactitude du service de conseil payant, l'article 75 exige que l'identité, le niveau et la compétence (ex. indiqué par des titres professionnels, comme 'expert-comptable') de la personne ou de l'organisation qui fournit le service soit indiquée dans la publicité. L'article 76 vise à veiller à ce que l'avis soit donné conformément à la déontologie des conseillers ou conformément à d'autres règles de conduite applicables au groupe professionnel concerné.

La section 7 du Chapitre 10, composée des articles 77 à 83, est d'application aux 'lignes roses' et aux services apparentés. Cette section prévoit une protection en plusieurs couches' afin d'éviter que les mineurs d'âge n'entrent en contact avec des services pouvant mettre en péril leur développement sain et équilibré en tant que personne. Il existe cependant encore d'autres mesures, comme le blocage des appels gratuit de services destinés spécifiquement à des majeurs, prévues à l'article 120 de la loi et l'arrêté ministériel du 12 décembre 2005, ainsi qu'aux articles 8, 2° et 3°, 10, et 18 du présent arrêté.

L'article 77, 1°, vise à établir clairement aux prestataires de services que, si le service chat permet d'avoir des conversations à connotation sexuelle ou érotique, le régime de la section 7 du Chapitre 10 est d'application et qu'ils doivent, en application de l'annexe, utiliser pour ce service un numéro issu des séries de numéros indiquées au point 1 de cette annexe.

geïnspireeerd op soortgelijke mechanismen die ingebouwd zijn in de Ierse Code of Practice van Regtel. Het mechanisme heeft onder meer ook tot doel om de strijd aan te binden tegen spelverslaving, of althans de aandacht te vestigen op de financiële implicaties van overdadig spelen.

De werving van fondsen, die meestal ook gebeurt via de media, wordt gereguleerd in de artikelen 72 tot en met 74 (afdeling 5 van hoofdstuk 10).

Het KB Nummering van 27 april 2007 voorziet in zijn artikelen 50 en 71 telkens in een nummerreeks (met name de 0909- en de 4XXX-reeks) waaronder het mogelijk is een eindgebruikerstarief van maximaal 31 euro aan te rekenen. Dit plafond werd gekozen om fiscale redenen, met name om een fiscale aftrek van een gift gedaan via een betaalnummer mogelijk te maken.

Als logisch gevolg hiervan (en om elk misbruik te voorkomen) wordt het gebruik van een betaalnummer voor de werving van fondsen in artikel 72 in principe enkel toegestaan voor instellingen waaraan fiscaal aftrekbare giften kunnen worden gestort zoals wettelijk bepaald. Deze instellingen waaraan fiscaal aftrekbare giften kunnen worden gestort zijn ofwel instellingen opgenomen in de (fiscale) wet ofwel erkende instellingen in één van de categorieën overeenkomstig artikel 104, 3° tot 5°, van het Wetboek van de Inkomstenbelastingen 1992.

Omdat de erkenning door de bevoegde minister(s) conform de artikelen 57 tot en met 60 van het koninklijk besluit van 27 augustus 1993 tot uitvoering van het Wetboek van de inkomstenbelastingen 1992 soms niet mogelijk is vooraleer een fundraisingactie daadwerkelijk van start gaat (b.v. fondsenwerving voor de slachtoffers van een plotse natuurramp) of omdat een fundraising te werk gaat met kleinere stortingen (bv. met microstortingen van één euro), bepaalt artikel 72 dat de minister die bevoegd is voor de aangelegenheden die de elektronische communicatie betreffen een uitzondering kan toekennen. Voor het eerste geval geldt de uitzondering in principe totdat de betrokken instelling een erkenning conform de geijkte procedures van het belastingrecht heeft gekregen.

Fundraising kan echter ook gebeuren in de vorm van een loterij of tombola. In dat geval vereist artikel 72, tweede lid, dat de wet van 31 december 1851 op de loterijen moet nageleefd worden vooraleer daarvoor een betaalnummer ter beschikking wordt gesteld. Zo moet de vergunning voor een loterij die uitsluitend bestemd is voor liefdadige werken en die georganiseerd en aangekondigd of gepubliceerd wordt in meer dan één provincie (zie artikel 7 van de wet van 31 december 1851 op de loterijen) in de huidige stand van zaken aangevraagd worden bij de FOD Binnenlandse Zaken.

Artikel 73 wenst de nodige transparantie te creëren door te vereisen dat de reclame, naast de vermelding van de totaalprijs van de oproep, overeenkomstig de algemene regels vastgelegd in Hoofdstuk 6, ook het deel van de totaalprijs vermeldt dat aan het goede (of andere) doel wordt overgemaakt.

In afdeling 6 van hoofdstuk 10 (artikelen 75 en 76) wordt bepaald welke voorwaarden in acht genomen moeten worden, wanneer er via betaalnummers advies gegeven wordt. Bij een oproep naar een betalende dienst is er per definitie geen fysiek contact of een fysieke verplaatsing naar een adviesverleningscentrum. Om toch een zekere mate van verifieerbaarheid van de correctheid van de betalende adviesdienst in te bouwen vereist artikel 75 dat de identiteit en het niveau en competentie (b.v. aangeduid door professionele titels, zoals 'accountant') van de persoon of de organisatie die de dienst verstrekt in de reclame wordt vermeld. Artikel 76 heeft tot doel ervoor te zorgen dat het advies wordt verstrekt conform de deontologie van de adviesverleners of conform andere op de betrokken beroepsgroep toepasselijke gedragsregels.

Afdeling 7 van hoofdstuk 10, bestaande uit de artikelen 77 tot en met 83, is van toepassing op de zogenaamde 'roze lijnen' en aanverwante diensten. Om te vermijden dat minderjarigen in aanraking komen met diensten die hun gezonde en evenwichtige ontwikkeling als persoon in het gedrang kunnen brengen, bouwt deze afdeling een bescherming in in meerdere lagen. Er bestaan echter nog andere maatregelen, zoals de gratis call barring van specifiek voor meerderjarigen bestemde diensten, waarvan sprake in artikel 120 van de wet en het ministerieel besluit van 12 december 2005, en de artikelen 8, 2° en 3°, 10, en 18 van dit besluit.

Artikel 77, 1°, is ingevoerd met als doel om dienstenaanbieders duidelijk te maken dat, indien de chatdienst het mogelijk maakt om seksueel of erotisch getinte gesprekken te voeren, het stelsel van afdeling 7 van hoofdstuk 10 van toepassing is en dat zij, in toepassing van de bijlage, voor deze dienst een nummer moeten gebruiken afkomstig uit de nummerreeksen vermeld in punt 1 van die bijlage.

Dans le fond, l'article 77, 2°, poursuit la même finalité. Bien qu'une conversation de nature sexuelle ou érotique n'ait pas nécessairement lieu dans le cadre des services de rencontre, il n'est, par analogie à l'article 4 de la loi du 9 mars 1993 tendant à réglementer et à contrôler les activités des entreprises de courtage matrimonial, pas approprié que des mineurs d'âge fassent appel à ce type de services.

Une première couche du modèle de protection des mineurs d'âge est une interdiction de faire de la publicité dans les médias s'adressant aux mineurs d'âge (ex. magazines scolaires ou revues et/ou sites Internet des mouvements de jeunesse). Cette interdiction est instituée par l'article 79. En cas de doute sur le public cible, aucune infraction au Code d'éthique ne doit être retenue en application du principe « in dubio pro reo »». La disposition n'est pas redondante avec l'article 8, 2°) (voir commentaire du Conseil d'Etat), car l'article 8, 2° ne traite que des services sexuels, alors que les services payants destinés aux majeurs peuvent également inclure d'autres services qui ne sont pas appropriés pour les mineurs d'âge, comme des jeux de hasard, et l'article 8, 2° traite de l'offre du service, alors que l'article 79 traite de la publicité.

Une deuxième couche implique que la publicité pour les services payant destinés spécifiquement aux majeurs ne peut fourvoyer personne sur le fait que de la publicité est faite pour les services réservés aux « adultes ». Cette obligation est prévue à l'article 80.

Une troisième et dernière couche est l'obligation pour la personne qui offre le service concerné de faire jouer ou de montrer gratuitement un message d'avertissement, qui établit clairement que l'utilisateur final est sur le point de consulter un service payant destiné aux majeurs. Les modalités du message d'avertissement visées à l'article 81 sont similaires à celles du message tarifaire prévu à l'article 50, § 2 de l'AR Numérotation, étant entendu que le message d'avertissement visé dans cet article doit également apparaître lorsque le tarif utilisateur final le plus élevé possible d'application à l'appel se situe en dessous du seuil d'1 euro par minute ou d'1 euro par appel. Le dernier alinéa de l'article 81 est introduit car dans certains cas, il n'est techniquement pas possible de faire écouter ou confirmer le message d'avertissement dans une partie de la communication qui n'est pas payante. Tel était le cas pour les appels de données (ex. vidéotéléphonie) au moment de l'adoption du présent arrêté. Il est également reconnu qu'il est techniquement impossible d'envoyer un message d'avertissement gratuit par SMS sans que le client n'ait d'abord pris l'initiative d'envoyer un SMS au numéro de la série 7XXX, qui lui est le cas échéant facturé.

L'article 82 prévoit qu'une publicité pour des services de rencontre ne comprend pas de données de contact permettant d'identifier les participants à ce service (ex. nom de famille, adresse, numéro de téléphone, adresse e-mail ou numéro de fax). Le but est que les participants à ce service prennent eux-mêmes l'initiative d'échanger ces données.

Le règlement à l'article 83 relatif à l'avertissement de l'utilisateur final lorsqu'un montant donné est dépensé s'inspire (à nouveau) d'un règlement similaire compris dans le Code of Practice irlandais de Regtel.

Des règles spécifiques pour des services payants permettant de télécharger des logos et des sonneries ou d'autres produits ou services pour embellir ou personnaliser le téléphone (comme des jeux, des téléchargements mp, etc.) sont fixées dans la section 8 du Chapitre 10, qui comprend les articles 84 et 85.

Le but de l'article 84 est d'informer préalablement les personnes qui possèdent des GSM ou d'autres appareils que ceux-ci ne sont pas compatibles avec les logos, sonneries ou autres « produits de customisation » proposés pour qu'elles ne fassent pas de dépenses pour un produit qu' en définitive ils ne pourront pas utiliser sur leur appareil. Les informations données dans la publicité peuvent par exemple se composer de la mention que le logo ou la sonnerie est compatible avec tous les appareils GSM, sauf avec les appareils cités avec le nom de la marque, le type et le modèle.

La section 9 du Chapitre 10, allant de l'article 86 à l'article 97, concerne les services de chat. Un service de chat est une notion définie à l'article 1er, 12°, du présent arrêté. Conformément à cette définition, un numéro payant doit être utilisé dans le cadre du processus de chat. Cette section n'est donc pas d'application au chat qui est rendu possible par exemple via Internet sans un paiement supplémentaire à l'aide d'un numéro payant. La transparence de la manière dont se déroule un service de chat d'une part et les règles d'utilisation acceptable ou de l'"acceptable use policy" du service de chat et de la modération d'autre part occupent une place centrale dans cette section.

Les canaux par le biais desquels les règles d'utilisation acceptable conformément à l'article 86 doivent être communiquées aux utilisateurs finals sont les mêmes que ceux qui ont été examinés ci-dessus à l'article 14. L'article précise que si un service de chat n'a pas l'intention de s'adresser spécifiquement à un public d'adultes, le service de chat doit avoir des règles cohérentes qui interdisent les conversations ou les

Artikel 77, 2°, heeft in wezen dezelfde finaliteit. Hoewel er in het kader van ontmoetingsdiensten niet noodzakelijk een gesprek van seksuele of erotische aard plaatsvindt, is het, naar analogie van artikel 4 van de wet van 9 maart 1993 ertoe strekkende de exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, niet gepast dat minderjarigen een beroep doen op dergelijke diensten.

Een eerste laag van het beschermingsmodel van minderjarigen is een verbod op reclame in media die bedoeld zijn voor minderjarigen (b.v. scholierentijdschriften of tijdschriften en/of websites van jeugdbewegingen). Dit verbod wordt ingesteld in artikel 79. In geval van twijfel over het doelpubliek, moet er, in toepassing van het beginsel « in dubio pro reo », geen inbreuk op de Ethische Code in aanmerking worden genomen. De bepaling is niet overlappend met artikel 8, 2°) (zie commentaar Raad van State), omdat artikel 8, 2° het enkel heeft over seksuele diensten, terwijl voor meerderjarge bestemde betalende diensten ook andere diensten kunnen omvatten die niet geschikt zijn voor minderjarigen, zoals gokspelen, en artikel 8, 2° het heeft over het aanbod van de dienst, terwijl artikel 79 handelt over de reclame.

Een tweede laag houdt in dat reclame voor specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende diensten niemand in dwaling mag brengen over het feit dat er reclame gemaakt wordt voor diensten die voorbehouden zijn voor « volwassenen ». Deze verplichting wordt vastgelegd in artikel 80.

Een derde en laatste laag is de verplichting voor de persoon die de betrokken dienst aanbiedt om gratis een waarschuwingsboodschap af te spelen of te tonen, die duidelijk maakt dat de eindgebruiker op het punt staat een voor meerderjarigen bestemde betalende dienst te raadplegen. De nadere regels voor de waarschuwingsboodschap, bedoeld in artikel 81, zijn gelijkaardig aan die van de tariefboodschap van artikel 50, § 2, van het KB Nummering, met dien verstande dat de waarschuwingsboodschap bedoeld in dit artikel ook gegeven moet worden wanneer het hoogst mogelijke eindgebruikerstarief van toepassing op de oproep beneden de drempel ligt van 1 euro per minuut of 1 euro per oproep. Het laatste lid van artikel 81 is ingevoerd omdat het in sommige gevallen technisch niet mogelijk is om de waarschuwingsboodschap te laten horen of te laten bevestigen in een gedeelte van de communicatie dat niet betalend is. Dit was op het ogenblik van het aannemen van dit besluit het geval voor dataoproepen (b.v. videotelefonie). Het wordt ook erkend dat het technisch niet mogelijk is om een gratis waarschuwingsbericht te sturen via SMS zonder dat de klant eerst het initiatief genomen heeft om een SMS te sturen naar het nummer uit de 7XXX-reeks, dat hem dan in voorkomend geval gefactureerd wordt.

Artikel 82 schrijft voor dat een reclame voor ontmoetingsdiensten geen contactgegevens bevat die het mogelijk maken om de deelnemers aan die dienst te kunnen identificeren (b.v. familienaam, adres, telefoonnummer, e-mailadres of faxnumer). De bedoeling is dat deelnemers aan een dergelijke dienst zelf het initiatief nemen om deze gegevens uit te wisselen.

De regeling in artikel 83 met betrekking tot het waarschuwen van de eindgebruiker wanneer een bepaald bedrag gespendeerd werd is (opnieuw) geïnspireerd op een gelijkaardige regeling opgenomen in de Ierse Code of Practice van Regtel.

In afdeling 8 van Hoofdstuk 10, dat de artikelen 84 en 85 omvat, worden specifieke regels neergelegd voor betalende diensten waarmee logo's en beltonen kunnen worden gedownload of andere producten of diensten voor het verfraaien of verpersoonlijken van het telefoontoestel (zoals games, mp-downloads, enzovoort).

De bedoeling van artikel 84 is dat personen die GSM- of andere toestellen bezitten waarmee de aangeboden logo's of beltonen of andere « customization products » niet compatibel zijn, op voorhand worden geïnformeerd over deze incompatibiliteit en dus geen kosten maken voor een product dat zij uiteindelijk niet kunnen gebruiken op hun toestel. De informatie die in de reclame gegeven wordt kan bijvoorbeeld bestaan uit de vermelding dat het logo of de beltoon compatibel is met alle GSM-toestellen, behalve met de met merknaam, type en model genoemde toestellen.

Afdeling 9 van Hoofdstuk 10, gaande van de artikelen 86 tot en met 97, betreft de chatdiensten. Een chatdienst is een in artikel 1, 12°, van dit besluit gedefinieerd begrip. Conform deze definitie moet er in het chatproces gebruik worden gemaakt van een betaalnummer. Deze afdeling is dus niet van toepassing op het chatten dat zonder een bijkomende betaling aan de hand van een betaalnummer mogelijk gemaakt wordt via bijvoorbeeld het internet. Centraal in deze afdeling staan enerzijds de transparantie van de manier waarop een chatdienst verloopt en anderzijds de regels van aanvaardbaar gebruik of "acceptable use policy" van de chatdienst en de moderatie.

De kanalen via dewelke de regels van aanvaardbaar gebruik volgens artikel 86 kenbaar gemaakt moeten worden aan de eindgebruikers zijn dezelfde als diegene die hierboven besproken werden onder artikel 14. Artikel 87 maakt duidelijk dat, indien een chatdienst de bedoeling heeft om zich niet specifiek tot een volwassenenpubliek te richten, de chatdienst sluitende regels moet hebben die gesprekken of berichten

messages relevant de la section 7. L'article 88 impose aux annonceurs du service de chat d'indiquer, en plus des informations visées au Chapitre 6 (et le cas échéant d'autres chapitres), des informations complémentaires concernant le service de chat.

Bien qu'un service de chat n'ait pas toutes les caractéristiques d'un service de messagerie payant, il est souhaitable, par analogie au règlement pour les services de messagerie payants, afin de mettre fin aux problèmes existants, dont la réception de messages non sollicités sans souscription ou la réception de messages alors qu'on ne prend pas ou qu'on ne souhaite pas prendre activement part au service, de prévoir un mécanisme d'« opt-in » (enregistrement) et d'« opt-out » (désinscription). Les articles 89 et 90, d'une part, et les articles 96 et 97, d'autre part, le réalisent.

Le mécanisme d'imputation à l'arrivée n'est pas non plus autorisé par rapport à un service de chat (voir article 91). Cela s'explique par le fait qu'un chatteur n'exerce aucun contrôle sur les messages qui lui sont envoyés. Il y a des exemples de plaintes où le crédit d'une carte de rechargement d'un chatteur a été épuisé plusieurs fois de suite, car le chatteur recevait pendant la nuit (alors qu'il dormait), via un service de chat payant, utilisant des SMS taxés à l'arrivée, plusieurs messages dont également des 'SMS incitatifs' qu'il n'avait pas demandés.

L'article 92 traite des modalités de modération possibles d'un service de chat. En cas de modération, il est essentiel qu'un contenu inapproprié dont il est pris connaissance soit immédiatement supprimé de l'interface qui est visible par les utilisateurs finals (article 93). Il peut s'agir de l'écran de GSM (le service de chat étant donc uniquement offert aux utilisateurs finals enregistrés) mais également dans certains cas, de l'écran TV (notamment lorsque les messages envoyés au numéro de chat payant sont également transmis par un service de radiodiffusion, c'est pourquoi à l'article 93, il est fait référence à l'offre « au public »). Dans le cadre de l'application de l'article 93, le but est que ce qui a été supprimé conformément à l'article 93 puisse toutefois encore être présenté à la Commission d'éthique ou à d'autres instances, conformément aux modalités de l'article 43.

L'avertissement des utilisateurs d'un service de chat, prévu à l'article 91, s'inspire entre autres de la préoccupation de rappeler aux utilisateurs de ces services de chat que, contrairement à certaines applications gratuites sur, par exemple, l'Internet (comme MSN Messenger), l'utilisation de service(s) de chat au(x)quel(s) l'utilisateur final a souscrit, entraîne des frais supplémentaires qui sont facturés par l'opérateur télécoms.

L'article 95 relatif à la charge de la preuve concernant le nombre de participants au service de chat est une application des principes en matière d'honnêteté et d'interdiction de tromperie.

La section 10 du Chapitre 10, composée des articles 98 à 100, régule ce que l'on qualifie de « Location Based Services » (ou LBS) dans le jargon spécialisé. Ici, il s'agit concrètement d'applications où un utilisateur final peut contre paiement via un numéro payant par exemple demander la localisation d'un restaurant situé dans les environs de l'endroit où il se trouve (avec son GSM) ou peut recevoir encore sur son GSM un itinéraire vers un lieu défini en partant de l'endroit où il se trouve au moment de la demande.

L'article 98 autorise pour des raisons pragmatiques que le prestataire de services, qui en définitive gère la plate-forme technique qui lie les données de trafic et de localisation provenant de l'opérateur mobile aux informations souhaitées par l'utilisateur final (qui sont généralement contenues dans une base de données du prestataire de services), demande le consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final concernant le traitement de ses données de trafic ou de localisation. L'article lie à ce consentement :

1) une sorte de procédure d'authentification à convenir entre l'opérateur concerné et le prestataire de services, afin d'exclure la possibilité qu'un tiers inscrive un utilisateur final à un service payant à données de trafic ou de localisation sans que ce dernier n'en soit informé (voir point 15, in fine, de l'avis n° 26/2009 de la Commission de la protection de la vie privée du 14 octobre 2009);

2) une obligation de conserver la manière dont ce consentement a été obtenu (dans la plupart des cas, il s'agit en l'espèce d'un SMS) d'une manière telle que recommandée par la Commission de la protection de la vie privée (dont le respect du principe de proportionnalité, repris à l'article 4 de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel);

3) une obligation de transmettre immédiatement à l'opérateur mobile le retrait de ce consentement.

die vallen onder afdeling 7, verbieden. Artikel 88 legt de adverteerders van een chatdienst op om, bovenop de informatie bedoeld in Hoofdstuk 6 (en desgevallend andere hoofdstukken), bijkomende informatie in verband met de chatdienst te vermelden.

Hoewel een chatdienst niet alle kenmerken heeft van een betalende berichtendienst, is het wenselijk, opdat een einde kan worden gesteld aan de bestaande problemen, waaronder het krijgen van ongevraagde berichten zonder inschrijving of het krijgen van berichten terwijl men niet actief aan de dienst meer deelneemt of wenst deel te nemen, om, naar analogie van de regeling voor de betalende berichtendiensten, in een « opt-in »- (registratie) en een « opt-out »-mechanisme (uitschrijving) te voorzien. De artikelen 89 en 90, enerzijds, en de artikelen 96 en 97, anderzijds, realiseren dit.

Ook wordt het mechanisme van de reversed charging niet toegestaan in verband met een chatdienst (zie artikel 91). De reden hiervoor is dat een chatter geen controle heeft over de berichten die hem toegezonden worden. Er zijn voorbeelden van klachten waarin het krediet van een herlaadkaart van een chatter verschillende malen achter elkaar uitgeput werd, omdat de chatter 's nachts (tijdens het slapen) verschillende berichten, waaronder ook betalende teasing SMS'en waar hij niet om gevraagd had, ontving via een betalende chatdienst, die gebruikmaakt van reverse charged SMS'en.

Artikel 92 handelt over de voorwaarden waaronder de moderatie van een chatdienst kan gebeuren. Essentieel bij moderatie is dat ongepaste inhoud waarvan kennis genomen wordt onmiddellijk verwijderd wordt van de interface die voor de eindgebruikers zichtbaar is (artikel 93). Dit kan het GSM scherm zijn (waarbij de chatdienst dus enkel aan de geregistreerde eindgebruikers wordt aangeboden) maar in sommige gevallen ook het TV-scherm (met name wanneer de berichten verstuurd naar het betalende chatnummer ook door een omroep worden uitgezonden; vandaar ook de verwijzing naar het aanbieden « aan het publiek » in artikel 93). In de toepassing van artikel 93 is het de bedoeling dat wat verwijderd werd conform artikel 93 wel nog aangeboden moet kunnen worden aan de Ethische Commissie of andere instanties, conform de modaliteiten van artikel 43.

Het waarschuwen van de gebruikers van een chatdienst, bepaald in artikel 91, is onder meer ingegeven door de bekommernis om de gebruikers van dergelijke chatdiensten eraan te herinneren dat, in tegenstelling tot bepaalde gratis toepassingen op, bijvoorbeeld, het internet (zoals MSN Messenger), het gebruik van de chatdienst(en) waarop de eindgebruiker ingeschreven is, extra kosten veroorzaakt die aangerekend worden door de telecomoperator.

Artikel 95 met betrekking tot de bewijslast inzake het aantal deelnemers aan de chatdienst, is een toepassing van de principes inzake eerlijkheid en het verbod op misleiding.

Afdeling 10 van Hoofdstuk 10, bestaande uit de artikelen 98 tot en met 100, reguleert wat in het vakjargon « Location Based Services » (of LBS) genoemd wordt. Concreet gaat het hier om toepassingen waarbij een eindgebruiker tegen betaling via een betaalnummer bijvoorbeeld de locatie van een restaurant kan opvragen in de buurt van de plaats waar hij zich (met zijn gsm) bevindt of nog op zijn gsm een wegbeschrijving kan verkrijgen naar een bepaalde plaats, vertrekkende van de plaats waar hij zich op het ogenblik van zijn aanvraag bevindt.

Artikel 98 laat om pragmatische redenen toe dat de dienstenaanbieder, die uiteindelijk het technische platform beheert dat de verkeers- en locatiegegevens afkomstig van de mobiele operator koppelt aan de door de eindgebruiker gewenste informatie (die meestal vervat zit in een database van de dienstenaanbieder), de toestemming van de abonnee of eindgebruiker vraagt omtrent de verwerking van zijn verkeers- of locatiegegevens. Het artikel koppelt aan die toelating :

1) een soort van authentificatieprocedure overeen te komen tussen de betreffende operator en de dienstenaanbieder, om de mogelijkheid uit te sluiten dat een derde een eindgebruiker inschrijft voor een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens, zonder dat deze laatste hiervan op de hoogte is (zie punt 15, in fine, van het advies nr. 26/2009 van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer van 14 oktober 2009);

2) een bewaarplicht van de manier waarop die toestemming verkregen werd (in de meeste gevallen gaat het hier om een SMS) op een manier die aanbevolen wordt door de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer (waaronder het naleven van het proportionaliteitsbeginsel, opgenomen in artikel 4 van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens);

3) een verplichting om het intrekken van die toestemming onmiddellijk aan de mobiele operator door te geven.

Pour l'obtention proprement dite du consentement, les conditions de l'article 122, § 3, de la loi, doivent être respectées par le prestataire de services (qui agit donc « sous l'autorité de l'opérateur », conformément à l'article 122, § 5, de la loi). Cela implique entre autres que, préalablement à l'obtention du consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final au traitement, des informations claires soient fournies sur la durée du traitement, comme le fait de savoir si les données de trafic ou de localisation sont traitées une seule fois dans le cadre du service LBS ou si le consentement porte sur une période plus longue.

L'article 99 impose au prestataire de services qui fournit un service LBS d'expliquer de manière très détaillée et transparente dans la publicité pour le service :

- quelles sont les implications d'un service LBS;

- la manière dont la localisation du GSM de l'utilisateur final est obtenue et

- quelles démarches l'utilisateur final doit entreprendre s'il souhaite bloquer le traitement de la localisation de son GSM.

L'obtention du consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final concernant le traitement de ses données de trafic ou de localisation n'est en soi pas suffisante pour faire prendre pleinement conscience à l'utilisateur final par exemple des coûts liés à l'activation d'un service d'alerte utilisant des données de trafic ou de localisation. Pour ce type de services (appelés « Services LBS passifs » dans les Directives GOF), l'article 100 établit dès lors expressément le lien avec les mesures de protection qui s'y rapportent ailleurs dans le présent arrêté, comme la souscription préalable (éventuellement en double), suivie d'un SMS de confirmation gratuit, contenant des informations essentielles concernant entre autres le prix du service, avant de pouvoir lancer la localisation proprement dite. Pour un traitement unique de la localisation (dans le cadre de ce que l'on appelle un « Service LBS actif » dans les Directives GOF) fournie au moyen d'un appel ou d'un SMS ou MMS, dont le tarif utilisateur final n'est pas supérieur au tarif utilisateur maximum fixé dans l'AR Numérotation, une simple demande après l'obtention préalable du consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final concernant le traitement de ses données de trafic ou de localisation suffit.

Conformément à l'avis de la Commission de la protection de la vie privée, il est renvoyé explicitement à l'obligation pour les prestataires de services qui traitent des données de trafic ou de localisation de (1) respecter le principe de proportionnalité, contenu dans la loi du 8 décembre 1992 (renvoi à l'article 4 de cette loi), (2) prendre les mesures de sécurité nécessaires concernant les données à caractère personnel qu'ils traitent (renvoi à l'article 16 de cette même loi) et (3) détruire les données à caractère personnel immédiatement après la fourniture du service. Pour les services récurrents, comme dans l'exemple du service d'alerte précité, cela implique la destruction des données de trafic et de localisation dès que le SMS à recevoir par l'utilisateur final a été délivré (et donc pas la conservation des données de trafic et de localisation jusqu'à la désinscription du service récurrent).

Les articles 101 et 102 visent à garantir l'efficacité des autres sanctions que la Commission d'éthique peut prononcer. En réponse à l'avis du Conseil d'Etat, qui soulignait l'habilitation restreinte faite au Roi, conférée à l'article 134, § 2, alinéa deux, de la Loi, le champ d'application de ces dispositions est limité aux opérateurs.

L'article 103 prévoit que le présent arrêté entre en vigueur à une date ultérieure à la date des dix jours qui suivent la publication du présent arrêté, afin d'offrir aux prestataires de services d'adapter leurs procédures et pratiques à certaines règles du présent arrêté.

Les autres articles ne nécessitent pas de commentaires.

Nous avons l'honneur d'être,

Sire,

de Votre Majesté,
le très respectueux
et très fidèle serviteur,

Le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification,
V. VAN QUICKENBORNE

Le Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation,
P. MAGNETTE

Voor het eigenlijke verkrijgen van de toestemming moeten de voorwaarden van artikel 122, § 3, van de wet nageleefd worden door de dienstenaanbieder (die dus handelt « in opdracht van de operator » conform artikel 122, § 5 van de wet). Dit impliceert onder meer dat er voorafgaand aan het verkrijgen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker met de verwerking duidelijke informatie wordt verstrekt over de duur van de verwerking, zoals informatie over het feit of de verkeersgegevens of locatiegegevens eenmalig worden verwerkt in het kader van de LBS-dienst dan wel of de toestemming voor een langere periode geldt.

Artikel 99 legt aan de dienstenaanbieder die een LBS-dienst levert op om in de reclame voor de dienst zeer gedetailleerd en op een zeer transparante wijze uit te leggen :

- wat een LBS-dienst impliceert;

- hoe de lokalisatie van de gsm van de eindgebruiker verkregen wordt en

- welke stappen de eindgebruiker moet nemen, indien hij het verwerken van de locatie van zijn gsm wil blokkeren.

Het verkrijgen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker omtrent de verwerking van zijn verkeers- of locatiegegevens op zich is niet voldoende om de eindgebruiker volledig bewust te maken van, bijvoorbeeld, de kosten verbonden aan de activering van een alarmdienst die gebruik maakt van verkeers- of locatiegegevens. Artikel 100 legt voor dergelijke (in de GOF Guidelines « Passieve LBS-diensten » genoemde) diensten dan ook uitdrukkelijk de link met de desbetreffende beschermingsmaatregelen elders in dit besluit, zoals de voorafgaande (eventueel dubbele) inschrijving, gevolgd door een gratis bevestigingsSMS, met essentiële informatie over onder meer de prijs van de dienst, vooraleer van start gegaan kan worden met de eigenlijke lokalisering. Voor een eenmalige verwerking van de locatie (aansluitend op wat in de GOF Guidelines een « Actieve LBS-dienst » wordt genoemd), aangeleverd door middel van één oproep of één SMS of MMS, waarvan het eindgebruikerstarief niet hoger is dan het maximale eindgebruikerstarief vastgelegd in het KB Nummering, volstaat een eenvoudige aanvraag na het voorafgaandelijk bekomen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker omtrent de verwerking van zijn verkeers- of locatiegegevens.

Overeenkomstig het advies van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer wordt uitdrukkelijk verwezen naar de verplichting voor de dienstenaanbieders die verkeers- of locatiegegevens verwerken om (1) het proportionaliteitsbeginsel, vastgelegd in de wet van 8 december 1992 na te leven (verwijzing naar artikel 4 van die wet), (2) de noodzakelijke veiligheidsmaatregelen te nemen met betrekking tot de door hen verwerkte persoonsgegevens (verwijzing naar artikel 16 van diezelfde wet) en (3) de persoonsgegevens na afloop van de dienst onmiddellijk te verwijderen. Voor recurrente diensten, zoals in het voorbeeld van de alarmdienst hierboven, impliceert dit de vernietiging van de verkeers- of locatiegegevens, van zodra de door de eindgebruiker te ontvangen SMS werd afgeleverd (en dus niet de bewaring van de verkeers- of locatiegegevens tot aan de uitschrijving uit de recurrente dienst).

De artikelen 101 en 102 beogen de effectiviteit te garanderen van de andere sancties die de Ethische Commissie kan uitspreken. In antwoord op het advies van de Raad van State, die wees op de beperkte machtiging aan de Koning, gegeven in artikel 134, § 2, tweede lid, van de Wet, werd het toepassingsgebied van deze bepalingen beperkt tot operatoren.

Artikel 103 bepaalt dat dit besluit in werking treedt op een latere datum dan de datum van tien dagen volgend op de publicatie van het huidige besluit, teneinde de dienstenaanbieders de kans te bieden hun procedures en praktijken aan te passen aan sommige regels van dit besluit.

De overige artikelen behoeven geen commentaar.

We hebben de eer te zijn,

Sire,

van Uwe Majesteit,
de zeer eerbiedige
en zeer getrouwe dienaar,

De Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen,
V. VAN QUICKENBORNE

De Minister van Klimaat en Energie, belast met Consumentenzaken,
P. MAGNETTE

AVIS 47.649/4 DU 8 FEVRIER 2010
DE LA SECTION DE LEGISLATION DU CONSEIL D'ETAT

Le Conseil d'Etat, section de législation, quatrième chambre, saisi par le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification, le 22 décembre 2009, d'une demande d'avis, dans un délai de trente jours prorogé jusqu'au 15 février 2010 (*), sur un projet d'arrêté royal "établissant le Code d'éthique pour les télécommunications", a donné l'avis suivant :

Comme la demande d'avis est introduite sur la base de l'article 84, § 1er, alinéa 1er, 1°, des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat, tel qu'il est remplacé par la loi du 2 avril 2003, 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 ci-après.

Formalités préalables

1. La déléguée du ministre a transmis au Conseil d'Etat une copie non signée d'une lettre de la Commission d'éthique, datée du 16 décembre 2009, par laquelle la Commission transmet au Ministre sa proposition de Code d'éthique. Il appartiendra à l'auteur du projet de s'assurer qu'il est bien en possession d'une lettre signée.

2. La déléguée du ministre a transmis au Conseil d'Etat l'avis de l'Inspecteur des Finances du 19 janvier 2010. Dans cet avis, l'Inspecteur des Finances précise qu'en tant que délégué du Ministre du Budget, il constate que le projet d'arrêté royal n'a pas d'incidence budgétaire substantielle pour l'IBPT et qu'il n'a donc pas d'objection; il ajoute que le dossier doit être transmis pour avis à l'Inspecteur des Finances accrédité auprès du ministre compétent. On ne peut considérer que cet avis constitue la formalité préalable requise, puisque l'Inspecteur des Finances consulté se contente de rendre un avis sur l'impact budgétaire à l'égard de l'IBPT et non sur l'impact budgétaire général de l'arrêté en projet, pour lequel il invite à requérir l'avis de l'Inspecteur des Finances accrédité auprès du Ministre compétent. Il convient dès lors de solliciter cet avis pour que la formalité préalable puisse être considérée comme valablement accomplie.

3. Il conviendra également de solliciter l'accord du Secrétaire d'Etat au Budget.

Observations générales

1. L'arrêté en projet trouve son fondement légal dans l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, selon lequel :

« Sur la proposition de la Commission d'éthique pour les télécommunications, le Roi fixe un Code d'éthique pour les télécommunications.

Le Code d'éthique pour les télécommunications désigne les séries de numéros pour lesquelles il est autorisé de facturer, en plus du prix de la communication, également une indemnité pour le contenu et décrit les conditions auxquelles des services payants peuvent être offerts aux utilisateurs finals via des réseaux de communications électroniques. Le Code d'éthique pour les télécommunications fixe également les modalités selon lesquelles les opérateurs collaborent à l'enquête relative à une infraction présumée commise par une personne qui fournit un service payant via un réseau de communications électroniques et à l'exécution des décisions de la Commission d'éthique pour les télécommunications.

Les personnes qui offrent des services payants via des réseaux de communications électroniques et les opérateurs, pour ce qui concerne la collaboration visée à l'alinéa deux, sont tenus de respecter les dispositions du Code d'éthique pour les télécommunications.

La Commission d'éthique pour les télécommunications se prononce sur le respect du Code d'éthique pour les télécommunications suite à une plainte des intéressés, directement ou après l'intervention du service de médiation pour les télécommunications.

Les décisions de la Commission d'éthique pour les télécommunications sont motivées et publiées. »

2. Le paragraphe 3 du même article précise que "les infractions au Code d'éthique sont sanctionnées d'une amende administrative d'un montant de 125 à 12.500 EUR ou d'une suspension des activités de 1 à 30 jours" et qu' "en cas d'infraction grave ou répétée, la Commission

ADVIES 47.649/4 VAN 8 FEBRUARI 2010
VAN DE AFDELING WETGEVING VAN DE RAAD VAN STATE

De Raad van State, afdeling Wetgeving, vierde kamer, op 22 december 2009 door de Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen verzocht hem, binnen een termijn van dertig dagen verlengd tot 15 februari 2010 (*), van advies te dienen over een ontwerp van koninklijk besluit "tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie", heeft het volgende advies gegeven :

Aangezien de adviesaanvraag ingediend is op basis van artikel 84, § 1, eerste lid, 1°, van de gecoördineerde wetten op de Raad van State, zoals het is vervangen bij de wet van 2 april 2003, 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 deze drie punten betreft, geeft het ontwerp aanleiding tot de volgende opmerkingen.

Voorafgaande vormvereisten

1. De gemachtigde van de minister heeft de Raad van State een niet-ondertekend afschrift bezorgd van een brief van de Ethische Commissie, gedateerd 16 december 2009, waarbij de Commissie haar voorstel van Ethische Code overzendt aan de minister. De steller van het ontwerp moet zich ervan vergewissen dat hij wel degelijk in het bezit is van een ondertekende brief.

2. De gemachtigde van de minister heeft aan de Raad van State het advies d.d. 19 januari 2010 van de inspecteur van Financiën bezorgd. De Inspecteur van Financiën stelt in dat advies dat hij in zijn hoedanigheid van gemachtigde van de minister van Begroting vaststelt dat het ontwerp van koninklijk besluit geen wezenlijke budgettaire weerslag vertoont voor het BIPT en dat hij dus geen bezwaar ertegen heeft; hij voegt eraan toe dat het dossier voor advies moet worden overgezonden aan de Inspecteur van Financiën geaccrediteerd bij de bevoegde minister. Er kan niet worden beschouwd dat dit advies het vereiste voorafgaande vormvereiste vormt, aangezien de om een advies verzochte Inspecteur van Financiën zich ermee vergenoegt van advies te dienen over de budgettaire weerslag ten aanzien van het BIPT, doch niet over de algemene budgettaire weerslag van het ontwerpbesluit, en hij voorstelt dat daarvoor het advies wordt ingewonnen van de Inspecteur van Financiën geaccrediteerd bij de bevoegde minister. Bijgevolg moet dit laatste advies worden aangevraagd opdat beschouwd kan worden dat het voorafgaande vormvereiste op geldige wijze is vervuld.

3. Ook de akkoordbevinding van de Staatssecretaris voor Begroting moet worden verkregen.

Algemene opmerkingen

1. Het ontwerpbesluit ontleent zijn rechtsgrond aan artikel 134, § 2, van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, luidende :

« Op voorstel van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie stelt de Koning een Ethische Code voor de telecommunicatie vast.

De Ethische Code voor de telecommunicatie duidt de nummerreeksen aan waarvoor het is toegestaan om van de oproeper naast de prijs voor de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen en omschrijft de voorwaarden waaronder betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aan de eindgebruikers kunnen worden aangeboden. De Ethische Code voor de telecommunicatie stelt eveneens de nadere regels vast volgens dewelke de operatoren hun medewerking verlenen aan het onderzoek van een vermoedelijke inbreuk door een persoon die een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk aanbiedt en aan de uitvoering van de beslissingen van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie.

De personen die betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aanbieden en de operatoren, wat betreft de medewerking bedoeld in het tweede lid, zijn verplicht de bepalingen van de Ethische Code voor de telecommunicatie in acht te nemen.

De Ethische Commissie voor de telecommunicatie spreekt zich uit over de naleving van de Ethische Code voor de telecommunicatie na een klacht van de belanghebbende, rechtstreeks of na de tussenkomst van de ombudsdienst voor telecommunicatie.

De beslissingen van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie zijn gemotiveerd en worden openbaar gemaakt ».

2. In paragraaf 3 van datzelfde artikel staat te lezen dat "de inbreuken op de Ethische Code voor de telecommunicatie worden bestraft met een administratieve geldboete ten belope van 125 tot 12.500 EUR of een schorsing van de activiteiten van 1 tot 30 dagen", en voorts dat "in geval

d'éthique pour les télécommunications peut ordonner la radiation des services concernés, ainsi que l'interdiction d'entamer de nouveaux services".

Les contours de l'habilitation faite au Roi de fixer un Code d'éthique sont définis par l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 précitée : il s'agit, d'une part, de fixer les séries de numéros pour lesquels il est autorisé de facturer, en plus du prix de la communication, une indemnité pour le contenu et, relativement à ces numéros, de décrire les conditions auxquelles des services payants peuvent être offerts aux utilisateurs finals via des réseaux de communications électroniques et, d'autre part, de prévoir les modalités de collaboration des opérateurs de communications électroniques à la recherche des infractions audit Code et à l'exécution des décisions de la Commission d'éthique.

Ainsi délimitée, l'habilitation faite au Roi de fixer le Code d'éthique ne Lui permet pas de prévoir des règles particulières qui paraphraseraient des dispositions législatives existantes s'appliquant en la matière (1) ou y dérogeraient.

Les conditions du Code d'éthique doivent être, par conséquent, différentes des règles prévues par les législations existantes qui s'appliquent également à la matière, et notamment les lois du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel et du 11 mars 2003 sur certaines aspects juridiques des services de la société de l'information.

2. L'attention de l'auteur du projet est, en outre, attirée sur les difficultés que susciterait la coexistence, dans le Code d'éthique et dans d'autres législations particulières, de dispositions fixant des conditions similaires s'appliquant aux services payants.

D'une part, le non-respect des conditions fixées dans le Code d'éthique fait l'objet des sanctions administratives prévues par l'article 134, § 3, de la loi du 13 juin 2005 précitée, lesquelles peuvent être considérées, en fonction de leur caractère à la fois répressif et préventif, et de leurs montants relativement élevés, comme présentant un caractère pénal au sens, notamment, de l'article 6 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et de l'article 14 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques (2).

D'autre part, que ce soit dans la loi du 14 juillet 1991, du 8 décembre 1992 ou du 11 mars 2003 précitées, les infractions aux règles qui y sont prévues font l'objet de sanctions pénales.

Pareil cumul de sanctions administratives à caractère pénal et de sanctions pénales n'est pas compatible avec le principe "non bis in idem" consacré à l'article 4 du Protocole n° 7 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés ainsi que dans l'article 14, § 7, du Pacte international relatif aux droits civils et politiques et qui constitue, en droit interne, "une règle essentielle de procédure pénale laquelle constitue en droit belge un principe général du droit" (3). Selon ce principe, nul ne peut être poursuivi ou puni pénalement en raison d'une infraction pour laquelle il a déjà été acquitté ou condamné.

On observera en outre à cet égard que la Cour européenne des droits de l'homme, par un arrêt rendu en Grande Chambre le 10 février 2009, a précisé que "l'article 4 du Protocole n° 7 doit être compris, comme interdisant de poursuivre ou de juger une personne pour une seconde « infraction » pour autant que celle-ci a pour origine des faits identiques ou des faits qui sont en substance les mêmes" (4).

De nombreuses dispositions du Code d'éthique posent des difficultés à cet égard. À titre d'exemple, on relèvera notamment les problèmes suivants :

1) L'article 6 du projet prévoit que les services payants et la publicité à cet effet doivent être "conformes à toutes les lois applicables". De manière très générale, cet article érige ainsi en condition dont le non-respect peut faire l'objet des sanctions administratives prévues par l'article 134, § 3, de la loi du 13 juin 2005 précitée, la conformité à toutes les lois applicables, celles-ci pouvant déjà prévoir de sanctionner pénalement toute infraction à ce qu'elles prévoient.

van een zware of herhaalde inbreuk [...] de Ethische Commissie voor de telecommunicatie de schrapping van de betrokken diensten [kan] bevelen, alsmede het verbod om nieuwe diensten te beginnen".

De grenzen van de aan de Koning verleende machtiging om een Ethische Code vast te stellen, worden bepaald bij artikel 134, § 2, van de voornoemde wet van 13 juni 2005 : ze bestaan enerzijds daarin dat de nummerreeksen worden bepaald waarvoor, benevens de prijs van de communicatie, ook een vergoeding voor de inhoud kan worden aangerekend, en met betrekking tot die nummers de voorwaarden worden vastgelegd waaronder betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aan de eindgebruikers kunnen worden aangeboden, en anderzijds dat de nadere regels worden vastgesteld volgens welke de operatoren van elektronische communicatie hun medewerking verlenen aan het onderzoek van overtredingen van die Code en aan het uitvoeren van de beslissingen van de Ethische Commissie.

De aldus afgebakende machtiging, verleend aan de Koning, om de Ethische Code vast te stellen staat hem niet toe bijzondere regels uit te vaardigen die bestaande, ter zake van toepassing zijnde wetsbepalingen (1) parafraseren of ervan afwijken.

De voorwaarden van de Ethische Code moeten bijgevolg verschillen van de regels vervat in de bestaande wetgeving die eveneens van toepassing is op deze materie, inzonderheid de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van de persoonsgegevens, alsook de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij.

2. Voorts wordt de steller van het ontwerp gewezen op de problemen die zouden rijzen indien zowel in de Ethische Code als in andere bijzondere wetten bepalingen zouden voorkomen die soortgelijke voorwaarden vastleggen welke van toepassing zijn op de betalende diensten.

Enerzijds wordt het niet in acht nemen van de voorwaarden gesteld in de Ethische Code gestraft met de administratieve sancties omschreven in artikel 134, § 3, van de voornoemde wet van 13 juni 2005, die inzonderheid in de zin van artikel 6 van het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden, alsmede van artikel 14 van het Internationaal Verdrag inzake burgerrechten en politieke rechten geacht kunnen worden een strafrechtelijk aspect te vertonen, omdat ze zowel van repressieve als van preventieve aard zijn en het bedrag van de geldboete behoorlijk hoog is (2).

Anderzijds staan strafrechtelijke sancties op de overtredingen van de regels vervat in alle drie de voornoemde wetten van 14 juli 1991, 8 december 1992 en 11 maart 2003.

Een zodanige samenloop van administratieve sancties van strafrechtelijk aard en van strafrechtelijke sancties is niet verenigbaar met het beginsel non bis in idem, vastgelegd in artikel 4 van Protocol nr. 7 van het Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden, en in artikel 14, lid 7, van het Internationaal Verdrag inzake burgerrechten en politieke rechten, een beginsel dat in het interne recht wordt omschreven als "une règle essentielle de procédure pénale laquelle constitue en droit belge un principe général du droit" (3). Dit beginsel stelt dat niemand strafrechtelijk vervolgd of gestraft kan worden wegens een strafbaar feit waarvan hij reeds is vrijgesproken of waarvoor hij reeds is veroordeeld.

Voorts valt in dit verband op te merken dat het Europees Hof voor de Rechten van de Mens in een arrest dat op 10 februari 2009 door de Grote Kamer is gewezen, gesteld heeft dat "l'article 4 du Protocole n° 7 doit être compris comme interdisant de poursuivre ou de juger une personne pour une seconde « infraction » pour autant que celle-ci a pour origine des faits identiques ou des faits qui sont en substance les mêmes" (4).

Tal van bepalingen van de Ethische Code doen problemen rijzen ter zake. Bij wijze van voorbeeld :

1) Artikel 6 van het ontwerp bepaalt dat de betalende diensten en de reclame ervoor moeten "voldoen aan alle toepasselijke wetten". Aldus verheft dit artikel in zeer algemene bewoordingen het vereiste van het voldoen aan alle toepasselijke wetten, die thans reeds kunnen voorschrijven dat iedere overtreding ervan strafrechtelijk wordt gestraft, tot een voorwaarde waarvan de niet-naleving kan worden gestraft met de administratieve sancties gesteld in artikel 134, § 3, van de voornoemde wet van 13 juni 2005.

Le rapport au Roi précise à cet égard :

« Parmi les lois pertinentes dans le cadre de l'offre de services payants via des réseaux de communications électroniques figurent :

- la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;

- la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel;

- la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. »

Or, ces trois lois, à tout le moins, prévoient effectivement de sanctionner pénalement les infractions à leur égard.

2) L'article 7 du projet interdit que les services payants et la publicité à cet effet portent "préjudice à la protection de la vie privée", de même que l'article 42 du projet impose, en matière de protection de la vie privée, le respect de la loi du 8 décembre 1992 précitée.

3) L'article 11 du projet interdit les services payants ou la publicité suggérant que "des futurs événements peuvent être prévus en l'absence de preuve scientifique ou de la mention du caractère aléatoire ou non fondé des informations fournies" ou qui sont "de nature à induire en erreur suite à de l'inexactitude, de l'ambiguïté, de l'exagération, des omissions ou d'une autre manière".

Cet article est à mettre en relation avec les articles 94/5 et 94/6 de la loi du 14 juillet 1991 précitée qui interdisent toute pratique commerciale trompeuse et précisent qu'une pratique commerciale est réputée trompeuse "si elle contient des informations fausses ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur (...) même si les informations présentées sont factuellement correctes, et qu'elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. »

4) L'article 13 du projet interdit la présentation d'un service payant comme étant "gratuit", alors qu'une interdiction similaire est prévue par l'article 94/8, 19°, de la loi du 14 juillet 1991 précitée.

5) L'article 14 du projet garantit l'information de l'utilisateur final lorsque l'achat d'un service payant est soumis à des conditions générales (consultation et mise à disposition gratuite de ces conditions générales), alors que les articles 78 et 79 de la loi du 14 juillet 1991 précitée qui sont relatifs aux contrats à distance, prévoient également des garanties d'information qui sont toutefois plus complètes.

6) L'article 31 du projet doit également être mis en relation avec les articles 78 et 79 de la loi du 14 juillet 1991 précitée.

7) L'article 44 du projet prévoit que le service payant proposé doit être conforme à la publicité faite à cet effet, alors qu'une obligation similaire ressort déjà des articles 94/5 et 94/6 de la loi du 14 juillet 1991 précitée.

En conséquence, il convient que l'auteur du projet réexamine le Code d'éthique afin d'y supprimer toutes les dispositions qui auraient pour objet de fixer des conditions similaires à celles dont le non-respect serait sanctionné pénalement par d'autres législations existantes, comme par exemple la loi du 14 juillet 1991, la loi du 8 décembre 1992 et la loi du 11 mars 2003 précitées.

3. Seule une modification de l'article 134, § 3, de la loi du 13 juin 2005 précitée peut prévoir la mise en place d'un mécanisme excluant que l'auteur d'une infraction fasse l'objet de plus d'une poursuite, lorsque l'infraction qu'il a commise est passible de plusieurs sanctions pénales ou administratives.

C'est sous réserve de ces observations générales que sont formulées les observations particulières suivantes.

Observations particulières

Dispositif

Article 1er

L'article 1er, 9°, du projet définit le service payant destiné aux mineurs d'âge comme un service payant partiellement ou intégralement destiné à des personnes de moins de 18 ans "ou qui est particulièrement attrayant pour ces personnes".

Le chapitre 10, section 3, de l'arrêté en projet (articles 53 à 56) prévoit des conditions spécifiques s'appliquant aux services payants destinés aux mineurs d'âge.

In het verslag aan de Koning staat daaromtrent te lezen :

« Relevante wetten in het kader van het aanbod van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken zijn onder meer :

- de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij;

- de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de (ver)werking van persoonsgegevens;

- de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument. »

Op zijn minst deze drie wetten bepalen echter effectief dat de overtredingen ervan strafrechtelijk worden gestraft.

2) Artikel 7 van het ontwerp bepaalt dat de betalende diensten en de reclame ervoor geen "afbreuk [mogen] doen aan de bescherming van de persoonlijke levenssfeer", en artikel 42 van het ontwerp bepaalt met betrekking tot de bescherming van de persoonlijke levenssfeer dat de voornoemde wet van 8 december 1992 moet worden nageleefd.

3) Artikel 11 van het ontwerp verbiedt betalende diensten of reclame ervoor indien deze "suggereren dat toekomstige gebeurtenissen kunnen worden voorzien zonder wetenschappelijk bewijs of vermelding van de toevallige aard of van de ongegrondheid van de verstrekte informatie" of "van die aard zijn dat ze kunnen misleiden door onnauwkeurigheid, dubbelzinnigheid, overdrijving, weglating of op een andere manier".

Dit artikel moet in verband worden gebracht met de artikelen 94/5 en 94/6 van de voornoemde wet van 14 juli 1991, die iedere vorm van misleidende handelspraktijken verbieden en die preciseren dat "als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen [...] en de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen. »

4) Artikel 13 van het ontwerp verbiedt dat een betalende dienst als "gratis" wordt voorgesteld, terwijl artikel 94/8, 19°, van de voornoemde wet van 14 juli 1991 een soortgelijk verbod bevat.

5) Artikel 14 van het ontwerp schrijft voor dat indien het afnemen van een betalende dienst onderworpen is aan algemene voorwaarden (het consulteren en het kosteloos ter beschikking stellen van die algemene voorwaarden), de eindgebruiker daarvan in kennis moet worden gesteld, terwijl de artikelen 78 en 79 van de voornoemde wet van 14 juli 1991, die de overeenkomsten op afstand betreffen, eveneens garanties van informatieverstrekking bieden, die evenwel vollediger zijn.

6) Artikel 31 van het ontwerp moet eveneens in verband worden gebracht met de artikelen 78 en 79 van de voornoemde wet van 14 juli 1991.

7) Artikel 44 van het ontwerp bepaalt dat de voorgestelde betalende dienst moet overeenstemmen met de reclame die ter zake wordt gevoerd, terwijl een soortgelijke verplichting reeds voortvloeit uit de artikelen 94/5 en 94/6 van de voornoemde wet van 14 juli 1991.

Derhalve moet de steller van het ontwerp de Ethische Code herzien, waarbij alle bepalingen erin worden geschrapt die ertoe strekken voorwaarden te stellen die gelijkenis vertonen met die waarvan de niet-naleving door andere reeds bestaande wetten strafrechtelijk wordt gestraft, zoals bijvoorbeeld de voornoemde wetten van 14 juli 1991, 8 december 1992 en 11 maart 2003.

3. Alleen via een wijziging van artikel 134, § 3, van de voornoemde wet van 13 juni 2005 kan worden voorzien in een regeling die uitsluit dat een overtreder meer dan één vervolging oploopt ingeval het door hem gepleegde strafbare feit aanleiding kan geven tot verscheidene strafrechtelijke of administratieve sancties.

Onder het voorbehoud van deze algemene opmerkingen worden de volgende bijzondere opmerkingen gemaakt.

Bijzondere opmerkingen

Dispositief

Artikel 1

Artikel 1, 9°, van het ontwerp definieert de betalende dienst bestemd voor minderjarigen als een betalende dienst die, geheel of gedeeltelijk, specifiek gericht is op personen jonger dan achttien jaar "of die als bijzonder aantrekkelijk voor deze personen geldt".

Hoofdstuk 10, afdeling 3, van het ontwerpbesluit (de artikelen 53 tot 56) bevat specifieke voorwaarden toepasselijk op de betalende diensten bestemd voor minderjarigen.

Comme le non-respect de ces conditions peut faire l'objet des sanctions administratives prévues par l'article 134, § 3, de la loi du 13 juin 2005 précitée, il convient que la définition du service payant destiné aux mineurs d'âge soit formulée de manière suffisamment claire et précise pour assurer le caractère prévisible des sanctions qui y sont attachées. Les termes "ou qui est particulièrement attrayant pour ces personnes" seront revus ou feront l'objet d'une explication dans le rapport au Roi.

Article 3

L'article 3, alinéa 2, du projet impose à l'opérateur de transmettre à la Commission d'éthique les informations précisées à l'alinéa 1er "dans un délai de deux jours suivant la demande de la Commission d'éthique ou de son secrétariat".

Selon l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 précitée, le Roi est habilité à fixer "les modalités selon lesquelles les opérateurs collaborent à l'enquête relative à une infraction présumée commise par une personne qui fournit un service payant via un réseau de communications électroniques".

Il convient dès lors de préciser, à l'article 3, alinéa 2, du projet, que les opérateurs doivent mettre à disposition de la Commission les informations précisées à l'alinéa 1er "dans l'hypothèse où il y a une enquête relative à une infraction présumée, conformément à ce que prévoit l'article 134, § 2, de la loi".

Article 5

Cet article prévoit de manière générale que les opérateurs, les personnes qui fournissent les services payants et toutes les personnes impliquées dans la fourniture du service payant doivent transmettre à la Commission d'éthique ou à son secrétariat toutes les informations utiles sur les services payants, sur demande et dans le délai fixé. En ce qui concerne les opérateurs, cette obligation pourrait éventuellement se fonder sur l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 précitée, qui permet au Roi de fixer les modalités de collaboration des opérateurs à l'enquête relative à une infraction présumée commise par une personne offrant des services payants. Mais dans ce cas, le Conseil d'Etat n'aperçoit pas comment cet article se combinerait avec l'article 3, alinéa 2, du projet, qui prévoit déjà une obligation du même type. Il n'y a en revanche aucun fondement légal pour imposer de manière générale la fourniture de toutes ces informations à "toutes les personnes impliquées dans la fourniture du service payant".

L'article 5 du projet sera revu à la lumière de cette observation.

Article 7

L'article 7, 2°, *a)*, interdit les services payants et la publicité à cet effet qui sont de nature à susciter de la peur, de la crainte ou de l'aversion en "décrivant ou représentant de la violence, du sadisme ou de la cruauté inutiles".

Dans sa version française, le texte est source d'ambiguïtés. Entend-il permettre la description ou la représentation de la violence, du sadisme ou de la cruauté, dans certains cas, c'est-à-dire, lorsqu'on peut juger ceux-ci "utiles" ? Dans cette hypothèse, comment peut-on estimer que de telles descriptions ou représentations remplissent ce critère d'utilité ?

Le texte serait clair s'il était rédigé comme suit : "décrivant ou représentant de la violence gratuite, du sadisme ou de la cruauté". La même observation vaut pour le texte néerlandais où il y a lieu d'écrire : "het beschrijven of afbeelden van zinloos geweld, van sadisme of wreedheid;".

Article 8

L'article 8, 2°, est rédigé de manière particulièrement vague.

Le Conseil d'Etat se demande si cette disposition n'est pas redondante avec celle qui figure à l'article 79 du projet.

Ces dispositions doivent être revues.

Aangezien de niet-naleving van die voorwaarden aanleiding kan geven tot de administratieve sancties gesteld in artikel 134, § 3, van de voornoemde wet van 13 juni 2005, moet de definitie van een betalende dienst bestemd voor minderjarigen voldoende duidelijk en nauwkeurig zijn opdat de eraan verbonden sancties voorzienbaar zouden zijn. De woorden "of die als bijzonder aantrekkelijk voor deze personen geldt" moeten worden herzien of moeten worden toegelicht in het verslag aan de Koning.

Artikel 3

Artikel 3, tweede lid, van het ontwerp bepaalt dat de operator aan de Ethische Commissie de gegevens genoemd in het eerste lid moet bezorgen "binnen een termijn van twee werkdagen volgend op het verzoek van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat".

Volgens artikel 134, § 2, van de voornoemde wet van 13 juni 2005 is de Koning gemachtigd om "de nadere regels vast [te stellen] volgens dewelke de operatoren hun medewerking verlenen aan het onderzoek van een vermoedelijke inbreuk door een persoon die een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk aanbiedt".

Bijgevolg moet in artikel 3, tweede lid, van het ontwerp worden gepreciseerd dat de operatoren de in het eerste lid genoemde informatie ter beschikking moeten stellen van de Commissie "indien een onderzoek wordt gevoerd omtrent een vermoedelijke inbreuk, overeenkomstig het bepaalde in artikel 134, § 2, van de wet".

Artikel 5

Dit artikel bepaalt op algemene wijze dat de operatoren, de personen die de betalende diensten aanbieden en alle personen die betrokken zijn bij het aanbod van de betalende dienst, op verzoek en binnen de gestelde termijn, alle nuttige informatie in verband met de betalende diensten moeten verstrekken aan de Ethische Commissie of aan haar secretariaat. Wat de operatoren betreft, zou deze verplichting haar rechtsgrond eventueel kunnen ontlenen aan artikel 134, § 2, van de voornoemde wet van 13 juni 2005, naar luid waarvan de Koning de nadere regels kan stellen inzake de medewerking van de operatoren aan het onderzoek van een feit waarvan wordt vermoed dat het een strafbaar feit oplevert dat is gepleegd door een persoon die betalende diensten aanbiedt. In dat geval ziet de Raad van State evenwel niet in hoe dit artikel verenigbaar is met artikel 3, tweede lid, van het ontwerp, dat reeds een soortgelijke verplichting oplegt. Daarentegen is geen enkele rechtsgrond voorhanden om op algemene wijze voor te schrijven dat al die informatiegegevens moeten worden verstrekt aan "alle personen die betrokken zijn bij het aanbod van een betalende dienst".

Artikel 5 van het ontwerp moet worden herzien in het licht van deze opmerking.

Artikel 7

Artikel 7, 2°, *a)*, verbiedt betalende diensten en de reclame ervoor die schrik, vrees of afschuw veroorzaken door "het beschrijven of afbeelden van nodeloos geweld, sadisme of wreedheid".

De Franse lezing van dit artikel ("décrivant ou représentant de la violence, du sadisme ou de la cruauté inutiles") is dubbelzinnig. Is het beschrijven of afbeelden van geweld, sadisme of wreedheid toegestaan, bepaaldelijk indien ze als "utile" kunnen worden aangezien? Hoe kan in dat geval geoordeeld worden dat zulke beschrijvingen of afbeeldingen voldoen aan het criterium dat ze "utile" zijn ?

De tekst zou aan duidelijkheid winnen indien hij als volgt zou worden geredigeerd : "décrivant ou représentant de la violence gratuite, du sadisme ou de la cruauté". Eenzelfde opmerking geldt voor de Nederlandse tekst, waarin men schrijve : "het beschrijven of afbeelden van zinloos geweld, van sadisme of wreedheid;".

Artikel 8

Artikel 8, 2°, is in bijzonder vage bewoordingen gesteld.

De Raad van State vraagt zich af of deze bepaling niet overtollig is ten opzichte van het bepaalde in artikel 79 van het ontwerp.

Deze bepalingen moeten worden herzien.

Article 15

La dernière phrase de l'article 15 du projet prévoit que "si le service clientèle n'est pas accessible en dehors des heures de bureau, l'utilisateur final a la possibilité d'enregistrer sa question sur un répondeur et celle-ci sera traitée le jour ouvrable suivant par la personne qui offre le service payant".

Ne doit-on pas prévoir la possibilité que la question soit traitée par le service clientèle plutôt que par la personne qui offre le service payant ?

Article 34

A l'alinéa 3, dans la version française, il est fait mention d'une "preuve irréfutable". Il y lieu d'assurer la concordance avec la version néerlandaise. Sans doute s'agit-il, comme l'indique le rapport au Roi, d'un renversement de la charge de la preuve de sorte que l'utilisateur final peut prouver le contraire.

La version française sera revue en conséquence.

Article 53

L'alinéa 1er de cette disposition précise que les services payants destinés aux mineurs d'âge et la publicité pour ces services ne peuvent pas s'adresser aux mineurs d'âge de moins de 12 ans.

Quant à l'alinéa 2, il prévoit que la publicité pour ces services ne peut "en aucun cas être directement ou indirectement fournie aux mineurs d'âge de moins de 12 ans".

Afin d'éviter toute redondance entre les alinéas 1er et 2, il y a lieu d'omettre dans l'alinéa 1er les mots "et la publicité pour ces services".

Article 57

L'article 57 du projet prévoit de soustraire aux obligations prévues par les articles 58 à 71 les jeux réglementés "par un arrêté pris sur la base de l'article 3.4 de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs".

L'attention de l'auteur du projet est attirée sur le fait que l'article 3.4 de la loi du 7 mai 1999 précitée est abrogé par l'article 4 de la loi du 10 janvier 2010 portant modification de la législation relative aux jeux de hasard. Selon l'article 61 de la même loi, cette abrogation entrera en vigueur le 1er janvier 2011 ou à une date antérieure fixée par le Roi.

Par ailleurs, l'article 26 de la loi du 10 janvier 2010 précitée prévoit d'insérer dans la loi du 7 mai 1999 précitée un chapitre IV/2 relatif aux "jeux média", qui fixent les obligations qui s'imposent à ce type de jeux, lesquels sont définis par l'article 2, 9°, de la loi du 7 mai 1999 précitée, tel qu'inséré par l'article 3 de la loi du 10 janvier 2010 précitée, comme étant les jeux de hasard exploités par les média.

L'article 57 du projet sera revu afin de viser tant les jeux réglementés sur la base actuelle de l'article 3.4. de la loi du 7 mai 1999 précitée que sur la base future du chapitre IV/2 de cette même loi.

Article 79

Il est renvoyé à l'observation faite sous l'article 8.

Article 101

Cette disposition, qui concerne les délais de paiement d'une amende administrative imposée par la Commission d'éthique, ne peut trouver son fondement légal dans l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 précitée.

L'article 101 du projet sera donc omis.

Article 102

En tant que cette disposition impose à toute personne impliquée dans la fourniture d'un service payant de collaborer à l'exécution de la suspension ou de la radiation de ce service prononcée par la Commission d'éthique, elle va au-delà de l'habilitation faite au Roi, par l'article 134, § 2, de prévoir les conditions de collaboration des "opérateurs", et non de toute personne impliquée dans la fourniture d'un service payant.

L'article 102 sera modifié afin de ne viser que les opérateurs.

Artikel 15

De laatste zin van artikel 15 van het ontwerp luidt als volgt : "Indien de klantendienst niet bereikbaar is buiten de kantooruren, wordt er aan de eindgebruiker de mogelijkheid geboden om zijn vraag in te spreken op een antwoordapparaat en wordt die vraag de volgende werkdag behandeld door de persoon die de betalende dienst aanbiedt."

Moet niet worden voorzien in de mogelijkheid dat de vraag behandeld wordt door de klantendienst, veeleer dan door de persoon die de betalende dienst aanbiedt?

Artikel 34

In de Franse lezing van het derde lid is sprake van een "preuve irréfutable". Er moet worden gezorgd voor overeenstemming met de Nederlandse lezing. Wellicht betreft het, zoals wordt aangegeven in het verslag aan de Koning, een omkering van de bewijslast, zodat de eindgebruiker het tegendeel kan bewijzen.

De Franse lezing moet dienovereenkomstig worden herzien.

Artikel 53

In het eerste lid van deze bepaling staat te lezen dat betalende diensten bestemd voor minderjarigen en de reclame voor deze diensten niet mogen worden gericht aan minderjarigen jonger dan 12 jaar.

Het tweede lid bepaalt dat de reclame voor deze diensten "in geen geval [...] rechtstreeks of onrechtstreeks [mag] worden bezorgd aan minderjarigen jonger dan 12 jaar".

Teneinde iedere overlapping tussen het eerste en het tweede lid te voorkomen, moeten in het eerste lid de woorden "en reclame voor dergelijke diensten" vervallen.

Artikel 57

Artikel 57 van het ontwerp bepaalt dat de verplichtingen omschreven in de artikelen 58 tot 71 niet van toepassing zijn op "spelen gereglementeerd door middel van een besluit genomen op grond van artikel 3.4 van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers".

De steller van het ontwerp wordt erop gewezen dat artikel 3.4 van de voornoemde wet van 7 mei 1999 opgeheven wordt bij artikel 4 van de wet van 10 januari 2010 tot wijziging van de wetgeving inzake kansspelen. Volgens artikel 61 van deze laatste wet treedt de opheffing in werking op 1 januari 2011 of op een vroegere datum vastgesteld door de Koning.

Voorts bepaalt artikel 26 van de voornoemde wet van 10 januari 2010 dat in de voornoemde wet van 7 mei 1999 een hoofdstuk IV/2 wordt ingevoegd met betrekking tot de "mediaspelen", waarin de verplichtingen worden omschreven inzake dit type van spelen, welke in artikel 2, 9°, van de voornoemde wet van 7 mei 1999, zoals het is ingevoegd bij artikel 3 van de voornoemde wet van 10 januari 2010, worden gedefinieerd als een "kansspel waarvan de exploitatie gebeurt via de media".

Artikel 57 van het ontwerp moet worden herzien, zodat het zowel verwijst naar de spelen gereglementeerd op de huidige basis van artikel 3.4 van de voornoemde wet van 7 mei 1999, als naar die welke worden gereglementeerd op de toekomstige basis van hoofdstuk IV/2 van dezelfde wet.

Artikel 79

Er wordt verwezen naar de opmerking gemaakt onder artikel 8.

Artikel 101

Deze bepaling, die betrekking heeft op de termijnen waarbinnen een administratieve geldboete opgelegd door de Ethische Commissie moet worden betaald, kan haar rechtsgrond niet ontlenen aan artikel 134, § 2, van de voornoemde wet van 13 juni 2005.

Artikel 101 van het ontwerp moet dan ook vervallen.

Artikel 102

Deze bepaling gaat, in zoverre ze iedere persoon betrokken bij het aanbieden van een betalende dienst verplicht zijn medewerking te verlenen aan de uitvoering van de door de Ethische Commissie uitgesproken schorsing of schrapping van die dienst, de machtiging te buiten die artikel 134, § 2, aan de Koning verleent om de voorwaarden vast te leggen voor medewerking van de "operatoren", doch niet van iedere persoon betrokken bij het aanbieden van een betalende dienst.

Artikel 102 moet aldus worden gewijzigd dat het alleen slaat op de operatoren.

Article 103

La disposition en projet ne peut trouver son fondement légal dans l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 précitée.

Elle sera dès lors omise.

(*) Par courriel du 22 décembre 2009.

(1) Cette habilitation n'est pas modifiée par l'article 24 de l'avant-projet de loi portant diverses mesures en matière de communications électroniques, sur lequel le Conseil d'Etat a donné, le 27 janvier 2010, son avis 47.626/4, qui a pour objet de compléter l'article 134, § 2, de la loi du 13 juin 2005 afin de préciser ce qui suit :

« Les conditions du Code d'éthique s'appliquent sans préjudice de l'application des dispositions de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur et de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information. »

Le commentaire de cet article dispose d'ailleurs comme suit :

« Afin d'éviter toute discussion sur la compatibilité du Code d'éthique avec la loi sur les pratiques du commerce et la loi sur la société de l'information, il est expressément prévu que les dispositions de ces lois restent entièrement d'application. Les opérateurs concernés devront donc respecter entièrement les dispositions en matière de pratiques du commerce et de la société de l'information et observer en même temps les conditions du Code d'éthique. »

(2) Sur le caractère pénal d'une sanction administrative, voir, notamment, Th. BOMBOIS et D. DEOM, "La définition de la sanction administrative", in R. ANDERSEN, D. DEOM et D. RENDERS (dir.), Les sanctions administratives, pp.102-128.

(3) J. VELU et R. ERGEC, La Convention européenne des droits de l'homme, Bruylant, Bruxelles, 1990, p. 521.

(4) Cour eur. dr. h., Grande chambre, Zolotoukhine c. Russie, 10 février 2009, §§ 81 et 82. Sur cet arrêt, voir l'avis 47.321/2, donné le 16 novembre 2009, sur un projet devenu le décret du 10 décembre 2009 modifiant le Code des taxes assimilées aux impôts sur les revenus, l'arrêté royal du 3 avril 1953 coordonnant les dispositions légales concernant les débits de boissons fermentées, la loi du 13 juillet 1987 relative aux redevances radio et télévision et le décret du 6 mai 1999 relatif à l'établissement, au recouvrement et au contentieux en matière de taxes régionales wallonnes (*Doc. parl.*, Parl. wall., 2009-2010, n° 117/1, pp. 52 à 61).

La chambre était composée de :

MM. :

P. Liénardy, président de chambre;

J. Jaumotte et L. Detroux, conseillers d'Etat;

G. Delannay, greffier assumé.

Le rapport a été présenté par Mme L. Vancrayebeck, auditeur.

(...)

Le greffier, Le président,
G. Delannay. P. Liénardy.

Artikel 103

De ontworpen bepaling kan haar rechtsgrond niet ontlenen aan artikel 134, § 2, van de voornoemde wet van 13 juni 2005.

Deze bepaling moet dan ook vervallen.

(*) Bij e-mail van 22 december 2009.

(1) Deze machtiging wordt niet gewijzigd bij artikel 24 van het voorontwerp van wet houdende diverse bepalingen inzake telecommunicatie, waarover de Raad van State op 27 januari 2010 zijn advies 47.626/4 heeft verstrekt, welk artikel ertoe strekt artikel 134, § 2, van de wet van 13 juni 2005 als volgt aan te vullen :

« De voorwaarden van de Ethische Code gelden onverminderd de toepassing van de bepalingen van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument en van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij. »

De commentaar op dit artikel luidt trouwens als volgt :

« Om elke mogelijke juridische discussie over de verenigbaarheid van de Ethische Code met de wet op de handelspraktijken en met de wet op de diensten van de informatiemaatschappij te vermijden, wordt uitdrukkelijk voorzien dat de bepalingen van deze wetten onverminderd van kracht blijven. De betrokken operatoren moeten dus ten volle alle bepalingen inzake de handelspraktijken en de informatiemaatschappij naleven en terzelfder tijd de voorwaarden van de Ethische Code in acht nemen. »

(2) Omtrent het strafrechtelijke karakter van een administratieve sanctie, zie inzonderheid Th. Bombois en D. Deom, "La définition de la sanction administrative", in R. Andersen, D. Deom en D. Renders (dir.), Les sanctions administratives, blz. 102-128.

(3) J. Velu en R. Ergec, La Convention européenne des droits de l'homme, Bruylant, Brussel, 1990, blz. 521.

(4) EHRM, Grote Kamer, Zolotouchin tegen Rusland, 10 februari 2009, punten 81 en 82. Omtrent dit arrest, zie advies 47.321/2, op 16 november 2009 verstrekt over een ontwerp dat is geworden het decreet van 10 december 2009 houdende wijziging van het Wetboek van de met de inkomstenbelastingen gelijkgestelde belastingen, het koninklijk besluit van 3 april 1953 tot samenordening van de wetsbepalingen inzake de slijterijen van gegiste dranken, de wet van 13 juli 1987 betreffende het kijk- en luistergeld en het decreet van 6 mei 1999 betreffende de vestiging, de invordering en de geschillen inzake de directe gewestelijke belastingen (*Parl. St.*, Waals Parl., 2009-2010, nr. 117/1, 52 tot 61).

De kamer was samengesteld uit :

De heren :

P. Liénardy, kamervoorzitter;

J. Jaumotte en L. Detroux, staatsraden;

G. Delannay, toegevoegd griffier.

Het verslag werd uitgebracht door Mevr. L. Vancrayebeck, auditeur.

De overeenstemming tussen de Franse en de Nederlandse tekst werd nagezien onder toezicht van de heer P. Liénardy.

De griffier, De voorzitter,
G. Delannay. P. Liénardy.

---

9 FEVRIER 2011. — Arrêté royal établissant le Code d'éthique pour les télécommunications

ALBERT II, Roi des Belges,

A tous, présents et à venir, Salut.

Vu la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, article 134, § 2, modifiée par la loi du 18 mai 2009 portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques

Vu la communication faite le 29 juilliet 2009 à la Commission européenne, en application de l'article 8, alinéa 1er, de la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information;

Considérant l'avis de la Commission de la protection de la vie privée n° 26/2009 du 14 octobre 2009;

Vu la proposition de la Commission d'éthique pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications électroniques du 16 décembre 2009;

Vu l'avis de l'Inspecteur des Finances, donné le 8 février 2010;

9 FEBRUARI 2011. — Koninklijk besluit tot vaststelling van de Ethische Code voor de telecommunicatie

ALBERT II, Koning der Belgen,

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

Gelet op de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, artikel 134, § 2, gewijzigd bij de wet van 18 mei 2009 houdende diverse bepalingen inzake elektronische communicatie;

Gelet op de mededeling aan de Europese Commissie, op 29 juli 2009, met toepassing van artikel 8, eerste lid, van Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften en regels betreffende de diensten van de informatiemaatschappij;

Overwegende het advies van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer nr. 26/2009 van 14 oktober 2009;

Gelet op het voorstel van de Ethische Commissie voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken van 16 december 2009;

Gelet op het advies van de Inspecteur van Financiën, gegeven op 8 februari 2010;

Vu l'accord du Ministre du Budget, donné le 20 octobre 2010;

Vu l'avis 47.649/4 du Conseil d'Etat, donné le 8 février 2010, en application de l'article 84, alinéa 1er, 1°, des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat le 12 janvier 1973;

Sur la proposition de Notre Ministre pour l'Entreprise et la Simplification et de Notre Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation,

Nous avons arrêté et arrêtons :

CHAPITRE 1er. — *Définitions*

Article 1er. Pour l'application du présent arrêté, l'on entend par :

1° « numéro payant » : numéro de la série ou des séries prévues dans le plan de numérotation national pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications électroniques;

2° « tarif utilisateur final » : le tarif total à payer par l'abonné, y compris la taxe sur la valeur ajoutée, toutes les autres taxes et les coûts de tous les services à payer obligatoirement en plus par l'abonné;

3° « publicité » toute communication qui vise directement ou indirectement à favoriser la vente d'un service payant via un réseau de communications électroniques, quel que soit le lieu ou les moyens de communication utilisés;

4° « identité de service » : la première partie du numéro utilisée dans le plan de numérotation pour l'identification d'un groupe de services similaires;

5° « préfixe » : indicateur qui ne fait pas partie du numéro, qui est composé d'un ou plusieurs chiffres, et qui permet la sélection des différents types de formats de numéro, à savoir les formats de numéros locaux, nationaux et internationaux, et des réseaux et services de transit;

6° « service de messagerie payant » : service payant via un réseau de communications électroniques qui pour son achat complet nécessite la réception de deux ou plusieurs messages SMS ou MMS payants par l'utilisateur final;

7° « service d'abonnement » : un service de messagerie payant dans le cadre duquel l'utilisateur final reçoit, après s'être inscrit, à intervalles réguliers un service ou une information par le biais d'un SMS ou d'un MMS à recevoir par lui, qui peut être gratuit ou payant;

8° « service d'alerte » : service de messagerie payant dans le cadre duquel l'utilisateur final reçoit, après s'être inscrit, par le biais d'un SMS ou d'un MMS à recevoir par lui, qui peut être gratuit ou payant, un service ou une information à chaque fois qu'un événement externe bien déterminé se produit; le nombre de messages que l'utilisateur final reçoit dans le cadre de ce service de messagerie payant ne peut pas être déterminé au préalable;

9° « service payant destiné aux mineurs d'âge » : service payant via un réseau de communications électroniques qui est partiellement ou intégralement destiné à des personnes de moins de 18 ans ou qui est particulièrement attrayant pour ces personnes;

10° « séance de jeu » : l'ensemble des opérations à effectuer pour avoir des chances de gagner un prix lié à un jeu, un concours ou un quiz ou pour connaître les réponses à un énoncé de jeu, de concours ou de quiz;

11° « service payant spécifiquement destiné aux majeurs » : service payant via un réseau de communications électroniques spécifiquement destiné aux personnes âgées de plus de 18 ans;

Gelet op de akkoordbevinding van de Minister van Begroting, d.d. 20 oktober 2010;

Gelet op advies 47.649/4 van de Raad van State, gegeven op 8 februari 2010, met toepassing van artikel 84, § 1, eerste lid, 1°, van de wetten op de Raad van State, gecoördineerd op 12 januari 1973;

Op de voordracht van Onze Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen en van Onze Minister van Klimaat en Energie, belast met Consumentenzaken,

Hebben Wij besloten en besluiten Wij :

HOOFDSTUK 1. — *Definities*

Artikel 1. Voor de toepassing van dit besluit wordt verstaan onder :

1° « betaalnummer » : nummer uit de reeks of reeksen bepaald in het nationale nummerplan voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken;

2° « eindgebruikerstarief » : het totale door de abonnee te betalen tarief, met inbegrip van de belasting over de toegevoegde waarde, alle overige taksen en de kosten van alle diensten die door de abonnee verplicht moeten worden bijbetaald;

3° « reclame » : elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop van een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen;

4° « dienstidentiteit » het eerste gedeelte van het nummer dat in het nummerplan wordt gebruikt voor de identificatie van een groep van gelijkaardige diensten;

5° « prefix » : indicator, die geen deel uitmaakt van het nummer, die uit één of meer cijfers bestaat en die de selectie mogelijk maakt van de verschillende types van nummerformaten, te weten lokale, nationale en internationale nummerformaten, en van transitnetwerken en diensten;

6° « betalende berichtendienst » : betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk die voor de volledige afname ervan de ontvangst van twee of meer betalende SMS- of MMS-berichten door de eindgebruiker vereist;

7° « abonnementsdienst » : een betalende berichtendienst waarbij de eindgebruiker, na zich ingeschreven te hebben, op geregelde tijdstippen via een door hem te ontvangen SMS of MMS, die gratis of betalend kan zijn, een informatie of een dienst verkrijgt;

8° « alarmdienst » : betalende berichtendienst waarbij de eindgebruiker, na zich ingeschreven te hebben, via een door hem te ontvangen SMS of MMS, die gratis of betalend kan zijn, een informatie of een dienst verkrijgt telkens wanneer een welbepaalde externe gebeurtenis zich voordoet; het aantal berichten dat de eindgebruiker in het kader van deze betalende berichtendienst ontvangt kan niet vooraf worden bepaald;

9° « betalende dienst bestemd voor minderjarigen » : betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk die, geheel of gedeeltelijk, specifiek gericht is op personen jonger dan achttien jaar of die als bijzonder aantrekkelijk voor deze personen geldt;

10° « spelsessie » : het geheel van handelingen dat gesteld moet worden om kans te maken op het winnen van een prijs verbonden aan een spel, wedstrijd of een quiz of om de antwoorden te kennen op een spel-, wedstrijd- of quizopgave;

11° « specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst » : betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk die specifiek bestemd is voor personen ouder dan 18 jaar;

12° « service de chat » : un service permettant de mener une conversation en échangeant des messages textuels en temps réel ou en échangeant des fichiers son ou vidéo entre deux ou plusieurs utilisateurs d'équipements terminaux connectés à un réseau de communications électroniques et se trouvant généralement à différents emplacements via un numéro payant ou après souscription au moyen d'un numéro payant;

13° « service payant à données de trafic ou de localisation » : service payant via un réseau de communications électroniques qui exige un traitement particulier des données de trafic ou de localisation allant au-delà de ce qui est strictement nécessaire pour la transmission ou la facturation de la communication électronique;

14° « Loi » : la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques;

15° « AR Numérotation » : l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros.

CHAPITRE 2. — *Fourniture d'informations à la Commission d'éthique pour les télécommunications*

Art. 2. La fourniture d'un service payant via un réseau de communications électroniques (appelé également « service payant » ci-après) n'est pas soumise à une autorisation préalable ou à une exigence ayant un effet équivalent.

Art. 3. L'opérateur d'un numéro payant attribué dispose en permanence des informations suivantes mises à jour :

1° le nom de la personne ou des personnes fournissant un service payant au moyen du numéro payant concerné;

2° une description du type de service qui sera ou est fourni au moyen du numéro concerné;

3° le cas échéant, une description du rôle des autres personnes qui sont impliquées dans la fourniture du service payant;

4° le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, le numéro de fax et l'adresse e-mail du ou des représentant(s) de la ou des personne(s) visée(s) au point 1° qui est ou sont déclaré(s) compétent(s) pour représenter cette ou ces personne(s) dans les relations avec la Commission d'éthique pour les télécommunications;

5° le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, le numéro de fax et l'adresse e-mail du ou des représentant(s) de la ou des personne(s) visée(s) au point 1°, qui est ou sont désigné(s) pour traiter les plaintes ou requêtes individuelles, si cette ou ces personne(s) est ou sont différente(s) de la ou des personne(s) visée(s) au 4°;

6° le cas échéant, l'adresse du ou des sites Internet, sous la forme d'un « URL » ou la ou les pages télétexte sur lesquelles il est fait la publicité du service concerné via le numéro payant;

7° le cas échéant, l'adresse du ou des sites Internet, sous la forme d'un « URL » ou la ou les pages télétexte sur lesquelles peuvent être consultées les conditions générales du service fourni via le numéro payant;

8° le cas échéant, l'adresse du ou des sites Internet, sous la forme d'un « URL » ou la ou les pages télétexte sur lesquelles le fonctionnement du service fourni via le numéro payant est décrit plus en détail;

9° le cas échéant, l'URL auquel l'accès ne peut être obtenu qu'en utilisant un numéro payant ou un logiciel qui utilise numéro payant;

Quand il y a une enquête relative à une infraction présumée, conformément à ce que prévoit l'article 134, § 2, de la loi, l'opérateur met l'information visée à l'alinéa 1er à la disposition de la Commission d'éthique pour les télécommunications dans un délai de deux jours ouvrables suivant la demande de la Commission d'éthique pour les télécommunications ou de son secrétariat.

Art. 4. Les affirmations factuelles formulées dans le cadre d'un service payant via un réseau de communications électroniques ou dans le cadre d'une publicité à cet effet, sont étayées par des preuves. La personne qui offre un service payant est en possession de ces preuves avant de faire la publicité du service concerné. Ces preuves, ainsi qu'une déclaration en soulignant l'importance, sont immédiatement fournies si la Commission d'éthique pour les télécommunications ou son secrétariat en fait la demande dans le cadre de ses compétences.

Art. 5. Sans préjudice de l'application d'autres dispositions légales ou réglementaires, les opérateurs et les personnes qui fournissent des services payants via des réseaux de communications, fournissent sur demande et dans le délai fixé, toutes les informations utiles sur les

12° « chatdienst » : een dienst die het voeren van een gesprek door het heen en weer typen van tekst of het uitwisselen van geluids- of videobestanden tussen twee of meerdere gebruikers van eindapparatuur aangesloten op een elektronische-communicatienetwerk die zich meestal op verschillende locaties bevinden mogelijk maakt via een betaalnummer of na registratie door middel van een betaalnummer;

13° « betalende dienst met verkeers- of locatiegegevens » : betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk die een bijzondere behandeling van verkeers- of locatiegegevens vereist die verder gaat dan wat strikt noodzakelijk is voor het versturen of aanrekenen van de elektronische communicatie;

14° « Wet » : de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie;

15° « KB Nummering » : het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers.

HOOFDSTUK 2. — *Informatieverstrekking aan de Ethische Commissie voor de telecommunicatie*

Art. 2. Het verstrekken van een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk (hierna ook « betalende dienst » genoemd) is niet onderworpen aan een voorafgaande vergunning of een vereiste van gelijkaardige werking.

Art. 3. De operator van een toegewezen betaalnummer beschikt bestendig over de volgende, bijgewerkte, informatie :

1° de naam van de persoon of personen die een betalende dienst aanbieden aan de hand van het betrokken betaalnummer;

2° een omschrijving van het type van dienst die met het betrokken nummer zal worden aangeboden of wordt aangeboden;

3° in voorkomend geval, een omschrijving van de rol van de andere personen die betrokken zijn bij het aanbieden van de betalende dienst;

4° de naam, het adres, het telefoonnummer, het faxnummer en het e-mailadres van de vertegenwoordiger(s) van de onder 1° bedoelde persoon of personen die bevoegd zijn verklaard om die persoon of personen te vertegenwoordigen in de betrekkingen met de Ethische Commissie voor de telecommunicatie;

5° de naam, het adres, het telefoonnummer, het faxnummer en het e-mailadres van de vertegenwoordiger(s) van de onder 1° bedoelde persoon of personen, die zijn aangeduid om individuele klachten of onderzoeken te behandelen, indien deze persoon of personen verschillend zijn van de persoon of personen bedoeld onder 4°;

6° in voorkomend geval, het adres van de website(s) in de vorm van een « URL » of de teletekstpagina(s) waarop reclame wordt gemaakt voor de dienst die aangeboden wordt via het betaalnummer;

7° in voorkomend geval, het adres van de website(s) in de vorm van een « URL » of de teletekstpagina(s) waarop de algemene voorwaarden geconsulteerd kunnen worden van de dienst die aangeboden wordt via het betaalnummer;

8° in voorkomend geval, het adres van de website(s) in de vorm van een « URL » of de teletekstpagina(s) waarop de werking van de dienst die aangeboden wordt via het betaalnummer nader wordt omschreven;

9° in voorkomend geval, de URL waartoe enkel toegang verkregen kan worden door gebruik te maken van een betaalnummer of software die gebruikmaakt van een betaalnummer;

Wanneer er een onderzoek wordt gevoerd naar een vermoede overtreding, conform de bepalingen van artikel 134, § 2, van de wet, stelt de operator de informatie bedoeld in het eerste lid ter beschikking van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie binnen een termijn van twee werkdagen volgend op het verzoek van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat.

Art. 4. Feitelijke beweringen die gemaakt worden in het kader van een betalende dienst via een elektronische-commmunicatienewerk of in het kader van een reclame ervoor, worden gestaafd door bewijselementen. De persoon die een betalende dienst aanbiedt is in het bezit van deze bewijselementen alvorens reclame voor de betrokken dienst te maken. Deze bewijselementen worden, samen met een verklaring over het belang ervan, onmiddellijk verstrekt indien de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat binnen het kader van haar bevoegdheden erom vraagt.

Art. 5. Onverminderd de toepassing van andere wettelijke of reglementaire bepalingen verstrekken de operatoren en de personen die betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aanbieden, op verzoek en binnen de gestelde termijn, alle nuttige informatie

services payants via des réseaux de communications électroniques à la Commission d'éthique pour les télécommunications ou son secrétariat.

CHAPITRE 3. — *Règles générales en matière de légalité, éthique et honnêteté des services payants via des réseaux de communications électroniques*

Section 1re. — Légalité et éthique

Art. 6. Les services payants et la publicité à cet effet sont conformes à toutes les lois applicables et ne peuvent rien contenir qui soit contraire à celles-ci, ni omettre quelque chose devant être légalement inclus. Les services et la publicité à cet effet ne peuvent rien faciliter ni encourager qui soit illégal d'une quelconque manière.

Art. 7. Les services payants et la publicité à cet effet ne peuvent pas être de nature susceptible de :

1° porter préjudice à la protection de la vie privée;

2° susciter de la peur, de la crainte ou de l'aversion en :

a) décrivant ou représentant de la violence gratuite, du sadisme ou de la cruauté inutiles;

b) faisant mention sans raison de terrorisme, d'une menace terroriste, d'une catastrophe naturelle ou d'un drame causé par des personnes, même en guise de plaisanterie;

3° encourager ou inciter une personne à poser des actes nuisibles ou dangereux ou à utiliser ou vendre des substances nuisibles ou dangereuses, acheter, utiliser ou commercialiser des produits ou services;

4° aider une personne à éviter des contrôles légaux encourageant la sécurité, dont la sécurité routière;

5° susciter la discorde ou en faire la promotion en se basant sur le sexe, l'état civil, l'orientation sexuelle, le patrimoine, la naissance, l'âge, la langue, l'orientation sexuelle, la nationalité, la religion ou la conception de la vie, les convictions politiques, l'état de santé actuel ou futur, un handicap, une caractéristique physique ou génétique ou l'origine sociale;

6° causer des affronts ou provoquer l'indignation publique en :

a) utilisant un langage inconvenant ou indécent;

b) utilisant un langage ou des images sexuelles explicites, sauf dans le cadre de services payants spécifiquement destinés aux majeurs d'âge;

c) humiliant, avilissant ou en rabaissant;

7° faire usage de messages subliminaux.

Art. 8. Les numéros payants ne peuvent pas être utilisés pour :

1° promouvoir ou faciliter la prostitution;

2° offrir ou faciliter des services à caractère sexuel qui, du fait de leur emplacement dans la publication ou de leur heure de diffusion télévisuelle ou radiophonique, peuvent s'adresser à des mineurs d'âge;

3° offrir ou faciliter des services à caractère sexuel offerts par des mineurs d'âge;

4° offrir ou faciliter des services indiquant qu'une personne souhaite commettre des actes de débauche avec d'autres personnes.

Art. 9. Il est interdit d'utiliser un numéro payant pour faire de la publicité non sollicitée ou toute autre démarche commerciale non sollicitée.

Art. 10. Les services payants et la publicité à cet effet ne peuvent pas tenter de profiter de manière illégitime d'une caractéristique ou d'une circonstance rendant les utilisateurs finals vulnérables ou les encourageant d'une autre manière à avoir des conversations ou à envoyer des messages dont le nombre ou la durée est déraisonnable ou excessif.

Section2. — Honnêteté et transparence

Art. 11. Les services payants et la publicité à cet effet ne peuvent pas :

1° suggérer que des futurs événements peuvent être prévus en l'absence de preuve scientifique ou de la mention du caractère aléatoire ou non fondé des informations fournies;

2° être de nature à induire en erreur suite à de l'inexactitude, de l'ambiguïté, de l'exagération, des omissions ou d'une autre manière.

in verband met betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aan de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat.

HOOFDSTUK 3. — *Algemene regels inzake de wettelijkheid, ethiek, eerlijkheid en transparantie van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken*

Afdeling 1. — Wettelijkheid en ethiek

Art. 6. De betalende diensten en de reclame ervoor voldoen aan alle toepasselijke wetten en mogen niets bevatten dat in strijd is met deze wetten, noch iets weglaten wat wettelijk inbegrepen moet zijn. De diensten en de reclame ervoor mogen niets vergemakkelijken of aanmoedigen dat op enige manier onwettig is.

Art. 7. De betalende diensten en de reclame ervoor mogen niet van die aard zijn dat ze :

1° afbreuk doen aan de bescherming van de persoonlijke levenssfeer;

2° schrik, vrees of afschuw veroorzaken door :

a) het beschrijven of afbeelden van nodeloos geweld, sadisme of wreedheid;

b) het ongegrond melding maken van terrorisme, een terroristische dreiging, een natuurramp of een door mensen veroorzaakt drama, zelfs bij wijze van grap;

3° een persoon ertoe aanmoedigen of aansporen om schadelijke of gevaarlijke daden te stellen of schadelijke of gevaarlijke substanties, producten of diensten aan te schaffen, te gebruiken of te verhandelen;

4° een persoon helpen om wettelijke controles ter bevordering van de veiligheid, waaronder de verkeersveiligheid, te omzeilen;

5° onenigheid met zich brengen of bevorderen op grond van geslacht, burgerlijke staat, vermogen, geboorte, leeftijd, taal, seksuele geaardheid, nationaliteit, geloof of levensbeschouwing, politieke overtuiging, huidige of toekomstige gezondheidstoestand, handicap, een fysieke of genetische eigenschap of sociale afkomst;

6° ernstige belediging of publieke verontwaardiging veroorzaken door :

a) gebruik te maken van onbehoorlijke of obscene taal;

b) gebruik te maken van seksueel expliciete taal of afbeeldingen, behalve in het kader van specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende diensten;

c) te vernederen, onteren of verlagen;

7° gebruikmaken van subliminale berichten.

Art. 8. Betaalnummers mogen niet gebruikt worden om :

1° prostitutie te bevorderen of te vergemakkelijken;

2° seksuele diensten aan te bieden of te vergemakkelijken die, wegens de plaats ervan in de publicatie of het tijdstip van uitzending op de radio of televisie, zich kunnen richten op minderjarigen;

3° seksuele diensten aangeboden door minderjarigen aan te bieden of te vergemakkelijken;

4° diensten aan te bieden of te vergemakkelijken die te kennen geven dat een persoon ontucht wil plegen met andere personen.

Art. 9. Het is verboden een betaalnummer te gebruiken voor het voeren van ongevraagde reclame of enige andere ongewenste commerciële handeling.

Art. 10. De betalende diensten en de reclame ervoor mogen niet proberen op onrechtmatige manier te profiteren van een eigenschap of omstandigheid die eindgebruikers kwetsbaar maakt of op een andere manier eindgebruikers aanmoedigen om gesprekken te voeren of berichten te sturen die onredelijk of buitensporig zijn in aantal of duur.

Afdeling 2. — Eerlijkheid en transparantie

Art. 11. De betalende diensten en de reclame ervoor mogen niet :

1° suggereren dat toekomstige gebeurtenissen kunnen worden voorzien zonder wetenschappelijk bewijs of vermelding van de toevallige aard of van de ongegrondheid van de verstrekte informatie;

2° van die aard zijn dat ze kunnen misleiden door onnauwkeurigheid, dubbelzinnigheid, overdrijving, weglating of op een andere manier.

Art. 12. Les services payants doivent contenir uniquement des informations communiquées en toute bonne foi et que la personne qui offre un service payant estime raisonnablement correctes et actuelles au moment où elles sont communiquées à l'utilisateur final Lorsque l'information fournie est liée au temps, la personne qui offre le service payant communique clairement quand celle-ci a été mise à jour pour la dernière fois.

Art. 13. Un service payant via un réseau de communications électroniques ne peut pas être présenté comme étant « gratuit ». Les produits ou services fournis pendant un appel ou en conséquence directe de celui-ci ne peuvent pas être décrits comme « gratuits » s'ils ne peuvent être obtenus qu'en utilisant un numéro payant.

Art. 14. Si l'achat d'un service payant est soumis à des conditions générales, ces conditions seront rendues opposables à l'utilisateur final.

Les conditions générales peuvent être consultées gratuitement et en permanence.

Les conditions générales sont mises gratuitement à la disposition de l'utilisateur final par écrit ou sur un autre support durable.

Art. 15. Toute personne qui offre un service payant dispose d'un service clientèle, ou veille à ce qu'un service clientèle soit disponible, auprès duquel tout utilisateur final peut obtenir les informations nécessaires sur le service proposé. Le service clientèle ainsi fourni dispose d'un personnel et d'un équipement suffisants et permet à l'utilisateur final de parler effectivement avec une personne physique via un numéro de téléphone national, dont les coûts des communications à la minute ne dépassent pas ceux d'un appel vers un numéro géographique. Si le service clientèle n'est pas accessible en dehors des heures de bureau, l'utilisateur final a la possibilité d'enregistrer sa question sur un répondeur et celle-ci sera traitée le jour ouvrable suivant par le service clientèle qu' a établi la personne qui offre le service payant.

Art. 16. Les personnes visées à l'article 134, § 2, alinéa 3, de la loi publient le(s) code(s) de conduite au(x)quel(s) elles ont souscrit sur leur site Internet.

Elles publient également l'arrêté actuel ou un lien vers l'arrêté actuel à l'endroit où les personnes visées à l'alinéa précédent publient les informations visées à l'alinéa précédent sur leur site Internet, ainsi que des informations claires, correctes et univoques sur les possibilités de recours contre l'utilisation et la facturation de numéros payants.

La personne visée à l'article 134, § 2, alinéa 3, de la loi, communique à toutes les personnes qui le demandent gratuitement et par écrit ou sur un autre support durable le(s) code(s) de conduite au(x)quel(s) elles ont souscrit et/ou l'arrêté actuel.

Art. 17. Les conditions générales de la personne visée à l'article 134, § 2, alinéa 3, de la loi, indiquent les modalités de règlement des litiges, y compris la possibilité d'introduire une plainte auprès de la Commission d'éthique pour les télécommunications.

CHAPITRE 4. — *Règles générales relatives à la protection des mineurs d'âge*

Art. 18. Si un service payant n'est pas approprié pour un mineur d'âge ou une catégorie de mineurs d'âge, toute la publicité relative à ce service mentionne expressément l'âge requis pour accéder au service.

Quand un service payant n'est pas approprié à un mineur d'âge, la publicité relative à ce service ne peut se retrouver simultanément avec des publicités relatives à des services tous publics.

CHAPITRE 5. — *Numéros par lesquels des services payants via des réseaux de communications électroniques doivent être fournis*

Art. 19. Chaque service payant est fourni au moyen d'un numéro compatible avec l'utilisation des séries de numéro fixées dans l'annexe.

CHAPITRE 6. — *Publicité pour des services payants via des réseaux de communications électroniques*

Section 1re. — Règles générales relatives à la mention des tarifs utilisateur final

Sous-section 1re. — Contenu de la mention

Art. 20. Toute publicité relative à un service payant mentionne le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour un appel national vers ou une communication avec le service payant concerné.

Art. 12. Betalende diensten mogen enkel informatie bevatten die te goeder trouw wordt gegeven en die de persoon die een betalende dienst aanbiedt redelijkerwijze correct en up-to-date acht op het ogenblik dat die informatie aan de eindgebruiker wordt verstrekt. Wanneer de geleverde informatie tijdsgevoelig is, maakt de persoon die de betalende dienst aanbiedt duidelijk wanneer die informatie het laatst is bijgewerkt.

Art. 13. Een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk mag niet als « gratis » worden voorgesteld. Producten of diensten die geleverd worden tijdens een oproep of als direct gevolg hiervan, mogen niet als « gratis » worden omschreven wanneer die enkel kunnen worden verkregen door gebruik te maken van een betaalnummer.

Art. 14. Indien het afnemen van een betalende dienst onderworpen is aan algemene voorwaarden, worden deze voorwaarden tegenstelbaar gemaakt aan de eindgebruiker.

De algemene voorwaarden zijn op kosteloze en permanente wijze consulteerbaar.

De algemene voorwaarden worden kosteloos op schrift of op een andere duurzame drager ter beschikking gesteld van de eindgebruiker.

Art. 15. Iedere persoon die een betalende dienst aanbiedt beschikt over een klantendienst, of zorgt ervoor dat een klantendienst beschikbaar is, waarop iedere eindgebruiker de nodige informatie kan verkrijgen over de aangeboden dienst. De klantendienst die aldus verstrekt wordt is behoorlijk bemand en uitgerust en geeft de eindgebruiker via een nationaal telefoonnummer, waarvan de gesprekskosten per minuut niet hoger zijn dan deze voor een oproep naar een geografisch nummer, de mogelijkheid om effectief te spreken met een fysieke persoon. Indien de klantendienst niet bereikbaar is buiten de kantooruren, wordt er aan de eindgebruiker de mogelijkheid geboden om zijn vraag in te spreken op een antwoordapparaat en wordt die vraag de volgende werkdag behandeld door de klantendienst die de persoon die de betalende dienst aanbiedt, heeft opgericht.

Art. 16. De personen bedoeld in artikel 134, § 2, derde lid, van de wet publiceren de gedragscode(s) die zij onderschreven hebben op hun website.

Op de plaats waar de in het eerste lid bedoelde personen de in het vorige lid bedoelde informatie publiceren op hun website, publiceren zij ook het huidige besluit of een link naar het huidige besluit, evenals duidelijke, correcte, volledige en ondubbelzinnige informatie over de beroepsmogelijkheden tegen het gebruik en/of de aanrekening van betaalnummers.

De persoon bedoeld in artikel 134, § 2, derde lid, van de wet verstrekt aan alle personen die hierom verzoeken kosteloos en op schrift of op een andere duurzame drager de gedragscode(s) die zij onderschreven hebben en/of het huidige besluit.

Art. 17. De algemene voorwaarden van de persoon bedoeld in artikel 134, § 2, derde lid, van de wet vermeldt de wijze waarop geschillen kunnen worden beslecht, met inbegrip van de mogelijkheid tot het indienen van een klacht bij de Ethische Commissie voor de telecommunicatie.

HOOFDSTUK 4. — *Algemene regels betreffende de bescherming van minderjarigen*

Art. 18. Indien een betalende dienst niet geschikt is voor een minderjarige of een categorie minderjarigen, vermeldt alle reclame rond die dienst uitdrukkelijk de vereiste leeftijd voor toegang tot de dienst.

Wanneer een betalende dienst niet geschikt is voor een minderjarige, mag de reclame voor deze dienst niet samenvallen met reclame voor diensten die voor een algemeen publiek bestemd zijn.

HOOFDSTUK 5. — *Nummers waarmee betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken moeten worden aangeboden*

Art. 19. Iedere betalende dienst wordt aangeboden door middel van een nummer dat verenigbaar is met het gebruik van de nummerreeksen vastgelegd in de bijlage.

HOOFDSTUK 6. — *Reclame voor betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken*

Afdeling 1. — Algemene regels met betrekking tot het vermelden van de eindgebruikerstarieven

Onderafdeling 1. — Inhoud van de vermelding

Art. 20. Alle reclame met betrekking tot een betalende dienst maakt melding van het hoogste eindgebruikerstarief dat in de sector van de elektronische communicatie toegepast wordt op een nationale oproep naar of communicatie met de betrokken betalende dienst.

Le tarif utilisateur final visé à l'alinéa 1er est exprimé en euro à la minute ou s'affiche comme un montant fixe en euro par appel ou par message. Une abréviation de la monnaie euro ne peut être utilisée qu'en utilisant les lettres « EUR », le symbole « € » ou une autre abréviation éventuelle respectant l'orthographe de l'abréviation qui a été reconnue par l'Union européenne pour cette monnaie.

Si le tarif utilisateur final est facturé à la minute ou par appel, la mention n'utilise pas d'autre abréviation que « min » pour indiquer l'unité de temps « minute ».

Si le tarif utilisateur final est facturé par message, l'événement ou les événements donnant lieu à la facturation du tarif utilisateur final, en particulier la mention indiquant si un tarif utilisateur final est facturé lors de l'envoi d'un message par l'utilisateur final, lors de la réception d'un message ou pour les deux sont indiqués de manière claire et univoque, sans utiliser des abréviations ou des acronymes autres que « SMS » ou « MMS ».

Le tarif utilisateur final exprimé ou affiché ne peut en aucun cas dépasser le tarif utilisateur final maximum applicable fixé à l'article 48, 50 ou 71 de l'AR Numérotation ou dans tout autre arrêté d'exécution de l'article 11 de la loi.

Art. 21. Par dérogation à l'article 20, alinéas 1er et 2, les règles spécifiques suivantes s'appliquent pour la mention des tarifs utilisateur final :

1° Si le service payant prend la forme d'un service d'abonnement, la publicité mentionne :

a) le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour l'envoi du message au moyen duquel la souscription au service concerné est effectuée;

b) le prix total le plus élevé appliqué dans le secteur des communications électroniques exprimé par période à laquelle l'utilisateur final s'engage lors de la souscription;

c) le nombre de messages envoyés dans le cadre de l'abonnement par le service payant et/ou la fréquence des messages envoyés au cours de la période à laquelle l'utilisateur final s'engage lors de la souscription.

2° Si le service payant prend la forme d'un service de messagerie payant, à l'exception d'un service d'abonnement, la publicité mentionne :

a) le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour l'envoi du message à l'aide duquel la souscription au service concerné est effectuée;

b) si d'application, le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour la réception de chaque message envoyé à l'utilisateur final par le service concerné;

3° Si le service payant prend la forme d'un service de messagerie payant, à l'exception d'un service d'abonnement ou d'alerte, la publicité mentionne :

a) le nombre de messages SMS ou MMS qui doivent être envoyés et/ou reçus par l'utilisateur final en vue d'acquérir ou d'acheter le service concerné, en mentionnant le nombre maximum de messages à payer par l'abonné;

b) le prix total le plus élevé appliqué dans le secteur des communications électroniques pour l'acquisition ou l'achat du service payant en question.

4° A partir du moment où pour la participation complète à un jeu, concours ou quiz, organisé au moyen d'un numéro court SMS ou MMS payant, plus d'un message doit être envoyé par l'utilisateur final, la publicité mentionne :

a) le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour chaque message devant être envoyé ou reçu pour pouvoir participer au jeu, concours ou quiz;

b) le coût total le plus élevé appliqué dans le secteur des communications électroniques pour parcourir une séance de jeu.

Sous-section 2. — Mode et fréquence de la mention

Art. 22. Si le tarif utilisateur final est communiqué par écrit, les caractères utilisés sont lisibles et bien visibles.

Le tarif utilisateur final et l'événement ou les événements donnant lieu à la facturation du tarif utilisateur final sont indiqués à proximité immédiate du numéro payant et sont séparés de tout autre texte. Le

Het eindgebruikerstarief bedoeld in het eerste lid wordt uitgedrukt in euro per minuut of wordt weergegeven als een vast bedrag in euro per oproep of per bericht. Een afkorting van de munteenheid euro mag enkel plaatsvinden door middel van de letters « EUR », het symbool « € » of een eventuele andere door de Europese Unie erkende verkorte schrijfwijze van deze munteenheid.

Indien het eindgebruikerstarief aangerekend wordt per minuut of per oproep, wordt in de vermelding geen gebruik gemaakt van afkortingen andere dan « min » voor het aanduiden van de tijdseenheid « minuut ».

Indien het eindgebruikerstarief aangerekend wordt per bericht worden de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geeft of geven tot aanrekening van het eindgebruikerstarief, in het bijzonder de vermelding of een eindgebruikerstarief wordt aangerekend bij het verzenden van een bericht door de eindgebruiker, bij het ontvangen van een bericht of bij beide, duidelijk en ondubbelzinnig vermeld, zonder gebruik te maken van afkortingen of van acroniemen andere dan « SMS » of « MMS ».

Het uitgedrukte of weergegeven eindgebruikerstarief mag in geen geval hoger zijn dan het toepasselijke maximale eindgebruikerstarief vastgelegd in artikelen 48, 50 of 71 van het KB Nummering of in ieder ander besluit ter uitvoering van artikel 11 van de wet.

Art. 21. In afwijking van artikel 20, eerste en tweede lid, gelden de volgende specifieke regels voor de vermelding van de eindgebruikerstarieven :

1° Indien de betalende dienst de vorm aanneemt van een abonnementsdienst, maakt de reclame melding van :

a) het hoogste eindgebruikerstarief dat in de sector van de elektronische communicatie toegepast wordt voor het verzenden van het bericht waarmee ingeschreven wordt;

b) de hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste totale prijs uitgedrukt per periode waartoe de eindgebruiker zich bij inschrijving verbindt;

c) het aantal berichten dat binnen het abonnement door de betalende dienst wordt verstuurd en/of de frequentie van de berichten die door de betalende dienst verstuurd worden binnen de periode waartoe de eindgebruiker zich bij inschrijving verbindt.

2° Indien de betalende dienst de vorm aanneemt van een alarmdienst, maakt de reclame melding van :

a) het hoogste eindgebruikerstarief dat in de sector van de elektronische communicatie toegepast wordt voor het verzenden van het bericht waarmee ingeschreven wordt op de betrokken dienst;

b) indien toepasselijk, het hoogste eindgebruikerstarief dat in de sector van de elektronische communicatie toegepast wordt voor het ontvangen van ieder bericht dat aan de eindgebruiker verstuurd wordt door de betrokken dienst;

3° Indien de betalende dienst de vorm aanneemt van een betalende berichtendienst, met uitzondering van een abonnements- of alarmdienst, maakt de reclame melding van :

a) het aantal SMS- of MMS-berichten dat door de eindgebruiker verzonden en/of ontvangen moeten worden met het oog op het aanschaffen of afnemen van de betrokken dienst, met vermelding van het maximumaantal berichten dat betaald moet worden door de abonnee;

b) de hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste totale prijs voor het aanschaffen of afnemen van de betrokken betalende dienst.

4° Van zodra er voor de volledige deelname aan een spel, wedstrijd of quiz, georganiseerd aan de hand van een betalend SMS of MMS kort nummer meer dan één bericht verzonden moet worden door de eindgebruiker, maakt de reclame melding van :

a) het hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste eindgebruikerstarief van elk bericht dat door de eindgebruiker verstuurd of ontvangen moet worden om aan het spel, de wedstrijd of de quiz te kunnen deelnemen;

b) de hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste totale prijs voor het doorlopen van een spelsessie.

Onderafdeling 2. — Wijze en frequentie van de vermelding

Art. 22. Indien het eindgebruikerstarief op geschreven wijze wordt vermeld zijn de gehanteerde karaktertekens leesbaar en goed zichtbaar.

Het eindgebruikerstarief en de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geven tot de aanrekening van het eindgebruikerstarief worden in de onmiddellijke nabijheid van het betaalnummer vermeld

renvoi au tarif utilisateur final à l'aide d'un astérisque ou d'un autre signe de renvoi n'est pas autorisé.

Le tarif utilisateur final et l'événement ou les événements donnant lieu à la facturation du tarif utilisateur final sont indiqués dans la direction normale du texte de la publicité. Ils ne peuvent pas seulement figurer en bas de page.

Art. 23. Si le tarif utilisateur final est communiqué oralement, l'événement ou les événements suite auxquels le tarif utilisateur final est facturé sont également renseignés. Les deux mentions sont effectuées de sorte qu'elles soient clairement compréhensibles pour l'utilisateur final.

Art. 24. § 1er. Si un service payant est proposé pendant un programme télévisuel ou si de la publicité est faite à la télévision pour un service payant, le tarif utilisateur final est aussi bien communiqué par écrit qu'oralement, conformément à l'article 22.

§ 2. La mention écrite du tarif utilisateur final pendant un programme télévisuel ou à l'occasion d'une publicité à la télévision est effectuée à chaque fois que le numéro payant s'affiche à l'écran.

L'image à l'écran reste affichée suffisamment longtemps pour pouvoir être lue.

Art. 25. Si un service payant est proposé ou utilisé pendant un programme radio ou si de la publicité est faite à la radio pour un service payant, la communication orale du tarif utilisateur final est effectuée immédiatement après chaque mention orale du numéro payant dans le programme radio ou dans la publicité.

Section 2. — Règles générales relatives à la mention du numéro payant et autres informations

Sous-section 1re. — Généralités

Art. 26. Toute publicité relative à un service payant mentionne explicitement le numéro des lignes donnant accès au service précité, que le numéro de la ligne donnant accès au service soit formé manuellement par l'utilisateur final ou automatiquement par son modem ou par un quelconque autre moyen technique.

Il est interdit de séparer de quelque manière que ce soit l'ensemble formé par l'identité de service 70 ou 9, suivie par les deux chiffres comme stipulé à l'article 50 de l'AR Numérotation, précédé par un préfixe éventuel, lorsqu'il est indiqué oralement ou par écrit.

Dans toute publicité qui n'est pas uniquement effectuée oralement, il est obligatoire de séparer l'ensemble visé à l'alinéa 2 du reste du numéro par un espace, un tiret ou un quelconque autre signe de ponctuation.

Art. 27. § 1er. Toute publicité pour un service payant indique, outre le numéro payant et le ou les tarifs utilisateur final au moins :

1° l'identité complète de la personne qui offre le service payant;

2° son adresse géographique;

3° le numéro de téléphone de son service clientèle indiqué à l'article 15;

4° si d'application, le mode de consultation ou d'obtention des conditions générales complètes applicables au service concerné.

Les caractères servant à indiquer les informations visées à l'alinéa 1er dans la publicité sont lisibles, bien visibles et suffisamment grands.

§ 2. Si un service payant est offert ou utilisé pendant un programme radio ou si de la publicité est faite à la radio pour un service payant, les mentions prévues au § 1er sont reprises de telle sorte qu'elles sont clairement compréhensibles pour l'utilisateur final.

Sous-section 2. — Règles complémentaires pour les services d'abonnement

Art. 28. En complément aux règles mentionnées dans la sous-section 1re, la publicité pour un service d'abonnement effectué par écrit indique en haut de la publicité de manière permanente et stationnaire le mot 'abonnement' ou 'service d'abonnement' à l'aide de caractères au moins aussi grands que ceux de la mention du tarif utilisateur final et qui font au moins la moitié de la mention du numéro payant.

en staan los van elke andere tekst. Verwijzing naar het eindgebruikerstarief door middel van een asterisk of een ander verwijzingsteken is niet toegestaan.

Het eindgebruikerstarief en de gebeurtenis of gebeurtenissen die aanleiding geven tot de aanrekening van het eindgebruikerstarief worden vermeld in de normale richting van de tekst van de reclame. Ze mogen niet enkel onderaan de tekst van de reclame vermeld worden.

Art. 23. Indien het eindgebruikerstarief op mondelinge wijze wordt vermeld, worden ook de gebeurtenis of gebeurtenissen naar aanleiding waarvan het eindgebruikerstarief aangerekend wordt, vermeld. Beide vermeldingen gebeuren op een dusdanige manier dat ze duidelijk verstaanbaar zijn voor de eindgebruiker.

Art. 24. § 1. Indien een betalende dienst wordt aangeboden tijdens een televisieprogramma of indien er op televisie reclame gemaakt wordt voor een betalende dienst, wordt het eindgebruikerstarief op een geschreven wijze vermeld, overeenkomstig artikel 22.

§ 2. De geschreven vermelding van het eindgebruikerstarief tijdens een televisieprogramma of ter gelegenheid van reclame op televisie vindt plaats telkens wanneer het betaalnummer op het beeldscherm wordt weergegeven.

De weergave op het beeldscherm wordt voldoende lange tijd in beeld gehouden om gelezen te kunnen worden.

Art. 25. Indien een betalende dienst wordt aangeboden tijdens een radioprogramma of indien er op de radio reclame gemaakt wordt voor een betalende dienst, vindt de mondelinge vermelding van het eindgebruikerstarief plaats onmiddellijk na elke mondelinge vermelding van het betaalnummer in het radioprogramma of in de reclame.

Afdeling 2. — Algemene regels met betrekking tot het vermelden van het betaalnummer en andere informatie

Onderafdeling 1. — Algemeen

Art. 26. Alle reclame met betrekking tot een betalende dienst vermeldt ondubbelzinnig het nummer van de lijnen die toegang verschaffen tot voormelde dienst, ongeacht of het nummer van de lijn die toegang verleent tot de dienst manueel wordt gevormd door de eindgebruiker of automatisch door zijn modem of door eender welk ander technisch middel.

Het is verboden het geheel gevormd door de dienstidentiteit 70 of 9, gevolgd door de twee cijfers zoals bepaald in artikel 50 van het KB Nummering, voorafgegaan door een eventuele prefix, op enige wijze te splitsen wanneer het, mondeling of op geschreven wijze, vermeld wordt.

In alle reclame die niet enkel op mondelinge wijze verricht wordt, is het verplicht het geheel bedoeld in het tweede lid van de rest van het nummer te scheiden door een spatie, een streepje of gelijk welk ander leesteken.

Art. 27. § 1. Iedere reclame voor een betalende dienst vermeldt, naast het betaalnummer en het of de eindgebruikerstarieven, minstens :

1° de volledige identiteit van de persoon die de betalende dienst aanbiedt;

2° zijn geografisch adres;

3° het in artikel 15 vereiste telefoonnummer van zijn klantendienst;

4° indien toepasselijk, de wijze waarop de volledige algemene voorwaarden van toepassing op de betrokken dienst kunnen worden geraadpleegd of verkregen.

De karaktertekens, waarmee de in het eerste lid bedoelde informatie vermeld wordt in de reclame, zijn leesbaar, goed zichtbaar en voldoende groot.

§ 2. Indien een betalende dienst aangeboden of gebruikt wordt tijdens een radioprogramma of indien er op de radio reclame gemaakt wordt voor een betalende dienst, worden de vermeldingen, waarvan sprake in § 1 op een dusdanige manier gegeven dat ze duidelijk verstaanbaar zijn voor de eindgebruiker.

Onderafdeling 2. — Aanvullende regels voor abonnementsdiensten

Art. 28. In aanvulling op de regels vermeld in onderafdeling 1 vermeldt de reclame voor een abonnementsdienst die op geschreven wijze verricht wordt bovenaan de reclame eveneens op permanente en stationaire wijze het woord 'abonnement' of 'abonnementsdienst' met karaktertekens die tenminste even groot zijn als die van de vermelding van het eindgebruikerstarief en ten minste half zo groot als die van de vermelding van het betaalnummer.

La publicité pour un service d'abonnement qui est effectuée oralement indique au moins après chaque mention orale du numéro payant le mot 'abonnement' ou 'service d'abonnement' de telle manière que cela soit clairement compréhensible pour l'utilisateur final.

Art. 29. Chaque publicité pour un service d'abonnement indique explicitement la période à laquelle l'utilisateur final s'engage lors de la souscription, informe l'utilisateur final sur le service auquel il souscrit et du fait que la période d'abonnement est prolongée tacitement ou non.

Sous-section 3. — Règles complémentaires pour les services d'alerte

Art. 30. En complément aux règles mentionnées dans la sous-section 1re, toute publicité pour un service d'alerte informe l'utilisateur final sur le type d'événement à la suite duquel le service est fourni.

CHAPITRE 7. — *Règles générales relatives à la souscription aux et la désinscription des services de messagerie payants*

Section 1re. — La souscription à un service de messagerie payant

Art. 31. Toute publicité pour un service de messagerie payant indique, outre les mentions visées au Chapitre 6, d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° la procédure de souscription à ou de commande du service de messagerie payant concerné;

2° la procédure à suivre pour la désinscription au service;

3° l'existence ou non du droit de rétractation prévu par la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

Art. 32. § 1er. L'achat ou l'activation d'un service de messagerie payant ne peut avoir lieu qu'après une souscription préalable à cet effet par un utilisateur final qui l'a expressément demandé par le biais de la procédure de souscription ou de commande expliquée dans la publicité relative à ce service.

§ 2. La souscription à un service d'abonnement ou d'alerte a lieu après avoir suivi la procédure suivante :

1° l'utilisateur final envoie d'une manière expliquée dans la publicité une demande de souscription à la personne qui offre le service d'abonnement ou le service d'alerte;

2° afin de confirmer la demande, un message standard, qui est gratuit pour l'abonné, est envoyé par SMS ou MMS à l'utilisateur final, dont le texte, qui est affiché en une fois, est le suivant :

« Pour vous abonner à S à XX EURO/PP, envoyez K à N (le coût de ce message est RR EURO) », où :

S = le service auquel l'utilisateur final veut s'abonner;

XX = le tarif utilisateur final par période;

PP = pour un service d'abonnement, la période pour laquelle le tarif utilisateur final est demandé, indiquée en toutes lettres et sans abréviations et pour un service d'alerte, le type d'événement suite auquel le service est fourni en toutes lettres et sans abréviations;

K = le mot-clé à renvoyer par l'utilisateur final par SMS; les seuls mots-clés autorisés sont « GO », « OK » et « Start »;

N = un numéro court SMS ou MMS national commençant par l'identité de service 9;

RR = le tarif utilisateur final du SMS ou du MMS de confirmation envoyé;

3° l'utilisateur final confirme sa souscription en envoyant par SMS le mot-clé au numéro court SMS ou MMS national mentionné dans le message standard.

§ 3. La commande d'un service de messagerie payant qui ne constitue pas un service d'abonnement ou d'alerte se fait au moyen d'un SMS envoyé par l'utilisateur final ayant pour seul but de souscrire l'utilisateur final pour recevoir le service de messagerie payant commandé.

§ 4. La souscription à ou la commande d'un service de messagerie payant ne peut en aucun cas impliquer que l'utilisateur final ait souscrit à un autre service de messagerie payant ou ait commandé un autre service de messagerie payant.

Reclame voor een abonnementsdienst die op mondelinge wijze verricht wordt vermeldt ten minste na elke mondelinge vermelding van het betaalnummer het woord 'abonnement' of 'abonnementsdienst' op een dusdanige manier dat het duidelijk verstaanbaar is voor de eindgebruiker.

Art. 29. Iedere reclame voor een abonnementsdienst vermeldt expliciet de periode waartoe de eindgebruiker zich bij inschrijving verbindt, informeert de eindgebruiker over de dienst waarvoor hij zich inschrijft en over het feit of de abonnementsperiode stilzwijgend wordt verlengd of niet.

Onderafdeling 3. — Aanvullende regels voor alarmdiensten

Art. 30. In aanvulling op de regels vermeld in onderafdeling 1 informeert iedere reclame voor een alarmdienst de eindgebruiker over het soort gebeurtenis tengevolge waarvan de dienst wordt geleverd.

HOOFDSTUK 7. — *Algemene regels met betrekking tot de inschrijving op en de uitschrijving uit betalende berichtendiensten*

Afdeling 1. — De inschrijving op of bestelling van een betalende berichtendienst

Art. 31. Iedere reclame voor een betalende berichtendienst vermeldt, naast de vermeldingen, bedoeld in Hoofdstuk 6, leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° de inschrijvingsprocedure voor of de bestellingswijze van de betrokken betalende berichtendienst;

2° de te volgen procedure voor uitschrijving uit de dienst;

3° het al dan niet bestaan van het herroepingsrecht waarin de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming voorziet.

Art. 32. § 1. De afname of activering van een betalende berichtendienst mag enkel uitgevoerd worden na voorafgaande inschrijving daartoe door een eindgebruiker die daar uitdrukkelijk om gevraagd heeft via de inschrijvings- of bestelprocedure die in de reclame met betrekking tot deze dienst is uiteengezet.

§ 2. De inschrijving op een abonnements- of alarmdienst vindt plaats na het doorlopen van de volgende procedure :

1° de eindgebruiker stuurt op een in de reclame uiteengezette wijze een aanvraag tot inschrijving naar de persoon die de abonnementsdienst of alarmdienst aanbiedt;.

2° ter bevestiging van de aanvraag wordt een standaardbericht, dat gratis is voor de abonnee, via SMS of MMS aan de eindgebruiker gestuurd, waarvan de tekst, die aaneensluitend wordt weergegeven, luidt als volgt :

« Om je te abonneren op S aan XX EURO/PP, stuur K naar N (de kost van dit bericht is RR EURO) », waarbij :

S = de dienst waarop de eindgebruiker zich wil abonneren;

XX = het eindgebruikerstarief per periode;

PP = in geval van een abonnementsdienst, de periode waarvoor het eindgebruikerstarief wordt gevraagd, vermeld in volle letters en zonder afkortingen en in geval van een alarmdienst, het soort gebeurtenis ten gevolge waarvan de dienst wordt geleverd, vermeld in volle letters en zonder afkortingen;

K = het sleutelwoord dat teruggestuurd moet worden door de eindgebruiker per SMS; de enige toegestane sleutelwoorden zijn « GO », « OK » en « Start »;

N = een nationaal SMS of MMS kort nummer dat start met de dienstidentiteit 9;

RR = het eindgebruikerstarief van de gestuurde bevestigings-SMS of -MMS;

3° de eindgebruiker bevestigt zijn inschrijving door het terugsturen via SMS van het sleutelwoord naar het nationale SMS- of MMS- kort nummer vermeld in het standaardbericht.

§ 3. De bestelling van een betalende berichtendienst die geen abonnements- of alarmdienst uitmaakt gebeurt aan de hand van een SMS verzonden door de eindgebruiker die als enig doel heeft de eindgebruiker in te schrijven voor het ontvangen van de bestelde betalende berichtendienst.

§ 4. De inschrijving op of de bestelling van een betalende berichtendienst kan nooit impliceren dat de eindgebruiker ingeschreven heeft op een andere betalende berichtendienst of een andere betalende berichtendienst heeft besteld.

Art. 33. Immédiatement après la souscription à ou la commande d'un service de messagerie payant et avant le début de la fourniture proprement dite du service, l'utilisateur final reçoit un ou plusieurs messages indiquant :

1° la confirmation de la souscription ou la commande du service de messagerie payant concerné;

2° une description du service auquel l'utilisateur final a souscrit ou du produit ou service commandé par ce dernier, ainsi que, pour un service d'abonnement, des informations sur la reconduction tacite ou non de la période d'abonnement.

3° selon le cas, la mention prescrite par l'article 21, 1°, *b)* et *c)*, l'article 21, 2°, *b)* ou l'article 21, 3°.

4° la procédure à suivre pour la désinscription au service;

5° le numéro de téléphone requis à l'article 15 du service clientèle de la personne qui offre le service de messagerie payant en question.

Le message ou les messages visés à l'alinéa 1er sont gratuits pour l'abonné.

Art. 34. Il incombe à la personne qui offre un service de messagerie payant d'apporter la preuve de la souscription de l'utilisateur final à un service donné ou de la commande de ce service.

Si la personne n'est pas en mesure d'apporter la preuve visée à l'alinéa 1er, l'abonné n'est pas obligé de payer le service fourni, même si une présomption d'acceptation tacite du service a été formulée.

Les messages échangés avec l'utilisateur final dans le cadre de la procédure de souscription ou de commande valent comme preuve si l'information suivante est disponible pour chacun des messages :

1° le numéro depuis lequel le message est envoyé;

2° le numéro du destinataire du message;

3° le contenu du message;

4° le moment précis de l'envoi du message;

5° le moment précis de la remise du message.

L'obligation de conservation visée dans cet article expire après un an pour un service d'abonnement ou d'alerte, à compter de la désinscription ou en cas de contestation, à la fin de la période à laquelle le paiement peut être exigé par voie judiciaire.

Dans tous les autres cas, l'obligation de conservation expire après un an, à compter de l'exécution du service payant en question ou, en cas de contestation, à la fin de la période à laquelle le paiement peut être exigé par voie judiciaire.

Lorsque l'obligation de conservation expire, les données concernées sont détruites immédiatement.

Les principes du présent article sont également applicables à la fourniture de la preuve de réception du mot-clé, visé à l'article 61, à la fourniture de la preuve de réception de la souscription à un service de chat, visé à l'article 89 et à la fourniture de la preuve de la demande d'un service payant à données de trafic ou de localisation, visé à l'article 100.

Section 2. — La désinscription ou autres formes de cessation d'un service de messagerie payant

Art. 35. Lorsque l'utilisateur final demande la désinscription par le biais de la procédure à suivre pour se désinscrire du service concerné, le service de messagerie payant est immédiatement arrêté.

Art. 36. § 1er. La désinscription au service de messagerie payant en question est toujours possible par l'envoi du mot « STOP », éventuellement suivi par un mot-clé, au numéro utilisé par le service de messagerie payant en question.

§ 2. L'envoi du mot « STOP » vers le numéro utilisé par plusieurs services de messagerie payants, met fin à la souscription à tous les services qui utilisent le numéro concerné.

§ 3. L'envoi du mot « STOP » suivi par un mot-clé fourni dans la publicité et dans le message visé à l'article 32, vers le numéro utilisé par plusieurs services de messagerie payants met uniquement fin à la souscription au service auquel le mot-clé est lié.

§ 4. Lorsque la personne qui offre un service de messagerie payant reçoit un message ne correspondant pas mot pour mot au mot « STOP » ou au mot-clé applicable, elle met tout de même fin au service,

Art. 33. Onmiddellijk na de inschrijving op of de bestelling van een betalende berichtendienst en vóór de start van de eigenlijke verlening van de dienst wordt of worden aan de eindgebruiker één of meerdere berichten gestuurd met vermelding van :

1° de bevestiging van de inschrijving op of de bestelling van de betrokken betalende berichtendienst;

2° een omschrijving van de dienst waarvoor de eindgebruiker zich heeft ingeschreven of van het product of de dienst die de eindgebruiker heeft besteld, alsmede, in geval van een abonnementsdienst, informatie over het feit of de abonnementsperiode stilzwijgend wordt verlengd.

3° naargelang van het geval, de vermelding voorgeschreven door artikel 21, 1°, *b)* en *c)*, artikel 21, 2°, *b)* of artikel 21, 3°.

4° de te volgen procedure voor uitschrijving uit de dienst;

5° het in artikel 15 vereiste telefoonnummer van de klantendienst van de persoon die de betrokken betalende berichtendienst aanbiedt.

Het bericht of de berichten bedoeld in het eerste lid zijn gratis voor de abonnee.

Art. 34. Het komt aan de persoon die een betalende berichtendienst aanbiedt toe het bewijs te leveren dat de eindgebruiker zich heeft ingeschreven voor een welbepaalde dienst of een bestelling geplaatst heeft voor die dienst.

Indien die persoon het in het eerste lid bedoelde bewijs niet kan leveren, is de abonnee niet verplicht de verleende dienst te betalen, zelfs niet indien een vermoeden werd geopperd dat men de dienst stilzwijgend had aanvaard.

De berichten die met de eindgebruiker werden uitgewisseld in het kader van de inschrijvingsprocedure of bestelprocedure gelden als bewijs indien betreffende ieder van die berichten de volgende informatie beschikbaar is :

1° het nummer van waaruit het bericht verstuurd is;

2° het nummer van de bestemmeling van het bericht;

3° de inhoud van het bericht;

4° het precieze tijdstip van het verzenden van het bericht;

5° het precieze tijdstip van het afleveren van het bericht.

De bewaringsplicht bedoeld in dit artikel vervalt voor een abonnements- of alarmdienst na 1 jaar, te rekenen vanaf de uitschrijving of, in geval van betwisting, op het einde van de periode waarin de betaling gerechtelijk kan worden afgedwongen.

In alle andere gevallen vervalt de bewaringsplicht na 1 jaar, te rekenen vanaf de uitvoering van de betrokken betalende dienst of, in geval van betwisting, op het einde van de periode waarin de betaling gerechtelijk kan worden afgedwongen.

Wanneer de bewaringsplicht vervalt, worden de betrokken gegevens onmiddellijk vernietigd.

De principes van dit artikel zijn eveneens van toepassing op het leveren van het bewijs van de ontvangst van het sleutelwoord, bedoeld in artikel 61, op het leveren van het bewijs van de registratie voor een chatdienst, bedoeld in artikel 89 en op het leveren van het bewijs van de dienstaanvraag van een betalende dienst met verkeers- of locatiegegevens, bedoeld in artikel 100.

Afdeling 2. — De uitschrijving of andere vormen van beëindiging van een betalende berichtendienst

Art. 35. Wanneer de eindgebruiker om uitschrijving verzoekt via de te volgen procedure voor uitschrijving uit de betrokken dienst, wordt de betalende berichtendienst onmiddellijk stopgezet.

Art. 36. § 1. Uitschrijving uit de betrokken betalende berichtendienst is steeds mogelijk door verzending van « STOP », eventueel gevolgd door een sleutelwoord, naar het nummer waarvan de betrokken betalende berichtendienst gebruikmaakt.

§ 2. Verzending van « STOP » naar het nummer waarvan verschillende betalende berichtendiensten gebruikmaken, beëindigt de inschrijving voor alle diensten die gebruikmaken van het betrokken nummer.

§ 3. Verzending van « STOP » gevolgd door een sleutelwoord verschaft in de reclame en in het bericht bedoeld in artikel 32 naar het nummer waarvan verschillende betalende berichtendiensten gebruikmaken beëindigt enkel de inschrijving voor de dienst waaraan het sleutelwoord is gekoppeld.

§ 4. Wanneer de persoon die een betalende berichtendienst aanbiedt een bericht ontvangt dat niet woordelijk overeenstemt met het woord « STOP » of het toepasselijke sleutelwoord, beëindigt hij de dienst toch,

lorsqu'elle peut déduire raisonnablement du message que l'utilisateur final souhaite se désinscrire du service ou des services concernés.

Art. 37. En cas de cessation de la souscription à un service de messagerie payant, un message de confirmation de la désinscription est immédiatement envoyé à l'utilisateur final. Ce message est gratuit pour l'abonné.

Art. 38. Si un service de messagerie payant est fourni par MMS, l'ordre « STOP », qui est envoyé par SMS au numéro court utilisé par le service de messagerie payant, est reconnu comme une demande valable de désinscription au service de messagerie MMS payant.

Art. 39. Toute souscription à un service de messagerie payant n'ayant pas généré de trafic valide pendant 3 mois ou pour lequel l'opérateur a renvoyé un code au moyen duquel l'opérateur a déclaré ne pas reconnaître cet abonné est immédiatement résiliée par la personne qui offre le service de messagerie payant. Par trafic valable visé dans cet article, l'on entend un SMS ou un MMS envoyé ou reçu par un utilisateur final et qui entraîne une notification de réception, que cet SMS ou MMS soit facturé ou non à l'abonné par l'opérateur.

Art. 40. Si une modification est apportée aux dispositions et aux conditions essentielles d'un service d'alerte ou d'abonnement, la personne qui offre le service d'alerte ou d'abonnement demande au moins deux semaines avant la modification l'accord explicite de tous les utilisateurs finals inscrits avant de continuer à fournir à ces derniers le service aux conditions modifiées.

Si la personne qui offre le service d'alerte ou d'abonnement ne reçoit pas le consentement de l'utilisateur final dans le délai imposé conformément à l'alinéa 1er, la souscription de cet utilisateur final sera considérée comme ayant cessé. Dans ce cas, elle informe l'utilisateur final de la cessation de la souscription par un message SMS gratuit pour l'abonné.

Art. 41. Si la personne qui offre un service d'alerte ou d'abonnement met un terme à ce service, elle en informe toutes les personnes inscrites à ce service par un message SMS gratuit pour l'abonné.

CHAPITRE 8. — *Règles générales relatives à la protection de la vie privée*

Art. 42. Les données à caractère personnel d'un utilisateur final ne peuvent pas être utilisées sans obtenir son consentement spécifique, libre, préalable, explicite et informé conformément à la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée et à l'égard des traitements de données à caractère personnel. L'utilisation des données concernées est compatible avec les finalités légitimes qui, conformément à la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée et à l'égard des traitements de données a caractère personnel, ont été communiquées par la personne qui offre le service payant. Le traitement des données à caractère personnel se fait toujours conformément à l'article 4 de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

Sans préjudice de l'application des articles 34 et 43, les données à caractère personnel sont détruites immédiatement après la désinscription du service ou après a fourniture du service.

Les données à caractère personnel d'un utilisateur final, qui conformément à l'alinéa 1er, ont été obtenues via une application ne peuvent être utilisées que dans le cadre de celle-ci, pour autant que l'utilisateur final ne se soit pas désinscrit du service dans le cadre duquel l'application est utilisée.

Art. 43. La personne visée à l'article 134, § 2, alinéa 3, de la loi prend les mesures nécessaires pour pouvoir apporter la preuve que les obligations imposées par le présent arrêté sont remplies à la Commission d'éthique, son secrétariat ou aux autorités ou personnes à qui la Commission d'éthique pour les télécommunications ou son secrétariat peuvent faire appel en application de l'arrêté royal du 1er avril 2007 relatif à la procédure et aux règles pratiques relatives au fonctionnement de la Commission d'éthique pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications électroniques. Les preuves en question sont fournies d'une manière permettant un contrôle facile de la légalité du service fourni par les autorités visées à la phrase précédente.

Si pour remplir l'obligation visée à l'alinéa 1er, il est nécessaire de traiter les données à caractère personnel de l'utilisateur final, la personne visée à l'article 134, § 2, alinéa 3, de la loi en informe

wanneer hij redelijkerwijze uit het bericht kan afleiden dat de eindgebruiker zich wenst uit te schrijven uit de betrokken dienst of diensten.

Art. 37. In geval van beëindiging van de inschrijving op een betalende berichtendienst, wordt onmiddellijk een bericht ter bevestiging van de uitschrijving aan de eindgebruiker gestuurd. Dit bericht is gratis voor de abonnee.

Art. 38. Indien een betalende berichtendienst via MMS wordt geleverd, wordt het commando « STOP », dat via SMS wordt gestuurd naar het korte nummer waarvan de betalende berichtendienst gebruikmaakt, herkend als een geldig verzoek tot uitschrijving uit de betalende MMS-berichtendienst.

Art. 39. Elke inschrijving voor een betalende berichtendienst die gedurende 3 maanden geen geldig verkeer heeft gegenereerd of waarvoor de operator een code heeft teruggestuurd waarmee de operator heeft aangegeven deze abonnee niet te herkennen wordt onmiddellijk ongedaan gemaakt door de persoon die de betalende berichtendienst aanbiedt. Onder geldig verkeer bedoeld in dit artikel wordt verstaan een SMS of MMS die is verzonden of ontvangen door een eindgebruiker en die een ontvangstnotificatie uitlokt, ongeacht of deze SMS of MMS door de operator aan de abonnee wordt gefactureerd.

Art. 40. Indien de essentiële bepalingen en voorwaarden van een alarm- of abonnementsdienst worden gewijzigd, vraagt de persoon die de alarm- of abonnementsdienst aanbiedt minstens twee weken voorafgaand aan de wijziging de expliciete toestemming van alle ingeschreven eindgebruikers alvorens deze laatste de dienst verder te leveren onder de gewijzigde voorwaarden.

Indien de persoon die de alarm- of abonnementsdienst aanbiedt binnen de overeenkomstig het eerste lid geboden termijn de toestemming van de eindgebruiker niet krijgt, wordt de inschrijving van deze eindgebruiker geacht te zijn beëindigd. In dat geval brengt hij de eindgebruiker op de hoogte van de beëindiging van de inschrijving via een SMS-bericht dat gratis is voor de abonnee.

Art. 41. Indien een alarm- of abonnementsdienst wordt beëindigd door de persoon die die dienst aanbiedt, brengt hij iedereen die zich voor die dienst heeft ingeschreven via een SMS-bericht, dat gratis is voor de abonnee, op de hoogte van het feit dat de dienst is beëindigd.

HOOFDSTUK 8. — *Algemene regels in verband met de bescherming van de persoonlijke levenssfeer*

Art. 42. Persoonsgevens van een eindgebruiker mogen niet worden gebruikt zonder diens specifieke, vrije, voorafgaande en op informatie berustende toestemming, bekomen in overeenstemming met de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens. Het gebruik van de betrokken gegevens is verenigbaar met de gerechtvaardigde doeleinden die overeenkomstig de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens werden opgegeven door de persoon die de betalende dienst aanbiedt. De verwerking van persoonsgegevens gebeurt steeds overeenkomstig artikel 4 van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens.

Onverminderd de toepassing van de artikelen 34 en 43, worden persoonsgegevens na de uitschrijving uit de dienst of na afloop van de dienst onmiddellijk vernietigd.

Persoonsgegevens van een eindgebruiker die, overeenkomstig het eerste lid, via een toepassing zijn verkregen mogen enkel gebruikt worden in het kader van zulke toepassing, voor zover de eindgebruiker zich niet heeft uitgeschreven uit de dienst in het kader waarvan de toepassing gebruikt wordt.

Art. 43. De persoon bedoeld in artikel 134, § 2, derde lid, van de wet neemt de nodige maatregelen om aan de Ethische Commissie, haar secretariaat of aan de instanties of personen op wie de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat een beroep kunnen doen in toepassing van het koninklijk besluit van 1 april 2007 betreffende de procedure voor en de praktische regels in verband met de werking van de Ethische Commissie voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken, het bewijs te kunnen leveren van het voldoen aan de verplichtingen opgelegd door dit besluit. De betrokken bewijzen worden aangeboden op een manier die een gemakkelijke controle op de wettelijkheid van de aangeboden dienst door de in de vorige zin bedoelde instanties mogelijk maakt.

Indien het voor het voldoen aan de in het eerste lid vermelde verplichting nodig is om de persoonsgegevens van de eindgebruiker te verwerken, brengt de persoon bedoeld in artikel 134, § 2, derde lid, van

explicitement l'utilisateur final, en mentionnant la Commission d'éthique pour les télécommunications comme destinataire des données concernées, en cas d'examen d'une plainte ou d'une enquête sur la propre initiative de la Commission d'éthique pour les télécommunications.

Sans préjudice de l'application de l'article 34, l'obligation visée au présent article expire après un an, à compter du fait à prouver, ou, en cas de contestation, à la fin de la période à laquelle le paiement peut être exigé par voie judiciaire.

CHAPITRE 9. — *Dispositions générales relatives au fonctionnement du service payant*

Art. 44. Le service payant proposé doit être conforme à la publicité faite à cet effet.

Art. 45. Il est interdit de fournir des services sans objet ou d'offrir des services payants ayant pour but d'allonger le plus possible la durée de la communication sans que cela ne soit nécessaire pour la prestation du service payant en question.

Art. 46. Il est interdit de dévier les appelants, au début ou en cours de communication, vers une ligne d'attente, sauf si la durée maximale de l'attente est égale ou inférieure à une minute.

Art. 47. Les personnes qui offrent des services payants utilisent tous les moyens raisonnables afin de garantir une qualité appropriée du service fourni par elles.

Art. 48. Le contenu d'un service payant est adapté chaque fois que la nature du service l'exige.

Il est immédiatement mis fin aux services dont le contenu n'est plus mis à jour.

Art. 49. La communication avec un service payant via un réseau de communications électroniques est techniquement, automatiquement et immédiatement interrompue dès que l'utilisateur final raccroche, se déconnecte ou quitte le site, ou une partie de celui-ci, dont la consultation a donné lieu à la facturation d'un montant supérieur à celui d'une communication Internet normale.

Si l'accès à un site Internet, ou à une partie de celui-ci, dépend de l'utilisation d'un numéro payant ou d'une méthode utilisant un numéro payant, la méthode ou le numéro d'accès à Internet utilisé normalement par l'utilisateur final ne peuvent pas être modifiés.

CHAPITRE 10. — *Règles spécifiques à certaines catégories de services payants via des réseaux de communications électroniques*

Section 1re. — Généralités

Art. 50. Les services appartenant à plusieurs des catégories décrites dans les sections suivantes doivent répondre cumulativement aux exigences définies pour chacune de ces catégories de services.

Section 2. — Services payants fournis par SMS ou MMS

Art. 51. Chaque message SMS ou MMS facturé dès réception à l'abonné indique le numéro court dont provient le SMS ou le MMS concerné. Si le message SMS ou MMS visé à la première phrase est envoyé à partir d'un site Internet, le message SMS ou MMS indique également les données d'identification du site Internet à partir duquel le message a été envoyé.

Section 3. — Les services payants destinés aux mineurs d'âge

Art. 52. Les services payants destinés aux mineurs d'âge et toute publicité qui en est faite ne peuvent rien contenir qui puisse nuire à leur intégrité corporelle, intellectuelle ou morale ou abuser de leur crédulité, leur manque d'expérience ou de discernement. Ils ne peuvent en aucun cas correspondre aux services payants visés à la section 7 de ce Chapitre.

Art. 53. Les services payants destinés aux mineurs d'âge ne peuvent pas s'adresser aux mineurs d'âge de moins de 12 ans.

Une publicité pour des services payants destinés aux mineurs d'âge ne peut en aucun cas être directement ou indirectement fournie aux mineurs d'âge de moins de 12 ans.

Les services payants destinés aux mineurs d'âge et la publicité pour ces services ne peuvent s'adresser qu'aux mineurs d'âges de 12 ans ou plus, si le produit ou le service qui fait l'objet du service payant peut intéresser principalement les mineurs d'âge et qu'il peut être raisonnablement supposé que le mineur d'âge est en mesure de payer lui-même ce service ou ce produit.

de wet de eindgebruiker hiervan expliciet op de hoogte, met vermelding van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie als bestemmeling van de betrokken gegevens, in geval van een onderzoek naar een klacht of een onderzoek op eigen initiatief van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie.

Onverminderd de toepassing van artikel 34, vervalt de verplichting bedoeld in dit artikel na één jaar, te rekenen vanaf het te bewijzen feit, of, in geval van betwisting, op het einde van de periode waarin de betaling gerechtelijk kan worden afgedwongen.

HOOFDSTUK 9. — *Algemene regels met betrekking tot de werking van de betalende dienst*

Art. 44. De betalende dienst die aangeboden wordt moet in overeenstemming zijn met de reclame die ervoor gemaakt wordt.

Art. 45. Het is verboden diensten zonder voorwerp te leveren of betalende diensten aan te bieden die tot doel hebben de duur van het gesprek zo lang mogelijk te rekken zonder dat dit nodig is voor de levering van de betrokken betalende dienst.

Art. 46. Het is verboden de oproepers, bij het begin of in de loop van de oproep, af te leiden naar een wachtlijn, tenzij de maximumwachttijd gelijk is aan of kleiner is dan één minuut.

Art. 47. De personen die betalende diensten aanbieden wenden alle redelijke middelen aan om een gepaste kwaliteit van de door hen geleverde dienst te garanderen.

Art. 48. De inhoud van een betalende dienst wordt aangepast telkens wanneer de aard van de dienst dat vereist.

Diensten waarvan de inhoud niet meer wordt bijgewerkt, worden onverwijld beëindigd.

Art. 49. De communicatie met een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk wordt technisch, automatisch en onmiddellijk verbroken zodra de eindgebruiker inhaakt, de verbinding verbreekt of de site, of een deel ervan, verlaat waarvan de consultatie aanleiding gaf tot een facturatie van een bedrag hoger dan deze voor een normale internetcommunicatie.

Indien de toegang tot een website, of een deel ervan, afhankelijk gesteld wordt van het gebruik van een betaalnummer of van een methode die gebruikmaakt van een betaalnummer mag de methode of het nummer die de eindgebruiker normaal gezien gebruikt om toegang tot het internet te krijgen niet gewijzigd worden.

HOOFDSTUK 10. — *Regels die specifiek zijn voor bepaalde categorieën betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken*

Afdeling 1. — Algemeen

Art. 50. De diensten die behoren tot verschillende van de in de volgende afdelingen beschreven categorieën beantwoorden cumulatief aan de vereisten die voor ieder van deze dienstcategorieën werden vastgelegd.

Afdeling 2. — Betalende diensten geleverd via SMS of MMS

Art. 51. Elk SMS- of MMS-bericht dat bij ontvangst aan de abonnee aangerekend wordt, vermeldt het korte nummer vanwaar de betrokken SMS of MMS uitgaat. Indien het in de eerste zin bedoelde SMS- of MMS-bericht verstuurd wordt vanaf een website, vermeldt het SMS- of MMS-bericht ook de identificatiegevens van de website vanwaaruit het bericht verstuurd werd.

Afdeling 3. — Betalende diensten bestemd voor minderjarigen

Art. 52. De betalende diensten bestemd voor minderjarigen en alle reclame die ervoor gemaakt wordt, mogen niets bevatten dat schade zou kunnen berokkenen aan de lichamelijke, geestelijke of zedelijke integriteit van minderjarigen of dat misbruik zou kunnen maken van hun goedgelovigheid, hun gebrek aan ervaring of aan onderscheidingsvermogen. Ze mogen geenszins overeenstemmen met de betalende diensten bedoeld in afdeling 7 van dit Hoofdstuk.

Art. 53. Betalende diensten bestemd voor minderjarigen mogen niet gericht zijn op minderjarigen jonger dan 12 jaar.

In geen geval mag reclame voor betalende diensten bestemd voor minderjarigen rechtstreeks of onrechtstreeks worden bezorgd aan minderjarigen jonger dan 12 jaar.

Betalende diensten bestemd voor minderjarigen en reclame voor dergelijke diensten mogen slechts gericht worden tot minderjarigen van 12 jaar of ouder, indien het product of de dienst dat of die het voorwerp uitmaakt van de betalende dienst voornamelijk voor minderjarigen van belang kan zijn en er redelijkerwijs kan worden verwacht dat de minderjarige die dienst of dat product zelf kan betalen.

Art. 54. Toute publicité pour un service payant destiné aux mineurs d'âge indique d'une manière lisible et bien visible et/ou d'une manière clairement compréhensible que, si l'utilisateur final est mineur d'âge, il doit demander l'autorisation de la personne qui exerce l'autorité parentale.

Art. 55. Les services payants destinés aux mineurs d'âge sont offerts par le biais de numéros payants dont le prix à la minute est inférieur ou égal à 50 eurocents par minute ou dont le prix par appel est inférieur ou égal à 1 euro ou dont le tarif utilisateur final visé à l'article 71, § 6, de l'AR Numérotation, est inférieur ou égal à 1 euro.

Art. 56. Les services payants destinés aux mineurs d'âge ne peuvent pas être offerts à l'aide d'un logiciel dont l'objectif ou la conséquence est de remplacer le numéro ou la méthode normalement utilisée par l'utilisateur final pour accéder à Internet par un numéro payant ou une méthode utilisant un numéro payant.

Section 4. — Les services payants consistant en l'organisation de jeux, de concours et de quiz

Art. 57. Les obligations de cette section, à l'exception de l'obligation de l'article 71, ne sont pas d'application aux jeux médias visés au Chapitre IV/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.

Art. 58. La personne qui offre le service payant visé dans la présente section veille à ce que le règlement du jeu, du concours ou du quiz puisse en permanence être consulté gratuitement.

Le règlement du jeu, du concours ou du quiz est mis gratuitement à la disposition de l'utilisateur final par écrit ou sur un autre support durable.

Art. 59. Les jeux, les concours et les quiz organisés à l'aide de numéros payants ont un moment de clôture fixe, sauf lorsque des prix sont immédiatement attribués. Un nombre insuffisant d'inscriptions, un nombre d'inscriptions trop élevé ou des inscriptions de qualité incorrecte ne constituent pas une raison acceptable pour changer le moment de clôture d'un jeu, d'un concours ou d'un quiz ou pour ne pas distribuer de prix.

Art. 60. Toute publicité pour des jeux, concours et quiz organisés à l'aide de numéros payants indique d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° toutes les conditions et règles essentielles de participation d'application au jeu, au concours ou au quiz;

2° le cas échéant, la date et/ou l'heure à laquelle le jeu, le concours ou le quiz s'achève;

3° la possibilité de recevoir, à la demande, le règlement complet du jeu, du concours ou du quiz et la manière dont laquelle la mise à disposition peut être demandée ou a lieu;

4° si d'application, une description claire et univoque des prix attribués ainsi que leur nombre.

Art. 61. L'accès à un jeu, concours ou quiz organisé via un numéro court SMS ou MMS payant dans le cadre duquel l'utilisateur final doit envoyer plus d'un message pour une participation complète, ne peut être fourni qu'à un utilisateur final qui en a fait expressément la demande par l'envoi via SMS d'un mot-clé expliqué dans la publicité relative à ce jeu, concours ou quiz.

Le mot-clé expliqué dans la publicité donne accès à un seul jeu ou un seul concours ou quiz.

L'envoi du mot-clé, conformément aux alinéas précédents, ou la participation au jeu, concours ou quiz ne peut en aucun cas impliquer que l'utilisateur final a demandé l'accès à un autre jeu, concours ou quiz.

Art. 54. Iedere reclame voor een betalende dienst bestemd voor minderjarigen vermeldt leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier dat, indien de eindgebruiker minderjarig is, hij de toestemming van de persoon die het ouderlijk gezag uitoefent dient te vragen.

Art. 55. De betalende diensten bestemd voor minderjarigen worden aangeboden via betaalnummers waarvan de prijs per minuut lager is dan of gelijk is aan 50 eurocent per minuut of waarvan de prijs per oproep lager is dan of gelijk is aan 1 euro of waarvan het eindgebruikerstarief, bedoeld in artikel 71, § 6, van het KB Nummering, lager is dan of gelijk is aan 1 euro.

Art. 56. Betalende diensten bestemd voor minderjarigen mogen niet aangeboden worden aan de hand van software die tot doel of tot gevolg heeft het nummer of de methode die de eindgebruiker normaal gezien gebruikt om toegang tot het internet te krijgen te vervangen door een betaalnummer of een methode die gebruikmaakt van een betaalnummer.

Afdeling 4. — Betalende diensten bestaande uit de organisatie van spelen, wedstrijden en quizzen

Art. 57. De verplichtingen van deze afdeling, met uitzondering van de verplichting van artikel 71, zijn niet van toepassing op de mediaspelen bedoeld in Hoofdstuk IV/2 van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers.

Art. 58. De persoon die de betalende dienst bedoeld in deze afdeling aanbiedt zorgt ervoor dat het volledige reglement van het spel, de wedstrijd of de quiz op kosteloze en permanente wijze consulteerbaar is.

Het reglement van het spel, de wedstrijd of de quiz wordt kosteloos op schrift of op een andere duurzame drager ter beschikking gesteld van de eindgebruiker.

Art. 59. Spelen, wedstrijden en quizzen georganiseerd aan de hand van betaalnummers hebben een vaststaand ogenblik van afsluiting, behalve wanneer er onmiddellijke prijzen toegekend worden. Een ontoereikend aantal inzendingen, een te groot aantal inzendingen of inzendingen van ongepaste kwaliteit zijn geen aanvaardbare redenen om het ogenblik van afsluiting van een spel, wedstrijd of quiz te veranderen of om geen prijzen uit te reiken.

Art. 60. Elke reclame voor spelen, wedstrijden en quizzen georganiseerd aan de hand van betaalnummers vermeldt leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° alle essentiële deelnemingsvoorwaarden en -regels die op het spel, de wedstrijd of de quiz van toepassing zijn;

2° in voorkomend geval, de datum en/of het uur waarop het spel, de wedstrijd of de quiz beëindigd wordt;

3° de mogelijkheid om op verzoek het volledige reglement van het spel, de wedstrijd of de quiz ter beschikking gesteld te krijgen en de manier waarop de terbeschikkingstelling kan aangevraagd worden of plaatsvindt;

4° indien toepasselijk, een duidelijke en ondubbelzinnige beschrijving van de prijzen die toegekend worden en het aantal prijzen.

Art. 61. Toegang tot een spel, wedstrijd of quiz, georganiseerd via een betalend SMS of MMS kort nummer, in het kader waarvan de eindgebruiker meer dan één bericht moet verzenden voor een volledige deelname, mag enkel verleend worden aan een eindgebruiker die daar uitdrukkelijk om gevraagd heeft door het versturen via SMS van een sleutelwoord, dat in de reclame met betrekking tot dit spel, deze wedstrijd of deze quiz is uiteengezet.

Het sleutelwoord uiteengezet in de reclame geeft toegang tot één enkel spel of één enkele wedstrijd of quiz.

Toezending van het sleutelwoord, overeenkomstig de vorige leden, of deelname aan het spel, de wedstrijd of de quiz kan nooit impliceren dat de eindgebruiker toegang heeft gevraagd tot een ander spel, wedstrijd of quiz.

Art. 62. Immédiatement après l'envoi du mot-clé et avant le début du jeu, concours ou quiz proprement dit, proposé via un numéro court SMS ou MMS payant, l'utilisateur final reçoit un ou plusieurs messages mentionnant :

1° la confirmation de l'accès au jeu, concours ou quiz concerné;

2° le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour chaque message devant être envoyé ou reçu par l'utilisateur final pour pouvoir participer au jeu, concours ou quiz;

3° le coût total le plus élevé appliqué dans le secteur des communications électroniques pour parcourir une séance de jeu.

4° le numéro de téléphone requis à l'article 15 du service clientèle de la personne qui propose le jeu, concours ou quiz concerné.

Le message ou les messages visés à l'alinéa 1er sont gratuits pour l'abonné.

Art. 63. La personne qui organise un jeu, concours ou quiz via un numéro court SMS ou MMS payant dans le cadre duquel l'utilisateur final doit envoyer plus d'un message pour une participation complète, ne peut proposer une phase suivante dans la séance de jeu qu'après que l'utilisateur final ait envoyé un message constituant une réponse à la question posée dans la phase précédente de la séance de jeu ou qui apporte l'élément qui avait été demandé dans la phase précédente de la séance de jeu.

Il est interdit d'envoyer un SMS ou MMS à l'utilisateur final pour l'inciter à fournir une réponse à une question déjà posée ou pour apporter un élément qui a déjà été demandé.

Art. 64. Les jeux, les concours et les quiz organisés à l'aide de numéros payants et la publicité pour ces services ne peuvent pas :

1° employer des mots comme « gagner » ou « prix » pour décrire des produits, services ou avantages qui sont donnés à tous les participants ou à la majorité d'entre eux;

2° exagérer la chance de gagner;

3° suggérer que le ou la participante est certain(e) de gagner;

4° inciter sans modération à jouer.

Art. 65. Le prix total pour parcourir une séance de jeu doit rester raisonnable à tout moment et être justifié par la nature du jeu, du concours ou du quiz.

Le prix total pour parcourir une séance de jeu ne peut jamais dépasser 5 euros.

Art. 66. Lorsqu'une communication est établie entre le numéro utilisé par un utilisateur final et le numéro court SMS ou MMS par lequel le jeu, le concours ou le quiz est offert et que de ce fait, un montant de plus de 10 euros par mois est ou sera dû pour ce numéro payant, l'utilisateur final en est informé à l'aide d'un message SMS ou MMS, qui est gratuit pour l'abonné.

Lorsqu'un multiple de 10 euros est atteint au cours de la période indiquée dans l'alinéa 1er, le même message est envoyé à l'aide de la mention du multiple atteint de 10 euros.

Si le jeu, le concours ou le quiz est offert sous la forme d'un service d'abonnement ou d'alerte, le message SMS ou MMS visé à l'alinéa 1er rappelle la procédure à suivre pour se désinscrire du service.

Art. 67. La fin de chaque séance de jeu est expressément indiquée. Si c'est indiqué à l'aide d'un message SMS ou MMS particulier, celui-ci est gratuit pour l'abonné.

Après la date et/ou l'heure de fin du jeu, du concours ou du quiz, la personne qui offre le jeu, le concours ou le quiz clôture le service payant concerné.

Art. 68. La personne qui offre un service payant visé dans la présente section donne à tous les participants la même chance de gagner.

Art. 69. Lorsqu'il y a une quelconque forme d'évaluation subjective lors de la sélection des participants gagnants, le concours est arbitré par une ou des personnes qui sont indépendantes de la ou des personnes qui offrent le service concerné.

Art. 62. Onmiddellijk na het toezenden van het sleutelwoord en voor de start van het eigenlijke spel, de eigenlijke wedstrijd of eigenlijke quiz, geleverd via een betalend SMS of MMS kort nummer, wordt of worden aan de eindgebruiker één of meerdere berichten gestuurd met vermelding van :

1° de bevestiging van de toegang tot het betrokken spel of de betrokken wedstrijd of quiz;

2° het hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste eindgebruikerstarief van elk bericht dat door de eindgebruiker verstuurd of ontvangen moet worden om aan het spel, de wedstrijd of de quiz te kunnen deelnemen;

3° de hoogste in de sector van de elektronische communicatie toegepaste totale prijs voor het doorlopen van een spelsessie.

4° het in artikel 15 vereiste telefoonnummer van de klantendienst van de persoon die het spel, de wedstrijd of de quiz aanbiedt.

Het bericht of de berichten bedoeld in het eerste lid zijn gratis voor de abonnee.

Art. 63. De persoon die een spel, wedstrijd of quiz organiseert via een betalend SMS of MMS kort nummer, in het kader waarvan de eindgebruiker meer dan één bericht moet verzenden voor een volledige deelname, mag een volgende fase in de spelsessie pas aanbieden nadat de eindgebruiker een bericht heeft gestuurd dat een antwoord vormt op de vraag die in de vorige fase van de spelsessie werd gesteld of die het element aanbrengt dat in de vorige fase van de spelsessie werd gevraagd.

Het is verboden om aan de eindgebruiker een SMS of MMS te sturen om hem aan te sporen een antwoord te geven op een reeds gestelde vraag of een element aan te brengen waarnaar reeds gevraagd werd.

Art. 64. Spelen, wedstrijden en quizzen georganiseerd aan de hand van betaalnummers en de reclame voor dergelijke diensten mogen niet :

1° woorden gebruiken zoals « winnen » of « prijs » om producten, diensten of voordelen te beschrijven die aan alle deelnemers of het merendeel ervan worden gegeven;

2° de kans om te winnen overdrijven;

3° suggereren dat er zeker zal worden gewonnen;

4° zonder matiging aansporen om te spelen.

Art. 65. De totale prijs voor het doorlopen van een spelsessie moet op elk moment redelijk zijn en door de aard van het spel, de wedstrijd of de quiz gerechtvaardigd worden.

De totale prijs voor het doorlopen van een spelsessie mag nooit meer bedragen dan 5 euro.

Art. 66. Wanneer er tussen het nummer dat gebruikt wordt door een eindgebruiker en het SMS of MMS korte nummer waarmee het spel, de wedstrijd of de quiz wordt aangeboden een communicatie plaatsvindt, waardoor er voor dat betaalnummer meer dan 10 euro per maand verschuldigd is of zal zijn, wordt de eindgebruiker hiervan door middel van een SMS- of MMS-bericht, dat gratis is voor de abonnee, op de hoogte gebracht.

Wanneer er binnen de periode vermeld in het eerste lid een veelvoud van 10 euro bereikt wordt, wordt, met vermelding van het bereikte veelvoud van 10 euro, eenzelfde bericht gestuurd.

Indien het spel, de wedstrijd of de quiz aangeboden wordt in de vorm van een abonnements- of alarmdienst herinnert het in het eerste lid bedoelde SMS- of MMS-bericht bovendien aan de te volgen procedure voor uitschrijving uit de dienst.

Art. 67. Het einde van iedere spelsessie wordt op uitdrukkelijke wijze aangegeven. Indien dit gebeurt door middel van een afzonderlijk SMS- of MMS-bericht, is dit bericht gratis voor de abonnee.

Na de datum en/of het uur waarop het spel, de wedstrijd of de quiz beëindigd wordt, sluit de persoon die het spel, de wedstrijd of de quiz aanbiedt de betrokken betalende dienst af.

Art. 68. De persoon die een betalende dienst bedoeld in deze afdeling aanbiedt geeft aan alle deelnemers evenveel kans om te winnen.

Art. 69. Wanneer er bij de selectie van de winnende inzendingen enige vorm van subjectieve beoordeling tussenkomt, wordt de wedstrijd gearbitreerd door een persoon of personen die onafhankelijk zijn van de persoon of personen die de betrokken dienst aanbieden.

L'arbitrage et les critères de sélection utilisés lors de l'arbitrage sont décrits à l'avance de manière claire et univoque dans le règlement du jeu, du concours ou du quiz. Les arbitres motivent par écrit la sélection du ou des gagnants.

Art. 70. Les prix remportés dans le cadre d'un jeu, concours ou quiz sont livrés ou payés dans les 30 jours qui suivent la clôture du jeu, du concours ou du quiz.

Art. 71. La retransmission de jeux, concours ou quiz organisés à l'aide de numéros payants après la clôture du jeu, du concours ou du quiz n'est possible que si le mot « Enregistrement » ou « Retransmission » est clairement affiché à l'écran en même temps que la mention du numéro payant, ainsi qu'une mention claire, bien visible et univoque que l'utilisateur final ne peut pas participer pendant l'enregistrement ou la retransmission.

Section 5. — Les services payants pour la collecte de fonds

Art. 72. Sauf application de l'alinéa 2, seules les institutions qui peuvent recevoir des libéralités déductibles fiscalement sont habilitées à organiser la collecte de fonds via un numéro payant. Si le montant du versement n'entre pas en considération pour une déduction fiscale ou dans des cas urgents, où un agrément préalable par le(s) ministre(s) compétent(s) ne peut être obtenu conformément au Code des impôts sur les revenus 1992 et ses arrêtés d'exécution, le ministre peut accorder une exception à cette règle.

Les personnes souhaitant organiser une loterie visée à l'article 7 de la loi du 31 décembre 1851 sur les loteries via un numéro payant peuvent uniquement le faire sur présentation préalable de l'autorisation à cet effet à la personne ou aux personnes qui, pour ce faire, mettent un numéro payant à disposition.

Art. 73. Toute publicité pour un service payant pour la collecte de fonds indique d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° le but de la collecte des fonds;

2° la partie du prix de l'appel destinée à ce but;

3° l'organisation qui met les fonds collectés à disposition pour le but de collecte des fonds;

4° le moment auquel la collecte de fonds en question commence et se termine.

Art. 74. La retransmission de programmes où des fonds sont collectés au moyen de numéros payants après la clôture de la période de collecte des fonds n'est possible que si le mot « Enregistrement » ou « Retransmission » est clairement affiché à l'écran en même temps que la mention du numéro payant, ainsi qu'une mention claire, bien visible et univoque que l'utilisateur final ne peut pas participer pendant la retransmission.

Section 6. — Les services de conseil payants

Art. 75. Toute publicité pour un service payant visant à donner des conseils indique d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° l'identité des personnes ou des organisations à l'origine des conseils;

2° le niveau et la compétence des personnes ou des organisations à l'origine des conseils.

Art. 76. Chaque avis est donné conformément aux règles et usages de l'association ou des associations professionnelles auxquelles appartiennent les personnes ou les organisations à l'origine des conseils.

Section 7. — Les services payants
destinés spécifiquement aux majeurs

Art. 77. Sont toujours considérés comme un service spécifiquement destiné aux majeurs :

1° les services payants qui organisent ou facilitent les conversations de nature sexuelle ou érotique soit en direct, soit en échangeant des messages ou des fichiers;

2° les services payants dans le cadre desquels des services de rencontre ou d'autres services sont offerts, qui visent à établir des conversations ou à échanger des messages ou des fichiers afin d'organiser ou de faciliter des rencontres entre deux ou plusieurs personnes afin de nouer une relation amoureuse ou sexuelle, ci-après également appelés « services de rencontre ».

De arbitrage en de selectiecriteria die gebruikt worden bij de arbitrage worden op voorhand op duidelijke en ondubbelzinnige wijze beschreven in het reglement van het spel, de wedstrijd of de quiz. De arbiters motiveren op schriftelijke wijze de selectie van de winnaar of winnaars.

Art. 70. De prijzen die gewonnen werden in het kader van een spel, wedstrijd of quiz worden geleverd of uitbetaald binnen 30 dagen na het ogenblik van afsluiting van het spel, de wedstrijd of de quiz.

Art. 71. De heruitzending van spelen, wedstrijden of quizzen georganiseerd aan de hand van betaalnummers na het afsluiten van het spel, de wedstrijd of de quiz is enkel mogelijk indien tegelijkertijd met de vermelding van het betaalnummer het woord « Opname » of « Heruitzending » duidelijk weergegeven wordt op het beeldscherm, samen met een duidelijke, goed zichtbare en ondubbelzinnige vermelding dat de eindgebruiker tijdens de heruitzending niet kan deelnemen.

Afdeling 5. — Betalende diensten voor de werving van fondsen

Art. 72. Behoudens de toepassing van het tweede lid, kunnen enkel de instellingen waaraan fiscaal aftrekbare giften kunnen worden gestort een betaalnummer gebruiken voor de werving van fondsen. Indien het bedrag van de storting niet in aanmerking komt voor een fiscale aftrek of in dringende gevallen, waarbij er geen voorafgaande erkenning door de bevoegde minister(s) kan worden bekomen conform het Wetboek van de inkomstenbelastingen 1992 en zijn uitvoeringsbesluit, kan de minister een uitzondering toestaan op deze regel.

Personen die een loterij bedoeld in artikel 7 van de wet van 31 december 1851 op de loterijen willen organiseren via een betaalnummer kunnen dit enkel doen na voorafgaandelijk de vergunning daartoe voor te leggen aan de persoon of personen die hen daarvoor een betaalnummer ter beschikking stellen.

Art. 73. Iedere reclame voor een betalende dienst voor de werving van fondsen vermeldt leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° het doel waarvoor de fondsen geworven worden;

2° het deel van de prijs van de oproep dat voor dat doel bestemd is;

3° de organisatie die de geworven fondsen ter beschikking stelt van het doel waarvoor de fondsen geworven worden;

4° het moment waarop de betrokken werving van fondsen begint en eindigt.

Art. 74. De heruitzending van programma's waarin fondsen geworven worden aan de hand van betaalnummers na het afsluiten van de periode waarbinnen de fondsen geworven worden is enkel mogelijk indien tegelijkertijd met de vermelding van het betaalnummer het woord « Opname » of « Heruitzending » duidelijk weergegeven wordt op het beeldscherm, samen met een duidelijke, goed zichtbare en ondubbelzinnige vermelding dat de eindgebruiker tijdens de heruitzending niet kan deelnemen.

Afdeling 6. — Betalende adviesdiensten

Art. 75. Iedere reclame voor een betalende dienst die ertoe strekt advies te verstrekken vermeldt leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° de identiteit van de personen of organisaties die het advies verstrekken;

2° het niveau en de competentie van de personen of organisaties die het advies verstrekken.

Art. 76. Ieder advies wordt verstrekt in overeenstemming met de regels en gebruiken van de beroepsvereniging(en) waartoe de personen of organisaties die het advies verstrekken behoren.

Afdeling 7. — Specifiek voor meerderjarigen
bestemde betalende diensten

Art. 77. Worden steeds beschouwd als specifiek voor meerderjarigen bestemde diensten :

1° betalende diensten die hetzij live hetzij door middel van het uitwisselen van berichten of bestanden, gesprekken van een seksuele of erotische aard organiseren of vergemakkelijken;

2° betalende diensten in het kader waarvan dating- of andere diensten aangeboden worden die ertoe strekken gesprekken tot stand te brengen of berichten of bestanden uit te wisselen met als doel ontmoetingen tussen twee of meer personen te organiseren of te vergemakkelijken met het oog op het aanknopen van een liefdes- of seksuele relatie, hierna ook « ontmoetingsdiensten » genoemd.

Art. 78. Un service payant spécifiquement destiné aux majeurs ne peut contenir aucune référence suggérant ou impliquant d'une quelconque manière l'implication de mineurs d'âge.

Art. 79. Il est interdit de faire de la publicité ou de renvoyer à un service payant spécifiquement destiné aux majeurs dans les publications ou les programmes destinés aux mineurs d'âge ou sur les sites Internet destinés aux mineurs d'âge.

Art. 80. Sans préjudice de l'obligation d'héberger les services payants destinés spécifiquement aux majeurs sous une série de numéros destinée à cet effet, tout service payant réservé aux majeurs est clairement identifié comme tel dans chaque publicité faite à cet effet.

Art. 81. Au début de chaque appel ou communication, la personne qui offre le service payant destiné spécifiquement aux majeurs avertit gratuitement et clairement l'utilisateur final de la nature exacte du service qu'il est sur le point de consulter. Le message d'avertissement est clairement compréhensible ou lisible et bien visible.

En cas d'appel vers un service payant spécifiquement destiné aux majeurs qui utilise la voix, il est laissé suffisamment de temps à l'utilisateur final pour lui permettre d'interrompre la communication avant le signal de beep, qui est instauré pour marquer la partie payante de l'appel.

En cas d'appel ou de communication vers un service payant spécifiquement destiné aux majeurs qui n'utilise pas la voix, la communication n'est établie et facturée qu'après que l'utilisateur final ait confirmé avoir pris connaissance du message d'avertissement.

S'il est techniquement impossible d'avertir gratuitement l'utilisateur final avant le début de la fourniture proprement dite du service payant, le message d'avertissement est immédiatement donné après le début de la fourniture du service payant.

Art. 82. Dans une publicité orale ou écrite pour des services de rencontre, aucune donnée de contact permettant d'identifier les participants à ce service ne peut être reprise.

Art. 83. Lorsqu'une communication est établie entre le numéro utilisé par un utilisateur final et le numéro court SMS ou MMS au moyen duquel un service payant spécifiquement destiné aux majeurs est fourni et que de ce fait, plus de 10 euros est ou sera dû par mois pour ce numéro payant, l'utilisateur final en est informé à l'aide d'un message SMS ou MMS, qui est gratuit pour l'abonné.

Lorsqu'un multiple de 10 euros est atteint au cours de la période visée à l'alinéa 1er, le même message est envoyé à l'aide de la mention du multiple atteint de 10 euros.

Section 8. — Services payant fournissant des applications pour personnaliser le téléphone

Art. 84. Toute publicité écrite pour un service payant fournissant des logos, des jeux ou d'autres produits ou services pour personnaliser le téléphone mentionne clairement les appareils sur lesquels les produits ou services fournis peuvent être installés.

Art. 85. Lorsqu'une communication est établie entre le numéro utilisé par un utilisateur final et le numéro court SMS ou MMS au moyen duquel des logos, des sonneries, des jeux ou d'autres produits ou services pour personnaliser le téléphone sont fournis et que de ce fait, plus de 10 euros par mois sont ou seront dus pour ce numéro payant, l'utilisateur final en est informé à l'aide d'un message SMS ou MMS, qui est gratuit pour l'abonné.

Lorsqu'un multiple de 10 euros est atteint au cours de la période visée à l'alinéa 1er, le même message est envoyé en mentionnant le multiple atteint de 10 euros.

Si le service payant à l'aide duquel des logos, sonneries, jeux ou d'autres produits ou services sont fournis pour personnaliser le téléphone est fourni sous la forme d'un service d'abonnement ou d'alerte, le message SMS ou MMS visé à l'alinéa 1er rappelle en outre la procédure à suivre pour se désinscrire du service.

Art. 78. Een specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst mag geen verwijzingen bevatten die op enige manier de betrokkenheid van minderjarigen suggereren of impliceren.

Art. 79. Het is verboden reclame te maken voor of te verwijzen naar een specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst in publicaties of programma's bedoeld voor minderjarigen of websites bestemd voor minderjarigen.

Art. 80. Onverminderd de verplichting om specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende diensten onder te brengen onder een nummerreeks die daartoe bestemd is, wordt iedere voor meerderjarigen voorbehouden betalende dienst als zodanig geïdentificeerd in elke reclame die ervoor gemaakt wordt.

Art. 81. Bij het begin van iedere oproep, verbinding of uitwisseling van berichten verwittigt de persoon die de specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst aanbiedt de eindgebruiker kosteloos en ondubbelzinnig van de precieze aard van de dienst die hij op het punt staat te raadplegen. De waarschuwingsboodschap is duidelijk verstaanbaar of leesbaar en goed zichtbaar.

In geval van een oproep naar een specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst die gebruikmaakt van spraak, wordt de eindgebruiker voldoende tijd gelaten om hem de mogelijkheid te geven de verbinding te verbreken vóór het beepsignaal, dat ingesteld is om het betalende gedeelte van de oproep aan te duiden.

In geval van een oproep of verbinding met een specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst die geen gebruik maakt van spraak, wordt de verbinding pas opgezet en aangerekend nadat de eindgebruiker bevestigd heeft kennis genomen te hebben van de waarschuwingsboodschap.

Indien het technisch niet mogelijk is om de eindgebruiker voor de start van de eigenlijke levering van de betalende dienst kosteloos te verwittigen, wordt de waarschuwingsboodschap onmiddellijk na de start van de levering van de betalende dienst gegeven.

Art. 82. In gesproken of geschreven reclame voor ontmoetingsdiensten mogen geen contactgegevens worden opgenomen die het mogelijk maken om de deelnemers aan die dienst identificeren.

Art. 83. Wanneer er tussen het nummer dat gebruikt wordt door een eindgebruiker en het SMS of MMS korte nummer waarmee een specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst wordt aangeboden een communicatie plaatsvindt waardoor er voor dat betaalnummer meer dan 10 euro per maand verschuldigd is of zal zijn, wordt de eindgebruiker hiervan door middel van een SMS- of MMS-bericht, dat gratis is voor de abonnee, op de hoogte gebracht.

Wanneer er binnen de periode vermeld in het eerste lid een veelvoud van 10 euro bereikt wordt, wordt, met vermelding van het bereikte veelvoud van 10 euro, eenzelfde bericht gestuurd.

Afdeling 8. — Betalende diensten waarmee toepassingen voor de verpersoonlijking van het telefoontoestel worden verstrekt

Art. 84. Iedere geschreven reclame voor een betalende dienst waarmee logo's, beltonen, games of andere producten of diensten voor de verpersoonlijking van het telefoontoestel worden verstrekt maakt duidelijk op welke toestellen de aangeboden producten of diensten kunnen geïnstalleerd worden.

Art. 85. Wanneer er tussen het nummer dat gebruikt wordt door een eindgebruiker en het korte SMS- of MMS-nummer, waarmee logo's, beltonen, games of andere producten of diensten voor de verpersoonlijking van het telefoontoestel worden verstrekt een communicatie plaatsvindt waardoor er voor dat betaalnummer meer dan 10 euro per maand verschuldigd is of zal zijn, wordt de eindgebruiker hiervan door middel van een SMS- of MMS-bericht, dat gratis is voor de abonnee, op de hoogte gebracht.

Wanneer er binnen de periode vermeld in het eerste lid een veelvoud van 10 euro bereikt wordt, wordt, met vermelding van het bereikte veelvoud van 10 euro, eenzelfde bericht gestuurd.

Indien de betalende dienst waarmee logo's, beltonen, games of andere producten of diensten voor de verpersoonlijking van het telefoontoestel worden verstrekt aangeboden wordt in de vorm van een abonnements- of alarmdienst herinnert het in het eerste lid bedoelde SMS- of MMS-bericht bovendien aan de te volgen procedure voor uitschrijving uit de dienst.

Section 9. — Les services de chat

Art. 86. La personne qui offre un service de chat veille à ce que les règles d'utilisation acceptable de son service puissent être consultées gratuitement et en permanence.

Les règles d'utilisation acceptable sont mises gratuitement à la disposition de l'utilisateur final par écrit ou sur un autre support durable.

Art. 87. Les règles d'utilisation acceptable d'un service de chat non destiné spécifiquement à des majeurs interdisent à leurs utilisateurs d'avoir des conversations ou d'échanger des messages ou des fichiers :

1° d'une nature sexuelle ou érotique;

2° visant à organiser ou à faciliter des rencontres entre eux et une ou plusieurs personnes afin de nouer une relation amoureuse ou sexuelle.

Art. 88. Toute publicité pour un service de chat indique d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° les règles essentielles d'utilisation acceptable du service;

2° la possibilité de recevoir, à la demande, le règlement complet de l'utilisation acceptable et la manière dont la mise à disposition peut être demandée ou a lieu;

3° le fait que les discussions au sein du service de chat seront modérées ou non et si oui, de quelle manière.

Art. 89. Un service de chat ne peut être fourni qu'à un utilisateur final qui en a expressément fait la demande dans le cadre de la procédure d'enregistrement expliquée dans la publicité relative à ce service.

L'enregistrement pour un service de chat, qui a lieu par SMS ou MMS, se fait au moyen d'un SMS envoyé par l'utilisateur final qui vise uniquement à donner à l'utilisateur final l'accès au service de chat visé dans la publicité.

L'enregistrement ou la participation au service auquel l'on s'est enregistré ne peut en aucun cas impliquer que l'utilisateur final est enregistré pour un autre service de chat.

Art. 90. Immédiatement après l'enregistrement et avant le lancement du service de chat proprement dit, fourni via un numéro court SMS ou MMS, un ou plusieurs messages sont envoyés à l'utilisateur final en mentionnant :

1° la confirmation de l'enregistrement pour le service de chat concerné;

2° le tarif utilisateur final le plus élevé qui est appliqué dans le secteur des communications électroniques pour l'envoi de chaque message vers le numéro utilisé par le service de chat;

3° la procédure à suivre pour la désinscription au service de chat;

4° le numéro de téléphone du service clientèle de la personne qui offre le service de chat en question requis à l'article 15.

Le message ou les messages visés à l'alinéa 1er sont gratuits pour l'abonné.

Art. 91. Seule la communication émanant de l'utilisateur final peut être facturée dans le cadre d'un service de chat.

Art. 92. La modération de discussions au sein des services de chat est autorisée, à condition que cela soit expressément indiqué dans :

1° toute publicité pour le service concerné;

2° les conditions générales d'application au service concerné;

3° le SMS ou MMS de confirmation suivant l'enregistrement de l'utilisateur final pour le service concerné, si le service concerné est fourni via des numéros courts SMS ou MMS payants.

La modération a lieu sous la responsabilité de la personne qui offre le service payant.

La modération peut être réalisée par un serveur ou une application informatique.

Art. 93. Le modérateur, le serveur ou l'application informatique qui assure la modération supprime immédiatement du service offert au public ou aux membres enregistrés, tous les messages contraires aux lois en vigueur ou aux règles d'utilisation acceptable du service de chat, dont il est pris connaissance.

Afdeling 9. — Chatdiensten

Art. 86. De persoon die een chatdienst aanbiedt zorgt ervoor dat de regels van aanvaardbaar gebruik van zijn dienst op kosteloze en permanente wijze consulteerbaar zijn.

De regels van aanvaardbaar gebruik worden kosteloos op schrift of op een andere duurzame drager ter beschikking gesteld van de eindgebruiker.

Art. 87. De regels van aanvaardbaar gebruik van een niet specifiek voor meerderjarigen bestemde chatdienst verbieden hun gebruikers gesprekken tot stand te brengen of berichten of bestanden uit te wisselen :

1° van een seksuele of erotische aard;

2° met als doel ontmoetingen tussen hen en één of meerdere personen te organiseren of te vergemakkelijken met het oog op het aanknopen van een liefdes- of seksuele relatie.

Art. 88. Iedere reclame voor een chatdienst vermeldt leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° de essentiële regels van aanvaardbaar gebruik van de dienst;

2° de mogelijkheid om op verzoek de volledige regels van aanvaardbaar gebruik ter beschikking gesteld te krijgen en de manier waarop de terbeschikkingstelling kan aangevraagd worden of plaatsvindt;

3° het feit of discussies binnen de chatdienst al dan niet gemodereerd worden en zo ja, op welke wijze.

Art. 89. Een chatdienst mag enkel geleverd worden aan een eindgebruiker die daar uitdrukkelijk om gevraagd heeft in het kader van de registratieprocedure die in de reclame met betrekking tot deze dienst is uiteengezet.

Registratie voor een chatdienst, die plaatsvindt via SMS of MMS, gebeurt aan de hand van een SMS verzonden door de eindgebruiker die als enig doel heeft de eindgebruiker toegang te geven tot de chatdienst bedoeld in de reclame.

Registratie voor of deelname aan de dienst waarvoor geregistreerd werd kan nooit impliceren dat de eindgebruiker geregistreerd is voor een andere chatdienst.

Art. 90. Onmiddellijk na de registratie en voor de start van de eigenlijke chatdienst geleverd via een SMS of MMS kort nummer wordt of worden aan de eindgebruiker één of meerdere berichten gestuurd met vermelding van :

1° de bevestiging van de registratie voor de betrokken chatdienst;

2° het hoogste eindgebruikerstarief dat in de sector van de elektronische communicatie toegepast wordt voor het verzenden van ieder bericht naar het nummer waarvan de chatdienst gebruikmaakt;

3° de te volgen procedure voor uitschrijving uit de chatdienst;

4° het in artikel 15 vereiste telefoonnummer van de klantendienst van de persoon die de betrokken chatdienst aanbiedt.

Het bericht of de berichten bedoeld in het eerste lid zijn gratis voor de abonnee.

Art. 91. Enkel de communicatie uitgaande van de eindgebruiker mag aangerekend worden in het kader van een chatdienst.

Art. 92. Het modereren van discussies binnen chatdiensten is toegestaan, op voorwaarde dat dit uitdrukkelijk vermeld wordt in :

1° alle reclame voor de betrokken dienst;

2° de algemene voorwaarden van toepassing op de betrokken dienst;

3° de bevestigings-SMS of –MMS volgend op de registratie van de eindgebruiker op de betrokken dienst, indien de betrokken dienst geleverd wordt via betalende SMS of MMS korte nummers.

Het modereren gebeurt onder de verantwoordelijkheid van de persoon die de betalende dienst aanbiedt.

Het modereren kan worden vervuld door een server- of informaticatoepassing.

Art. 93. De moderator of de server- of informaticatoepasing die modereert verwijdert alle berichten die strijdig zijn met de geldende wetten of met de regels van aanvaardbaar gebruik van de chatdienst, waarvan kennis genomen wordt, onmiddellijk uit de dienst die aan het publiek of de geregistreerde leden wordt aangeboden.

Art. 94. Lorsqu'une communication est établie entre le numéro utilisé par un utilisateur final et le numéro court SMS ou MMS payant qui est utilisé pour un service de chat et que de ce fait, plus de 10 euros sont ou seront dus par mois pour ce numéro payant, l'utilisateur final en est informé à l'aide d'un message SMS ou MMS, qui est gratuit pour l'abonné.

Lorsqu'un multiple de 10 euros est atteint au cours de la période visée à l'alinéa 1er, le même message est envoyé à l'aide de la mention du multiple atteint de 10 euros.

Art. 95. Toutes les affirmations qu'un service de chat rend public concernant le nombre de participants au service de chat sont étayées à la demande de la Commission d'éthique pour les télécommunications ou de son secrétariat.

Art. 96. Lorsque l'utilisateur final demande une désinscription via la procédure à suivre pour se désinscrire du service de chat, le service de chat n'envoie plus de messages à l'utilisateur final.

Art. 97. § 1er. Si le service de chat est fourni via des numéros courts SMS ou MMS payants, la désinscription du service en question est toujours possible par l'envoi du mot « STOP », éventuellement suivi par un mot-clé, au numéro utilisé par le service de chat en question.

Le tarif utilisateur final d'application au message de désinscription ne peut pas dépasser le tarif utilisateur final normal pour un message vers un numéro mobile standard. La personne qui offre un service payant s'assure que les opérateurs qui facturent les abonnés ou qui facturent l'utilisation de services de communications électroniques aux abonnés ont la possibilité d'associer les messages de désinscription au paiement du tarif utilisateur final normal pour un message vers un numéro mobile standard. Si tel n'est pas le cas, la personne qui fournit un service payant via un réseau de communications électroniques crédite le ou les opérateurs concernés de façon à ce que l'abonné ne doive pas payer de tarif utilisateur final plus élevé que celui prévu à la première phrase de cet alinéa.

§ 2. L'envoi du mot « STOP » au numéro utilisé par plusieurs services de chat met fin à l'enregistrement pour tous les services chat qui utilisent le numéro concerné.

§ 3. L'envoi du mot « STOP » suivi par un mot-clé fourni dans la publicité et dans le message visé à l'article 90 vers le numéro utilisé par plusieurs services de chat met uniquement fin à l'enregistrement du service de chat auquel le mot-clé est lié.

§ 4. Lorsque la personne qui offre un service de chat reçoit un message ne correspondant pas mot pour mot au mot « STOP » ou au mot-clé applicable, elle met tout de même fin au service, lorsqu'elle peut déduire raisonnablement du message que l'utilisateur final souhaite se désinscrire du service ou des services concernés.

Section10. — Les services payants
à données de trafic ou de localisation

Art. 98. La personne qui offre un service payant peut, sur ordre de l'opérateur qui fournit à l'abonné ou à l'utilisateur final l'accès à un réseau mobile de communications électroniques, être responsable de l'obtention du consentement visé à l'article 123, § 2, 2°, de la loi relative aux communications électroniques de l'abonné ou de l'utilisateur final avec le traitement des données de trafic ou de localisation qui sont utiles pour la fourniture d'un service payant à données de trafic ou de localisation. Si l'opérateur visé à la phrase précédente donne l'ordre visé à la phrase précédente à la personne qui fournit le service payant à données de trafic ou de localisation, il est convenu d'une méthode par laquelle l'opérateur concerné garantit à la personne qui fournit le service payant à données de trafic ou de localisation que le consentement donné provient de la personne à laquelle se rapportent les données.

Lorsque la garantie visée à l'alinéa 1er a été donnée, la personne qui fournit le service payant à données de trafic ou de localisation conserve toutes les données relatives à la manière dont le consentement de l'utilisateur final a été obtenu pendant une période d'un an ou, en cas de contestation, jusqu'à la fin de la période au cours de laquelle le consentement et/ou la manière dont il a été obtenu, peuvent être attaqués judiciairement. Lorsque l'obligation de conservation expire, les données concernées sont détruites immédiatement.

La conservation des données relatives au consentement et à la manière dont celui-ci a été obtenu se fait toujours conformément à l'article 4 de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

Art. 94. Wanneer er tussen het nummer dat wordt gebruikt door een eindgebruiker en het SMS of MMS kort nummer dat wordt gebruikt door de chatdienst een communicatie plaatsvindt waardoor er voor dat betaalnummer meer dan 10 euro per maand verschuldigd is of zal zijn, wordt de eindgebruiker hiervan door middel van een SMS- of MMS-bericht, dat gratis is voor de abonnee, op de hoogte gebracht.

Wanneer er binnen de periode vermeld in het eerste lid een veelvoud van 10 euro bereikt wordt, wordt, met vermelding van het bereikte veelvoud van 10 euro, eenzelfde bericht gestuurd.

Art. 95. Alle beweringen die een chatdienst publiek maakt met betrekking tot het aantal deelnemers aan de chatdienst worden, op verzoek van de Ethische Commissie voor de telecommunicatie of haar secretariaat gestaafd.

Art. 96. Wanneer de eindgebruiker om uitschrijving verzoekt via de te volgen procedure voor uitschrijving uit de chatdienst, stuurt de chatdienst geen berichten meer naar de eindgebruiker.

Art. 97. § 1. Indien de chatdienst geleverd wordt via betalende korte SMS- of MMS-nummers, is uitschrijving uit de betrokken dienst steeds mogelijk door verzending van « STOP », eventueel gevolgd door een sleutelwoord, naar het nummer waarvan de betrokken chatdienst gebruikmaakt.

Het eindgebruikerstarief van toepassing op het bericht waarmee uitgeschreven wordt kan niet meer bedragen dan het normale eindgebruikerstarief voor een bericht naar een standaard mobiel nummer. De persoon die een betalende dienst aanbiedt vergewist er zich van of de operatoren die de abonnees factureren of het gebruik van elektronische-communicatiediensten aan de abonnees aanrekenen in de mogelijkheid verkeren om aan berichten waarmee uitgeschreven wordt de betaling van het normale eindgebruikerstarief voor een bericht naar een standaard mobiel nummer te koppelen. Indien dat niet het geval is, crediteert de persoon die een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk aanbiedt de betrokken operator of operatoren op een dusdanige manier dat de abonnee geen hoger eindgebruikerstarief dient te betalen dan het in de eerste zin van dit lid bedoelde eindgebruikerstarief.

§ 2. Verzending van « STOP » naar het nummer waarvan verschillende chatdiensten gebruikmaken beëindigt de registratie voor alle chatdiensten die gebruikmaken van het betrokken nummer.

§ 3. Verzending van « STOP » gevolgd door een sleutelwoord verschaft in de reclame en in het bericht bedoeld in artikel 90 naar het nummer waarvan verschillende chatdiensten gebruikmaken beëindigt enkel de registratie voor de chatdienst waaraan het sleutelwoord is gekoppeld.

§ 4. Wanneer de persoon die een chatdienst aanbiedt een bericht ontvangt dat niet woordelijk overeenstemt met het woord « STOP » of het toepasselijke sleutelwoord, beëindigt hij de dienst toch, wanneer hij redelijkerwijze uit het bericht kan afleiden dat de eindgebruiker zich wenst uit te schrijven uit de betrokken dienst of diensten.

Afdeling 10. — Betalende diensten
met verkeersgegevens of locatiegegevens

Art. 98. De persoon die een betalende dienst aanbiedt mag in opdracht van de operator die de abonnee of eindgebruiker toegang verleent tot een mobiel elektronische-communicatienetwerk instaan voor het verkrijgen van de in artikel 123, § 2, 2°, van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie bedoelde toestemming van de abonnee of eindgebruiker met de verwerking van de verkeers- of locatiegegevens die dienstig zijn voor het leveren van een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens. Indien de in de vorige zin bedoelde operator de in de vorige zin bedoelde opdracht geeft aan de persoon die de betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegeven levert, wordt een methode overeengekomen, waarbij de betreffende operator de persoon die de betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegeven levert verzekert dat de gegeven toestemming afkomstig is van de persoon waarop de gegevens betrekking hebben.

Wanneer de in het eerste lid bedoelde verzekering gegeven is, bewaart de persoon die de betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens levert alle gegevens over de manier waarop de toestemming van de eindgebruiker is verkregen gedurende een periode van één jaar of, in geval van betwisting, tot het einde van de periode waarbinnen de toestemming en/of de manier waarop ze bekomen werd gerechtelijk betwist kan worden. Wanneer de bewaringsplicht vervalt, worden de betrokken gegevens onmiddellijk vernietigd.

De bewaring van de gegevens omtrent de toestemming en de manier waarop ze bekomen werd gebeurt steeds overeenkomstig artikel 4 van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens.

Si l'abonné ou l'utilisateur final retire son consentement, la personne qui offre le service payant communique immédiatement cette information à l'opérateur qui fournit à l'abonné ou l'utilisateur final concerné l'accès au réseau mobile de communications électroniques.

Art. 99. Sans préjudice de l'obligation d'information visée à l'article 123, § 2, 1°, de la Loi par l'opérateur qui donne accès à l'abonné ou à l'utilisateur final concerné au réseau mobile de communications électroniques, toute publicité pour un service payant à données de trafic ou de localisation mentionne d'une manière lisible et bien visible et/ou clairement compréhensible :

1° une description précise de la nature du service, y compris le fait que l'utilisateur final sera localisé à l'aide du service concerné;

2° que les informations sur la localisation du téléphone mobile de l'utilisateur final par l'opérateur qui donne accès à l'abonné ou à l'utilisateur final à un réseau mobile de communications électroniques sont traitées et doivent être transmises à la personne qui offre le service payant ou éventuellement à des tiers nommément désignés pour pouvoir lui fournir le service concerné;

3° la possibilité à tout moment pour l'utilisateur final de retirer définitivement ou temporairement son consentement pour le traitement de ses données de trafic ou de localisation par l'opérateur, ainsi que la manière dont cela doit avoir lieu;

Art. 100. Les services payants à données de trafic ou de localisation ne peuvent être fournis :

1° qu'après l'obtention du consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final, conformément à l'article 98 et

2° qu'après une demande subséquente de service émanant de l'utilisateur final, pour ce qui concerne une fourniture de service unique au moyen d'un appel ou d'un SMS ou MMS à recevoir par lui, ou après une inscription, en ce qui concerne tous les autres types de services.

L'inscription à un service payant à données de trafic ou de localisation fourni au moyen d'un service de messagerie payant se fait conformément aux articles 32 et 33 et est soumis à l'article 39.

La personne qui offre le service payant s'abstient de traiter des données de trafic et de localisation utiles pour la fourniture d'un service payant à données de trafic ou de localisation pour lequel un utilisateur final n'a pas fait de demande de service ou auquel il n'a pas souscrit.

Le traitement des données de trafic ou de localisation utiles à la fourniture d'un service payant à données de trafic ou de localisation se fait toujours conformément aux articles 4 et 16 de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel. Les données de trafic ou de localisation sont détruites immédiatement après qu'il ait été satisfait à la demande de service ou après que la prestation du service auquel il a été souscrit ait été exécuté.

Si un utilisateur final se désinscrit d'un service payant à données de trafic ou de localisation, la personne qui offre le service payant s'abstient de continuer à traiter les données de trafic et de localisation utiles pour la fourniture d'un service payant à données de trafic et de localisation. La désinscription d'un service payant à données de trafic ou de localisation fourni au moyen d'un service de messagerie payant se fait conformément aux articles 35 à 38 inclus.

CHAPITRE 11. — *Dispositions diverses et finales*

Art. 101. Les opérateurs impliqués dans la fourniture d'un service payant à l'égard desquels la Commission d'éthique pour les télécommunications a prononcé une suspension ou une radiation, apportent leur collaboration à l'exécution de la suspension ou de la radiation.

Art. 102. Il est interdit aux opérateurs de fournir aux personnes vis-à-vis desquelles la Commission d'éthique pour les télécommunications a prononcé une interdiction de lancer de nouveaux services payants un quelconque service qui permet à la personne concernée de démarrer un nouveau service payant via des réseaux de communications électroniques.

Indien de abonnee of de eindgebruiker zijn toestemming intrekt, deelt de persoon die de betalende dienst aanbiedt deze informatie onmiddellijk mee aan de operator die de betrokken abonnee of eindgebruiker toegang verleent tot het mobiele elektronische-communicatienetwerk.

Art. 99. Onverminderd de verplichting tot het leveren van de informatie, bedoeld in artikel 123, § 2, 1°, van de Wet door de operator die de betrokken abonnee of eindgebruiker toegang verleent tot het mobiele elektronische-communicatienetwerk, vermeldt elke reclame voor een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens leesbaar en goed zichtbaar en/of op een duidelijk verstaanbare manier :

1° een precieze omschrijving van de aard van de dienst, met inbegrip van het feit dat de eindgebruiker door middel van de betrokken dienst gelokaliseerd zal worden;

2° dat informatie over de locatie van de mobiele telefoon van de eindgebruiker door de operator die de abonnee of eindgebruiker toegang verleent tot een mobiel elektronische-communicatienetwerk verwerkt wordt en naar de persoon die de betalende dienst aanbiedt of eventuele met naam genoemde derde partijen doorgestuurd moeten worden om hem de betrokken dienst te kunnen leveren;

3° de mogelijkheid voor de eindgebruiker om te allen tijde zijn toestemming voor de verwerking van zijn verkeers- of locatiegegevens door de operator definitief of tijdelijk in te trekken, alsmede de manier waarop dat dient te gebeuren.

Art. 100. Betalende diensten met verkeersgegevens of locatiegegevens mogen enkel verleend worden :

1° na het verkrijgen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker overeenkomstig artikel 98 en

2° na een daaropvolgende dienstaanvraag van de eindgebruiker, wat betreft een eenmalige dienstverlening door middel van één oproep of één door de eindgebruiker te ontvangen SMS of MMS, of na een inschrijving, wat betreft alle andere soorten van dienstverlening.

De inschrijving op een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens die geleverd wordt door middel van een betalende berichtendienst vindt plaats overeenkomstig de artikelen 32 en 33 en is onderworpen aan artikel 39.

De persoon die de betalende dienst aanbiedt onthoudt zich van het verwerken van verkeers- en locatiegegevens dienstig voor het leveren van een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens waarvoor een eindgebruiker geen dienstaanvraag heeft gedaan of zich niet heeft ingeschreven.

De verwerking van verkeers- of locatiegegevens dienstig voor het leveren van een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens gebeurt steeds overeenkomstig de artikelen 4 en 16 van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens. Verkeers- of locatiegegevens worden na het voldoen aan de dienstaanvraag of na het verrichten van de dienstprestatie waarvoor ingeschreven werd onmiddellijk vernietigd.

Indien een eindgebruiker zich uitschrijft uit een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens, onthoudt de persoon die de betalende dienst aanbiedt zich van het verder verwerken van verkeers- of locatiegegevens dienstig voor het leveren van een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens. De uitschrijving uit een betalende dienst met verkeersgegevens of locatiegegevens die geleverd wordt door middel van een betalende berichtendienst vindt plaats overeenkomstig de artikelen 35 tot en met 38.

HOOFDSTUK 11. — *Diverse en slotbepalingen*

Art. 101. De operatoren betrokken bij het aanbod van een betalende dienst ten aanzien waarvan de Ethische Commissie voor de telecommunicatie een schorsing of een schrapping uitgesproken heeft, verlenen hun medewerking aan de uitvoering van de uitgesproken schorsing of schrapping.

Art. 102. Het is de operatoren verboden om aan personen ten aanzien waarvan de Ethische Commissie voor de telecommunicatie een verbod heeft uitgesproken om nieuwe betalende diensten te beginnen enige dienst te verlenen die de betrokken persoon in staat stelt een nieuwe betalende dienst via elektronische-communicatienetwerken op te starten.

Art. 103. Les articles 31 à 38 inclus, 61 à 63 inclus, 65 à 67 inclus, 81, 83 et 85 ainsi que la section 9 du Chapitre 10 entrent en vigueur le premier jour du sixième mois qui suit celui de la publication du présent arrêté au *Moniteur belge*.

Art. 104. Le Ministre qui a les Télécommunications dans ses attributions est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Donné à Bruxelles, le 9 février 2011.

ALBERT

Par le Roi :

Le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification,
V. VAN QUICKENBORNE

Le Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation,
P. MAGNETTE

Art. 103. De artikelen 31 tot en met 38, 61 tot en met 63, 65 tot en met 67, 81, 83 en 85 en afdeling 9 van Hoofdstuk 10 treden in werking op de eerste dag van de zesde maand na die waarin dit besluit is bekendgemaakt in het *Belgisch Staatsblad*.

Art. 104. De Minister bevoegd voor Telecommunicatie is belast met de uitvoering van dit besluit.

Gegeven te Brussel, 9 februari 2011.

ALBERT

Van Koningswege :

De Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen,
V. VAN QUICKENBORNE

De Minister van Klimaat en Energie, belast met Consumentenzaken,
P. MAGNETTE

Annexe
Séries de numéros pour lesquelles il est autorisé d'également demander un paiement pour le contenu en plus du prix de la communication

Contenu du service payant	Série de numéros sous laquelle le service payant doit être fourni
1. Service payant destiné spécifiquement aux majeurs d'âge, y compris : - les jeux, concours ou quiz à connotation érotique ou sexuelle - les logos, sonneries ou produits ou services de divertissement à connotation érotique ou sexuelle, qui sont fournis pendant l'appel ou en conséquence directe de celui-ci.	*a.* Si le service est fourni par SMS ou MMS : - 7000 à 7999; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications. *b.* Si le service est fourni d'une autre manière via un réseau de communications électroniques : - 906 BCXXX, B étant différent de 7, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 1 euro par minute; - 907 BCXXX, B étant différent de 7; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.
2. Le service payant donnant accès aux jeux, concours ou quiz, à l'exception des concours ou quiz à connotation érotique ou sexuelle, ou qui permettent de payer pour des logos, sonneries ou autres produits ou services de détente, à l'exception de logos, sonneries ou produits ou services de détente à connotation érotique ou sexuelle, qui sont fournis durant l'appel ou en conséquence directe de celui-ci	a. Si le service est fourni par SMS ou MMS : - 5 000 à 5 999, à condition que le tarif utilisateur final visé à l'article 71, § 6, de l'AR Numérotation, s'élève à maximum 50 eurocents; - 6 000 à 6 999, à condition que le tarif utilisateur final visé à l'article 71, § 6, de l'AR Numérotation, s'élève à maximum 2 euros; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.
	b. Si le service est fourni d'une autre manière via un réseau de communications électroniques : - 905 BCXXX, B étant différent de 0 et 9; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.
3. Le service payant avec un contenu différent du contenu décrit au point 1 ou 2	*a.* Si le service est fourni par SMS ou MMS : - 2 000 à 2 999, à condition que le tarif utilisateur final visé à l'article 71, § 6, de l'AR Numérotation, s'élève à maximum 1 euro; - 3 000 à 3 999, à condition que le tarif utilisateur final visé à l'article 71, § 6, de l'AR Numérotation, s'élève à maximum 4 euros; - 4 000 à 4 999 lorsque le service consiste à collecter des fonds ou à créer, entièrement ou partiellement, une valeur monétaire acceptée comme moyen de paiement par les fournisseurs de biens corporels ou des fournisseurs de services qui ne sont pas fournis via un réseau de communications électroniques; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.

Annexe
Séries de numéros pour lesquelles il est autorisé d'également demander un paiement pour le contenu en plus du prix de la communication

Contenu du service payant	Série de numéros sous laquelle le service payant doit être fourni
	b. Si le service est fourni d'une autre manière via un réseau de communications électroniques : - 70 BCXXXX, B étant différent de 0, 1, 5, 8 et 9; - 900 BCXXX, B étant différent de 9, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 50 eurocents par minute; - 901 BCXXX, B étant différent de 9, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 50 eurocents par appel; - 902 BCXXX, B étant différent de 9, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 1 euro par minute; - 903 BCXXX, B étant différent de 7, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 1,5 euros par minute; - 904 BCXXX, B étant différent de 9, à condition que le tarif utilisateur final s'élève à maximum 2 euros par minute; - 909 BCXXX, B étant différent de 1 à condition que le montant total facturé à l'abonné pour un appel individuel, quelle que soit la norme utilisée pour déterminer le tarif utilisateur final, ne dépasse jamais 31 euros; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.
4. Le service de messagerie payant avec un contenu décrit au point 3	Peut uniquement être fourni par SMS ou MMS sous les séries de numéros : - 9 000 à 9 499; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.
5. Le service de messagerie payant avec un contenu décrit au point 2 et avec un contenu différent d'un service payant pour la collecte de fonds.	Peut uniquement être fourni par SMS ou MMS sous les séries de numéros : - 9 500 à 9 999; - Toute autre série de numéros ouverte pour cet usage par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications.

Vu pour être annexé à Notre arrêté du 9 février 2011 établissant le Code d'éthique pour les télécommunications.

ALBERT

Par le Roi :

Le Ministre pour l'Entreprise et la Simplification,
V. VAN QUICKENBORNE

Le Ministre du Climat et de l'Energie, chargé de la Consommation,
P. MAGNETTE

Bijlage
Nummerreeksen waarvoor het is toegestaan om naast de prijs voor de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen

Inhoud van de betalende dienst	Nummerreeks waaronder de betalende dienst moet worden aangeboden
1. Specifiek voor meerderjarigen bestemde betalende dienst, met inbegrip van : - erotisch of seksueel getinte spelen, wedstrijden of quizzen - erotisch of sexueel getinte logo's, beltonen of ontspanningsprocucten of -diensten, die geleverd worden tijdens de oproep of als direct gevolg hiervan.	*a.* Indien de dienst verstrekt wordt per SMS of MMS : - 7 000 tot en met 7 999; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
	b. Indien de dienst op een andere wijze via een elektronische-communicatienetwerk verstrekt wordt : - 906 BCXXX met B verschillend van 7, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief maximaal 1 euro per minuut bedraagt; - 907 BCXXX met B verschillend van 7; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
2. Betalende dienst waarmee toegang wordt gegeven tot spelen, wedstrijden of quizzen, met uitzondering van erotisch of seksueel getinte spelen, wedstrijden of quizzen, of die het mogelijk maken te betalen voor logo's, beltonen of andere ontspanningsproducten of -diensten, met uitzondering van erotisch of seksueel getinte logo's, beltonen of ontspanningsprocucten of -diensten, die geleverd worden tijdens de oproep of als direct gevolg hiervan	*a.* Indien de dienst verstrekt wordt per SMS of MMS : - 5 000 tot en met 5 999, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief, zoals bedoeld in artikel 71, § 6, van het KB Nummering maximaal 50 eurocent bedraagt; - 6 000 tot en met 6 999, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief, zoals bedoeld in artikel 71, § 6, van het KB Nummering maximaal 2 euro bedraagt; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.

Bijlage **Nummerreeksen waarvoor het is toegestaan om naast de prijs voor de communicatie ook een betaling voor de inhoud te vragen**	
Inhoud van de betalende dienst	**Nummerreeks waaronder de betalende dienst moet worden aangeboden**
	b. Indien de dienst op een andere wijze via een elektronische-communicatienetwerk verstrekt wordt : - 905 BCXXX met B verschillend van 0 en 9; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
3. Betalende dienst met een inhoud verschillend van de inhoud beschreven onder 1 of 2	*a.* Indien de dienst verstrekt wordt per SMS of MMS : - 2 000 tot en met 2 999, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief, zoals bedoeld in artikel 71, § 6, van het KB Nummering, maximaal 1 euro bedraagt; - 3 000 tot en met 3 999, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief, zoals bedoeld in artikel 71, § 6, van het KB Nummering, maximaal 4 euro bedraagt; - 4 000 tot en met 4 999 wanneer de dienst bestaat uit het werven van fondsen of het, geheel of gedeeltelijk, creëren van een monetaire waarde dat als betaalmiddel aanvaard wordt door leveranciers van lichamelijke producten of leveranciers van diensten die zelf niet geleverd worden via een elektronische-communicatienetwerk; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
	b. Indien de dienst op een andere wijze via een elektronische-communicatienetwerk verstrekt wordt : - 70 BCXXXX met B verschillend van 0, 1, 5, 8 en 9; - 900 BCXXX met B verschillend van 9, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief maximaal 50 eurocent per minuut bedraagt; - 901 BCXXX met B verschillend van 9, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief maximaal 50 eurocent per oproep bedraagt; - 902 BCXXX met B verschillend van 9, op voorwaarde het eindgebruikerstarief maximaal 1 euro per minuut bedraagt; - 903 BCXXX met B verschillend van 7, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief maximaal 1,5 euro per minuut bedraagt; - 904 BCXXX met B verschillend van 9, op voorwaarde dat het eindgebruikerstarief maximaal 2 euro per minuut bedraagt; - 909 BCXXX met B verschillend van 1 op voorwaarde dat het totaalbedrag dat aan de abonnee aangerekend wordt voor één individuele oproep, ongeacht de maatstaf die gebruikt wordt om het eindgebruikerstarief te bepalen, nooit meer bedraagt dan 31 euro; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
4. Betalende berichtendienst met een inhoud beschreven onder 3	Kan enkel verstrekt worden per SMS of MMS onder de nummerreeksen : - 9 000 tot en met 9 499; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.
5. Betalende berichtendienst met een inhoud beschreven onder 2 en met een inhoud verschillend van een betalende dienst voor de werving van fondsen.	Kan enkel verstrekt worden per SMS of MMS onder de nummerreeksen : - 9 500 tot en met 9 999; - Iedere andere voor dit gebruik door het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie geopende nummerreeks.

Gezien om te worden gevoegd bij Ons besluit van 9 februari 2011 tot vaststelling van de Ethische code voor de telecommunicatie.

ALBERT

Van Koningswege :

De Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen,
V. VAN QUICKENBORNE

De Minister van Klimaat en Energie, belast met Consumentenzaken,
P. MAGNETTE