
FSMA_2023_05 du 20/03/2023

Guide pratique concernant la notification préalable à la FSMA de toute publicité pour des monnaies virtuelles diffusée dans le cadre d'une campagne de masse

Champ d'application :

Toute publicité pour des monnaies virtuelles destinée à être diffusée auprès des consommateurs dans le cadre d'une campagne de masse.

Résumé/Objectifs :

La présente communication décrit les modalités de la notification préalable à la FSMA de toute publicité pour des monnaies virtuelles qui est destinée à être diffusée dans le cadre d'une campagne de masse.

Structure :

1. Introduction.....	2
2. Publicités diffusées dans le cadre d'une campagne de masse.....	3
3. Nouvelle campagne de masse ou modification d'une campagne de masse en cours après l'entrée en vigueur du règlement.....	3
4. Personne tenue à notification en cas de campagne de masse	3
5. Contenu de la notification d'une publicité dans le cadre d'une campagne de masse.....	5
6. Langue de la publicité notifiée	6
7. Adresse de notification de la publicité liée à une campagne de masse.....	6
8. Traitement par la FSMA de la publicité notifiée en cas de campagne de masse.....	6
9. Modification d'une publicité diffusée dans le cadre d'une campagne de masse	6
10. Régime transitoire pour les campagnes de masse en cours	7
11. Publicité standardisée et récurrente dans le cadre d'une campagne de masse.....	7
12. Sanction.....	7

1. Introduction

L'article 30bis de la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers (ci-après "la loi du 2 août 2002"), tel que modifié par la loi du 5 juillet 2022 portant des dispositions financières diverses, permet à la FSMA d'adopter des règlements qui subordonnent à des conditions restrictives la commercialisation ou certaines formes de commercialisation, auprès des clients de détail, de monnaies virtuelles ou de certaines catégories d'entre elles.

C'est sur cette base que la FSMA a arrêté, le 5 janvier 2023, un règlement subordonnant à des conditions restrictives la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs (ci-après "le règlement"). Le règlement a été approuvé par arrêté royal du 5 janvier 2023 et a été publié dans le Moniteur belge du 17 mai 2023. Il entre en vigueur le 17 mai 2023.

L'article 5, § 1^{er}, du règlement dispose ce qui suit :

"Toute publicité destinée à être diffusée dans le cadre d'une campagne de masse doit être notifiée à la FSMA au moins 10 jours avant sa diffusion, sous la forme dans laquelle elle sera diffusée auprès des consommateurs en Belgique.

La notification doit préciser quel sera le mode de diffusion de la publicité et la date de sa diffusion.

La FSMA détermine les modalités de la notification. Elle tient compte de la nature et du contenu des publicités, ainsi que du caractère éventuellement standardisé et récurrent des documents concernés."

La présente communication a pour objet de préciser les modalités de la notification.

Le règlement établit les règles à respecter dans les publicités portant sur des monnaies virtuelles. Ces règles s'appliquent tant aux publicités diffusées auprès des consommateurs dans le cadre d'une campagne de masse qu'à celles diffusées en dehors d'une telle campagne. Toute publicité diffusée auprès des consommateurs pour des monnaies virtuelles doit être conforme aux règles de publicité. La distinction entre campagne de masse et absence de campagne de masse n'est pertinente qu'aux fins de l'application de l'obligation de notification préalable de la publicité à la FSMA.

La notion de "monnaie virtuelle" vise les 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 (article 2, alinéa 1^{er}, 40/1^o, de la loi du 2 août 2002). Seuls les actifs virtuels ayant une fonction de moyen d'échange ou de paiement sont visés. Ne sont donc pas concernés les actifs qui ne présentent qu'une fonction d'investissement (tels que les "security tokens" donnant droit, par exemple, 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)¹.

¹ Les "security tokens" ou "utility tokens" sont susceptibles de constituer des instruments de placement au sens 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. La qualification comme instrument de placement entraîne en principe l'obligation d'établir un prospectus ou une note d'information en cas d'offre

2. Publicités diffusées dans le cadre d'une campagne de masse

L'obligation de notification à la FSMA s'applique uniquement aux publicités diffusées dans le cadre d'une campagne de masse. La FSMA rappelle que les publicités diffusées en dehors d'une campagne de masse ne sont pas visées par l'obligation de notification préalable et qu'elle s'assurera, dans ce cas, du respect du règlement exclusivement par un contrôle *a posteriori*.

Une publicité est toute communication visant spécifiquement à promouvoir l'achat ou la souscription d'une ou de plusieurs monnaies virtuelles, quel que soit le support utilisé ou son moyen de diffusion (article 2, 1°, du règlement). Il est question d'une campagne de masse lorsque la publicité est diffusée auprès de 25 000 consommateurs au moins (article 2, 2°, alinéa 1^{er}, du règlement). Un consommateur est une personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale (article I.1, alinéa 1^{er}, 2°, du Code de droit économique).

Les publicités citées ci-dessous sont irréfragablement présumées être diffusées dans le cadre d'une campagne de masse (article, 2, 2°, alinéa 2, du règlement) :

- les publicités visibles depuis la voie publique ou une infrastructure accessible au public ;
- les publicités diffusées sur un site internet accessible au public, que ce soit par l'exploitant du site lui-même ou par une autre personne (par exemple, sur un forum) ;
- les publicités diffusées sur un réseau social par une personne disposant d'au moins 25 000 *followers* sur ce réseau social au moment du début de la diffusion ou par une personne qui paie le réseau social pour cette diffusion.

3. Nouvelle campagne de masse ou modification d'une campagne de masse en cours après l'entrée en vigueur du règlement

L'obligation de notification à la FSMA s'applique aux publicités dont la diffusion dans le cadre d'une campagne de masse débute après l'entrée en vigueur du règlement au 17 mai 2023.

L'obligation vaut également pour les modifications apportées aux publicités qui sont déjà diffusées dans le cadre d'une campagne de masse en cours (voir ci-après le point 9). Pour les campagnes de masse en cours au moment de l'entrée en vigueur du règlement, un régime transitoire temporaire est prévu (voir ci-après le point 10).

4. Personne tenue à notification en cas de campagne de masse

L'obligation de notification incombe à la personne physique ou morale qui détermine le contenu de la publicité. Il peut par exemple s'agir de la personne qui fait de la publicité pour des monnaies virtuelles en son propre nom et pour son propre compte, mais aussi de la personne qui fait cette

au public. Des règles spécifiques s'appliquent en outre à la publicité qui, en cas d'offre au public, doit également être approuvée par la FSMA avant sa diffusion. Voir à ce sujet la communication de la FSMA du 22 novembre 2022 sur la qualification de crypto-actifs en tant que valeurs mobilières, instruments de placement ou instruments financiers.

publicité pour une autre personne. L'obligation de notification ne pèse donc pas sur l'exploitant de l'organe de presse ou du média (par exemple un réseau social) utilisé pour la diffusion de la publicité.

5. Contenu de la notification d'une publicité dans le cadre d'une campagne de masse

La notification à la FSMA, visée à l'article 5, § 1^{er}, du règlement, comporte au moins les données suivantes :

- a) l'identité de la personne qui effectue la notification et qui fait la publicité ;
- b) les coordonnées de la personne qui fera office d'interlocuteur lors des contacts avec la FSMA et à laquelle la FSMA pourra transmettre tous ses messages relatifs au dossier par voie électronique ;
- c) le cas échéant, l'identité de la personne pour le compte de laquelle la personne mentionnée au point a) fait la publicité ;
- d) une description de la campagne de masse :
 - s'il est question de procéder à une diffusion irréfragablement considérée comme une campagne de masse (voir l'article 2, 2°, alinéa 2, du règlement et le point 2 ci-dessus), des précisions concernant le mode de diffusion et les médias spécifiques utilisés pour la campagne de masse ;
 - dans les autres cas, des explications sur la campagne de publicité et sur les éléments permettant d'établir que la publicité est diffusée auprès de 25 000 consommateurs au moins² ;
- e) la publicité réelle, présentant la forme et la mise en page dans lesquelles elle sera diffusée auprès des consommateurs, avec un format lisible dans un environnement Windows normal et permettant un archivage par la FSMA (par exemple, un format PDF) ;
- f) la date de début de la campagne de masse et la durée de celle-ci (date de fin spécifique ou mention du fait qu'il s'agit d'une durée indéterminée) ;
- g) le cas échéant, l'identité de la personne qui apparaît dans la publicité ou dont l'image est utilisée dans celle-ci et qui est rémunérée ou perçoit tout autre avantage en retour, ainsi qu'une copie de la convention conclue avec cette personne ;
- h) si la personne effectuant la notification demande l'application du régime de notification prévu pour les publicités standardisées et récurrentes :
 - une explication du caractère standardisé et récurrent ;
 - une explication des éléments de la publicité dont une adaptation périodique est souhaitée ;
 - une explication de la source de données qui serait utilisée pour l'adaptation périodique de ces éléments ;
 - une justification de la raison pour laquelle l'adaptation périodique ne concerne pas des informations comportant un élément d'appréciation.

La FSMA a placé sur son site web un formulaire excel à utiliser pour effectuer la notification. Pour chaque document publicitaire, un onglet spécifique doit être créé dans le même fichier excel.

² Si la même publicité est diffusée par différents canaux, il y a lieu de calculer le nombre total de consommateurs atteints via ces différents canaux.

6. Langue de la publicité notifiée

Si la publicité est faite dans l'une des langues officielles utilisées en Belgique, elle est notifiée à la FSMA dans cette langue. Si la publicité est faite dans plusieurs langues officielles qui sont usuelles en Belgique, elle est notifiée à la FSMA dans l'une de ces langues officielles.

La personne qui fait la publicité est responsable de la traduction fidèle de cette publicité dans une éventuelle autre langue, officielle ou non, qu'elle souhaite utiliser à titre supplémentaire pour la publicité. La FSMA peut toujours se faire communiquer la publicité dans une autre langue.

Si la publicité diffusée auprès des consommateurs en Belgique se fera uniquement en anglais, c'est dans cette langue que la publicité doit être notifiée à la FSMA.

7. Adresse de notification de la publicité liée à une campagne de masse

La notification est transmise à la FSMA par e-mail à l'adresse crypto.pub@fsma.be. Une fois la notification transmise, la personne qui l'a effectuée reçoit un code d'identification de la FSMA.

En cas de problèmes techniques (par exemple si le fichier est trop volumineux), la personne effectuant la notification prend contact avec la FSMA à l'adresse e-mail précitée.

8. Traitement par la FSMA de la publicité notifiée en cas de campagne de masse

La notification doit être transmise à la FSMA au moins 10 jours civils avant la date de diffusion effective de la publicité auprès des consommateurs. La FSMA n'est pas tenue de réagir dans ce délai de 10 jours. L'absence de réaction de la FSMA dans le délai de 10 jours ne signifie pas que la publicité destinée à être diffusée dans le cadre de la campagne de masse est conforme au règlement. La FSMA peut également intervenir après le délai de 10 jours.

Si elle estime que la publicité en projet appelle des objections au regard du règlement, la FSMA en fait part à la personne qui lui a transmis la notification et lui demande de corriger les manquements constatés.

9. Modification d'une publicité diffusée dans le cadre d'une campagne de masse

Toute modification d'une publicité qui a déjà été diffusée dans le cadre d'une campagne de masse doit faire l'objet d'une notification à la FSMA si la campagne de masse est toujours en cours au moment de cette modification. La notification doit être effectuée au moins 10 jours avant la diffusion de la version modifiée.

La personne effectuant cette notification renvoie, le cas échéant, à la notification initiale et au code d'identification attribué à ce moment-là, pour autant que ces données soient toujours actuelles. La personne explique dans la notification opérée pour la publicité modifiée quels éléments ont été modifiés par rapport à la notification initiale.

10. Régime transitoire pour les campagnes de masse en cours

Le règlement prévoit, en son article 6, § 2, que les publicités diffusées dans le cadre d'une campagne de masse qui court déjà à la date d'entrée en vigueur du règlement, doivent être mises en conformité avec celui-ci dans le mois suivant cette date (au plus tard le 17 juin 2023).

L'adaptation d'une publicité liée à une campagne de masse dans le délai d'un mois prévu pour sa mise en conformité avec le règlement en application de l'article 6, § 2, précité ne doit pas être préalablement notifiée à la FSMA.

L'adaptation d'une publicité liée à une campagne de masse en cours après le délai d'un mois susvisé doit être préalablement notifiée à la FSMA (voir ci-avant le point 9).

11. Publicité standardisée et récurrente dans le cadre d'une campagne de masse

La FSMA peut accepter que la notification d'une publicité dans le cadre d'une campagne de masse s'effectue sous la forme d'un "canevas" ou "template".

Les modifications apportées ultérieurement à la publicité peuvent dans ce cas être diffusées sans avoir été préalablement notifiées à la FSMA, à condition qu'elles portent uniquement sur l'actualisation de données factuelles pour lesquelles la même source de données est toujours utilisée et qu'il ait été démontré à la FSMA, lors de la notification initiale, que ces modifications n'entraînent pas une adaptation des données comportant un élément d'appréciation.

Dans les autres cas, tels que la suppression de certaines données ou l'adaptation de la mise en page, une nouvelle notification est requise 10 jours avant la diffusion de la publicité.

Il pourrait notamment être fait usage d'un "canevas" ou "template" pour des pages web dédiées aux monnaies virtuelles et des listes de monnaies virtuelles qui sont régulièrement actualisées. Ceci requiert toujours l'accord préalable de la FSMA.

12. Sanction

Lorsque la FSMA constate une infraction aux dispositions du règlement, elle peut, comme le prévoit l'article 36 de la loi du 2 août 2002, enjoindre à la personne responsable de remédier à la situation ou de publier un communiqué rectificatif. Si cette personne reste en défaut, tout en ayant pu faire valoir ses moyens, la FSMA peut publier elle-même un avertissement ou un communiqué rectificatif, ou encore imposer le paiement d'une astreinte. Dans les cas urgents, la FSMA peut publier elle-même un avertissement sans injonction préalable, pour autant que la personne ait pu faire valoir ses moyens.

Si elle constate, conformément à l'article 36, § 2, de la loi du 2 août 2002, une infraction aux dispositions du règlement, la FSMA peut infliger une amende administrative au contrevenant.

Annexe : [FSMA_2023_05-01 / Formulaire de notification](#)