



FSMA

www.fsma.be

FSMA NEWS

Newsletter sur la
commercialisation de
monnaies virtuelles

Mars 2023

RÈGLEMENT DE L'AUTORITÉ DES SERVICES ET DES
MARCHÉS FINANCIERS SUBORDONNANT À DES
CONDITIONS RESTRICTIVES LA COMMERCIALISATION
DE MONNAIES VIRTUELLES AUPRÈS DES
CONSOMMATEURS EN BELGIQUE

DANS CETTE NEWSLETTER

Depuis plusieurs années, les monnaies virtuelles telles que le Bitcoin ou l'Ether font l'objet d'une très large promotion auprès du grand public. Elles constituent maintenant un objet d'investissement très populaire.

L'actualité récente a toutefois démontré que ce type d'instrument comporte des risques très importants et peut subir de fortes variations de valeur en très peu de temps, ce qui peut entraîner de lourdes pertes pour les investisseurs.

De nombreux consommateurs achètent ou vendent de l'argent virtuel à des fins spéculatives, souvent dans l'espoir de parvenir à réaliser un bénéfice important sur le cours de cette monnaie. La promotion des monnaies virtuelles est non seulement effectuée par le biais de canaux classiques de marketing, mais également par le biais des réseaux sociaux ou d'applications telles que TikTok ou Instagram.



Parfois, des personnalités connues du grand public (influenceurs) interviennent dans ce cadre et sont rémunérées pour promouvoir des monnaies virtuelles auprès des personnes qui les suivent. Ces personnalités (artistes ou sportifs de haut niveau par exemple) n'ont souvent pas de qualifications particulières en matière financière, mais utilisent leur notoriété à des fins commerciales. Cette promotion cible le grand public, et donc les consommateurs. Certaines catégories particulières de personnes, telles que les mineurs d'âge, sont parfois spécialement ciblées, en dépit de leur vulnérabilité.



Afin de faire face à ce phénomène, et dans l'attente de l'entrée en vigueur de mesures spécifiques encadrant les (services par rapport aux) cryptoactifs au niveau européen, **la FSMA a arrêté un règlement visant à encadrer la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs.** Le règlement a été approuvé par arrêté royal du 8 février 2023 (Moniteur belge du 17 mars 2023). **Ce texte entrera en vigueur le 17 mai 2023.** Le règlement impose diverses obligations, dont :

- / des **règles de contenu** afin que les publicités ne soient pas trompeuses ou inexactes ;
- / l'insertion de **mentions obligatoires** et plus particulièrement, la mention « *Monnaie virtuelle, risques réels. En crypto seul le risque est garanti* » ainsi qu'un avertissement plus long visant à reprendre les principaux risques liés à un investissement dans les monnaies virtuelles **qui devront être repris au début de chaque publicité** ;
- / **l'obligation de notifier** à la FSMA toutes les publicités qui seront utilisées dans le cadre d'une **campagne de masse** au moins 10 jours avant leur diffusion, sous la forme dans laquelle elles seront diffusées.

La présente newsletter a pour objet d'accompagner les acteurs de marché (tels que, par exemple, les plateformes de monnaies virtuelles, les personnes qui émettent des monnaies virtuelles, les intermédiaires tels que les influenceurs) concernés par ce nouveau règlement en leur apportant des précisions concernant le contenu et l'application des exigences légales qui leur seront applicables à partir du 17 mai 2023.

1. DÉFINITION DES CONCEPTS CLÉS

Le règlement du 5 janvier 2023 impose certaines obligations en ce qui concerne les **publicités** diffusées auprès des consommateurs lors de la **commercialisation**, à titre d'activité professionnelle habituelle ou à titre occasionnel contre rémunération, de **monnaies virtuelles en Belgique**:

- / une **publicité** est « *toute communication visant spécifiquement à promouvoir l'achat ou la souscription d'une ou plusieurs monnaies virtuelles, quel que soit le support utilisé ou son moyen de diffusion* ».



Le règlement s'applique quel que soit la forme ou le mode de diffusion de la publicité.

Il peut, par exemple s'agir d'affiches ou de panneaux publicitaires visibles sur la voie publique, de *banners* repris sur des sites internet, d'applications mobiles, de brochures, de plateformes de trading, etc.

- / la **commercialisation** doit s'entendre comme « *la présentation d'un produit ou d'une monnaie virtuelle, par quelque moyen que ce soit, pour inciter le client ou le client potentiel à acheter, souscrire, adhérer, accepter, signer ou ouvrir le produit ou la monnaie en question* ». Il peut, par exemple, s'agir, de la mise en avant d'une monnaie virtuelle par un influenceur sur ses réseaux sociaux ou de la présentation par une plateforme de trading sur son site de monnaies virtuelles afin d'inciter les consommateurs à les acheter.

/ les **monnaies virtuelles** sont définies à l'article 2, 40°/1 de la loi du 2 août 2002 comme étant des « *représentations numériques d'une valeur qui ne sont émises ou garanties ni par une banque centrale ni par une autorité publique, qui ne sont pas nécessairement liées non plus à une monnaie établie légalement et qui ne possèdent pas le statut juridique de monnaie ou d'argent, mais qui sont acceptées comme moyen d'échange par des personnes physiques ou morales et qui peuvent être transférées, stockées et échangées par voie électronique* ».

Seuls les actifs virtuels qui présentent une « fonction de moyen d'échange » ou de « paiement » sont donc visés. Ainsi, ne sont pas concernés les actifs qui ne présentent qu'une fonction d'investissement (tels que les « *security tokens* » donnant droit à une forme de participation dans une entreprise) ou une fonction utilitaire (tels que les « *utility tokens* » ouvrant des droits d'accès à des produits ou des services futurs).



Le règlement ne s'applique pas à la commercialisation de monnaies virtuelles qui constituent des instruments de placement au sens de l'article 3 de la loi du 11 juillet 2018 relative aux offres au public d'instruments de placement et aux admissions d'instruments de placement à la négociation sur des marchés réglementés. Ainsi, les monnaies virtuelles qui confèrent à leur titulaire des créances de nature financière incorporées dans un « instrument » (car substituable ou fongible par exemple), qui peuvent être exercées vis-à-vis d'un émetteur et/ou d'une autre personne (telle qu'un garant), constitueront des instruments de placement et ne seront pas visées par le présent règlement. Afin de savoir si une monnaie virtuelle constitue un instrument de placement, la FSMA a publié une communication pouvant servir de guide de qualification¹.

/ **En Belgique** : le règlement s'applique à la commercialisation de monnaies virtuelles qui a lieu sur le territoire belge. Il s'agit d'une question de fait qui s'apprécie au cas par cas sur la base d'indications telles que :

- la référence à des personnes de contact en Belgique ;
- l'absence d'un avertissement indiquant que la commercialisation n'est pas destinée au public belge ;
- la ou les langues utilisées ;
- la possibilité pour les consommateurs en Belgique de s'inscrire en ligne ;
- l'utilisation d'un site web dont le nom de domaine se termine par '.be' ;
- la présence d'un établissement en Belgique ou la prestation de services en Belgique ou le recours à un intermédiaire ou à un influenceur opérant en Belgique ;
- l'utilisation de l'image d'une personne connue en particulier par le public en Belgique, telle que des sportifs, des artistes ou d'autres personnalités.

La présence de l'un des facteurs ci-dessus n'impliquera pas automatiquement une commercialisation sur le territoire belge. Toutefois, il y a en tout cas commercialisation en Belgique lorsque la publicité est diffusée par des médias belges ou au moyen d'un support publicitaire physique sur le territoire belge.

¹ Voir la [Communication FSMA_2022_25](#) dd. 22/11/2022 « Qualification des crypto-actifs en tant que valeurs mobilières, instruments de placement ou instruments financiers ».

2. RÈGLES DE CONTENU DES PUBLICITÉS

Le règlement précise que les informations contenues dans les publicités ne peuvent être **trompeuses** ou **inexactes**. En particulier, **les publicités devront répondre aux conditions suivantes** :

1. Toute publicité doit être **clairement reconnaissable** en tant que telle ;
2. Les publicités doivent être **cohérentes avec les avertissements** visés à l'article 4, §1ier, 1° et 2° du règlement (voir ci-dessous) et ne peuvent travestir, minimiser, ni occulter ces derniers ;
3. Les publicités doivent **s'abstenir de mettre l'accent sur les avantages potentiels** de la monnaie virtuelle sans indiquer aussi, correctement et de façon bien visible et équilibrée, les **risques, limites ou conditions applicables** à la monnaie virtuelle concernée,
4. Les publicités **ne mettent pas en exergue des caractéristiques et ne font pas de comparaisons** non ou peu pertinentes pour bien comprendre la nature et les risques de la monnaie virtuelle concernée. A titre d'exemple, il n'est ainsi pas autorisé de faire un parallèle entre les performances d'un sportif professionnel (ou d'autres activités paraissant remarquables aux yeux du consommateur ordinaire) et l'investissement dans des monnaies virtuelles ;
5. Les publicités **ne peuvent contenir de déclaration** sur la **valeur** ou le **rendement futurs** de la monnaie virtuelle concernée ;
6. Les informations sont présentées dans un **langage non technique** et d'une manière qui est **compréhensible** par le consommateur. Les publicités doivent donc être rédigées dans un langage clair et compréhensible, en **évitant le vocabulaire technique**.



3. MENTIONS OBLIGATOIRES À REPRENDRE DANS LES PUBLICITÉS

Étant donné la nature très particulière de l'investissement en monnaies virtuelles, chaque publicité diffusée auprès de consommateurs lors de la commercialisation de ces monnaies doit contenir un message d'avertissement standardisé. Ce type d'approche permet de toucher spécifiquement certaines catégories visées par la promotion des monnaies virtuelles, telles que les mineurs d'âge. Ces mentions ont pour objectif de mettre en exergue les risques encourus de manière explicite et très compréhensive :

1. Toutes les publicités devront donc contenir le message suivant : « **Monnaie virtuelle, risques réels. En crypto seul le risque est garanti** ».
2. Les publicités devront également contenir **un avertissement sur les risques**, destiné à attirer l'attention sur les différents risques encourus par les consommateurs qui investissent en monnaies virtuelles :

Avertissement

- la valeur de vos monnaies virtuelles peut varier de manière très importante à la hausse comme à la baisse et le montant que vous investissez peut être entièrement perdu ;
- les monnaies virtuelles ne sont pas couvertes par les systèmes de garantie des dépôts bancaires ;
- aucun mécanisme légal permettant d'éviter les manipulations de marché ou les délits d'initiés n'a été mis en place sur le marché des monnaies virtuelles ;
- les monnaies virtuelles sont entièrement dépendantes d'une technologie et d'une infrastructure informatique spécifique, qui peut dans certains cas avoir été développée très récemment et être encore insuffisamment testée ;
- en cas de perte de l'identifiant ou du mot de passe permettant d'accéder au portefeuille virtuel où sont stockées les monnaies virtuelles, ces dernières seront définitivement perdues ;
- l'acceptation des monnaies virtuelles comme moyen de paiement est actuellement limitée et il n'existe dans la très grande majorité des pays aucune obligation légale de les accepter ;
- pour plus d'informations concernant les risques liés à un investissement en monnaies virtuelles, nous vous recommandons de lire la page [Qu'est-ce qu'une cryptomonnaie ?](#)

3. Dans le cas où une personne figure dans la publicité ou son image est autrement utilisée, et si cette personne est rémunérée pour ce faire, la publicité doit contenir la mention que cette personne reçoit une rémunération pour la diffusion de la publicité.

Ces mentions obligatoires doivent être clairement **visibles et compréhensibles**, et être **présentées au début de la publicité, dans le même format que le reste du message publicitaire**. Elles doivent **être reprises littéralement, sans aucune modification**. Ces mentions obligatoires doivent – le cas échéant² via un lien pour l'avertissement sur les risques - être reprises dans toutes les publicités, même pour les publicités de taille ou de durée limitée (par exemple un banner ou une vidéo courte), ou encore de nature éphémère.

4. NOTIFICATION DES CAMPAGNES DE MASSE

Le règlement impose une notification à priori des publicités qui seront diffusées dans le cadre **d'une campagne de masse**. Ces dernières devront être notifiées à la FSMA au moins 10 jours avant leur diffusion.

² Un lien ou un QR code est uniquement autorisé pour l'avertissement détaillé repris sous le point 2., si la publicité ne permet pas de reprendre l'avertissement détaillé.

Une campagne de masse est définie en fonction des critères suivants dans le règlement :

Critère de base	Diffusion auprès de 25 000 consommateurs au moins.
Sont qualifiées irréfutablement de campagne de masse, les publicités qui :	<ul style="list-style-type: none">/ sont visibles depuis la voie publique,/ sont reprises sur un site internet ou sur une infrastructure accessible au public,/ sont diffusées sur un réseau social par une personne disposant d'au moins 25 000 followers sur ledit réseau au début de la commercialisation,/ sont diffusées sur un réseau social par une personne qui paie le réseau social pour la diffusion (et ce, peu importe le nombre de followers de cette personne).

Les modalités pratiques de la notification des campagnes de masse sont définies dans [la communication FSMA 2023_05](#).

La FSMA souligne qu'il n'y a pas de mécanisme d'approbation préalable prévu ; la diffusion de la publicité n'exige donc pas de décision d'approbation de la part de la FSMA. La FSMA peut, mais n'y est pas obligée, formuler des commentaires pendant la période de 10 jours entre la notification et la diffusion. La FSMA peut aussi formuler des commentaires après la diffusion. L'absence de réaction de la FSMA dans le délai de dix jours entre la notification et le début de la diffusion n'équivaut pas à une approbation.

5. QUI DOIT NOTIFIER LES CAMPAGNES DE MASSE ?

L'obligation de notification pèse sur la personne qui détermine le contenu de la publicité. Elle ne pèse donc par exemple pas sur l'organe de presse ou le média par le biais duquel une publicité serait diffusée.

6. CONTRÔLE PAR LA FSMA

La FSMA rappelle que les personnes qui diffusent des publicités (que cette publicité ait fait l'objet d'une notification ou non auprès de la FSMA) doivent conserver les données suivantes pendant une période minimale d'un an après le début de leur diffusion :

- une copie des publicités, sous la forme dans laquelle elles ont été diffusées ;
- la liste des médias via lesquels les publicités ont été diffusées ;
- une copie des conventions conclues dans le cadre de la diffusion des publicités.



La FSMA souligne également que même si une publicité n'est pas diffusée dans le cadre d'une campagne de masse (et ne doit donc pas faire l'objet d'une notification a priori), son contenu doit se conformer aux obligations du règlement. La FSMA peut à tout moment décider de contrôler à posteriori des publicités diffusées antérieurement afin de vérifier que celles-ci étaient conformes aux exigences légales applicables.

L'intervention éventuelle de la FSMA porte exclusivement sur la publicité, et non sur la qualité de l'investissement proposé. Il n'est par ailleurs pas permis de mentionner l'intervention de la FSMA dans la publicité.

7. ENTRÉE EN VIGUEUR

Le règlement entrera en vigueur le 17 mai 2023.

Les publicités déjà diffusées avant l'entrée en vigueur du règlement et dont la diffusion n'a pas été arrêtée sont soumises à un **régime transitoire**. Ces publicités **devront être mises en conformité avec le règlement dans le mois** suivant l'entrée en vigueur du règlement (jusqu'au 17 juin 2023 inclus).

Ce régime transitoire pourrait notamment s'appliquer aux sites web des plateformes de crypto-monnaies qui ciblaient les consommateurs belges au moment de l'entrée en vigueur de la réglementation.



PLUS D'INFORMATIONS

Le [règlement de la FSMA du 05/01/2023](#) subordonnant à des conditions restrictives la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs est disponible sur le site de la FSMA.

La FSMA a publié [une communication](#) détaillant les modalités de notification préalable de la publicité pour les monnaies virtuelles dans le cadre d'une campagne de masse. Nous vous renvoyons vers ce document pour plus de détails concernant les modalités pratiques applicables.

La FSMA a également publié sur son site web des [FAQ](#) qui résument les principales questions en la matière.

Les documents devant faire l'objet d'une notification préalable auprès de la FSMA doivent être envoyés à l'adresse e-mail crypto.pub@fsma.be.