

**CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE**

23 janvier 2020

PROPOSITION DE LOI

**modifiant la loi du 7 mai 1999
sur les jeux de hasard, les paris,
les établissements de jeux de hasard
et la protection des joueurs
en ce qui concerne la publicité**

(déposée par Mme Els Van Hoof)

**BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS**

23 januari 2020

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van de wet van 7 mei 1999
op de kansspelen, de weddenschappen,
de kansspelinrichtingen
en de bescherming van de spelers
wat de reclame betreft**

(ingediend door mevrouw Els Van Hoof)

RÉSUMÉ

Cette proposition de loi vise à interdire la publicité pour les jeux de hasard et les sites de jeux de hasard, ainsi que l'utilisation de logos et de marques, par exemple dans le cadre du sponsoring sportif.

SAMENVATTING

Dit wetsvoorstel strekt ertoe reclame voor kansspelen en goksites te verbieden. Ook het gebruik van logo's en merknamen, bijvoorbeeld in het kader van sportsponsoring, wordt verboden.

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
PS	: Parti Socialiste
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
CD&V	: Christen-Democratisch en Vlaams
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
sp.a	: socialistische partij anders
cdH	: centre démocrate Humaniste
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
INDEP-ONAFH	: Indépendant - Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkorting bij de numering van de publicaties:	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beige-gekleurd papier)

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La publicité pour les jeux de hasard est omniprésente et ne vise pas seulement les citoyens majeurs. La présente proposition de loi vise à renforcer la protection des joueurs et des mineurs en interdisant la publicité pour les jeux de hasard et les sites de jeux de hasard en ligne. Elle vise également à interdire l'utilisation de logos et de marques, par exemple dans le cadre du sponsoring sportif. Elle considère comme une forme de publicité toute communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir la vente. Des exceptions à l'interdiction de publicité sont cependant prévues pour la publicité dans les établissements de jeux de hasard pour les jeux qui y sont proposés, le long des hippodromes et sur les sites de jeux de hasard en ligne pour les jeux qui y sont disponibles. Aucune publicité ne peut en outre s'adresser aux mineurs, ni aux personnes interdites d'accès. La publicité ne peut créer ou entretenir une dépendance au jeu ou inciter à jouer abusivement.

La publicité pour les jeux de hasard normalise ces jeux. La prévalence de la dépendance aux jeux sera ainsi d'autant plus grande que la disponibilité, l'accessibilité et l'acceptabilité sociale du jeu sont importantes¹. La présence massive de la publicité pour les jeux de hasard dans l'espace public accroît dès lors le risque de dépendance aux jeux. Les liens étroits entre le monde sportif et l'industrie des jeux de hasard, tissés au travers du sponsoring, indiquent que les jeux de hasard font partie du jeu. Les messages publicitaires ont un impact plus important sur les jeunes et sur les jeunes adultes, ce qui accentue le risque de dépendance au jeu dans la société. Tant le Conseil supérieur de la santé² que le VAD et CAD- Limbourg³, Test-Achats, le *Gezinsbond*⁴ et la AB-Reoc⁵ préconisent dès lors d'interdire la publicité pour les jeux de hasard.

Jouer à des jeux de hasard présente des risques. Est-il dès lors souhaitable que ces jeux soient présentés, au travers de la publicité, comme des activités banales et récréatives? Cette image positive est rarement nuancée par des informations sur les effets négatifs potentiels

¹ Blaszczyński A. A critical examination of the link between gaming machines and gambling related harm. J.Gambl. Business and Economics 2013;7(3).

² https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/css_9396_jeu_pathologique.pdf.

³ <https://www.vad.be/assets/3821>.

⁴ <https://www.casinosbelgie.be/gezinsbond-en-test-aankoop-bepleiten-totaalverbod-gokreclame/>.

⁵ J. Velghe. (2017). (Online) gokken. Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen. Conclusies en aanbevelingen. BV-OECO.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De reclame voor kansspelen is alomtegenwoordig en niet beperkt tot meerderjarigen. Voorliggend wetsvoorstel beoogt de bescherming van de spelers en minderjarigen te versterken, door reclame voor kansspelen en gokssites te verbieden. Ook het gebruik van logo's en merknamen, bv. in het kader van sportsponsoring, wordt verboden. Als reclame worden beschouwd elke mededeling of handeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop te bevorderen. Uitzonderingen op het reclameverbod zijn er voor reclame binnen in kansspelinrichtingen voor de daar aangeboden kansspelen aangebracht, reclame langs paardenrenbanen en reclame op onlinegoksites voor de daar aangeboden kansspelen. Hierbij bewaakt men dat er geen reclame gericht wordt aan minderjarigen en personen met een toegangsverbod. De reclame mag geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

Gokreclame normaliseert gokken. De prevalentie van gokverslaving zal groter zijn als de zichtbaarheid, de toegankelijkheid en de maatschappelijke aanvaarding van het gokken groot zijn¹. Sterke aanwezigheid van gokreclame in de publieke ruimte doet dan ook de kans op gokverslaving toenemen. De grote verwevenheid van de gokindustrie met de sportwereld d.m.v. sportsponsoring leert dat gokken deel van het spel is. Reclameboodschappen hebben een groter effect op jongeren en jongvolwassenen, waardoor de kans op gokproblemen binnen de samenleving toeneemt. Zowel de Hoge Gezondheidsraad², VAD en CAD-Limburg³, Testaankoop en Gezinsbond⁴ en BV-OECO⁵ pleiten dan ook voor een reclameverbod op gokken.

Deelname aan kansspelen is niet zonder risico. Is het wenselijk dat gokken via reclame wordt voorgesteld als een banale en ontspannende activiteit? Dit positieve beeld wordt zelden bijgesteld met informatie over de mogelijke negatieve gevolgen van gokken. Slechts

¹ Blaszczyński A. A critical examination of the link between gaming machines and gambling related harm. J.Gambl. Business and Economics 2013;7(3).

² https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/hgr_9396_gokstoornis.pdf.

³ <https://www.vad.be/assets/3821>.

⁴ <https://www.casinosbelgie.be/gezinsbond-en-test-aankoop-bepleiten-totaalverbod-gokreclame/>.

⁵ J. Velghe. (2017). (Online) gokken. Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen. Conclusies en aanbevelingen. BV-OECO.

des jeux de hasard. Seul 1 Belge sur 6 (de 18 à 65 ans) estime que les jeux de hasard sont une bonne chose pour la société, 70 % de la population estimant qu'il y a trop d'occasions de jouer à des jeux de hasard en Belgique. Une majorité de Belges n'est pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle les pouvoirs publics mènent actuellement une politique stricte en matière de jeux de hasard. La publicité pour les jeux de hasard incite plus de 70 % des joueurs intensifs à prendre plus de risques en jouant. Et moins de 40 % des joueurs intensifs ne savent pas où ils peuvent s'adresser en cas de dépendance au jeu⁶.

La problématique du jeu

Le jeu ne cesse de prendre des proportions de plus en plus grandes, en particulier, sur internet. En 2017, les titulaires de licences A – Casinos ont réalisé un PBJ (produit brut des jeux) total de 269 millions d'euros grâce à l'exploitation des jeux de hasard tant en ce qui concerne le secteur terrestre qu'en ligne. Les titulaires de licences B – Salles de jeux ont réalisé 266 millions d'euros et les titulaires de licences F1 – Organisateurs de paris, 289 millions d'euros en 2017⁷.

En 2016, 64 % de la population belge a participé à un jeu de hasard impliquant de l'argent, ce qui représente 5,7 millions de personnes.⁸ Ce nombre élevé de participations a des conséquences négatives sur la santé de notre population. Selon une étude, une personne sur quatre jouant aux machines à sous ainsi qu'aux jeux de casino et près d'une personne sur cinq participant à des paris sportifs sont des joueurs appartenant à la catégorie "risque modéré à risque élevé".⁹ Le problème se pose également parmi les jeunes: 4,5 % des mineurs flamands et 7,5 % des mineurs wallons qui participent à des jeux d'argent appartiennent au groupe des joueurs à risque.¹⁰

Jeu pathologique

Le jeu pathologique est défini par le Conseil supérieur de la Santé comme une addiction

1 op 6 Belgen (18 - 65 jaar) vindt gokken een goede zaak voor de samenleving en 70 % van de bevolking is van oordeel dat er in België te veel gokgelegenheden zijn. Een meerderheid van de bevolking gaat niet akkoord met de stelling dat de overheid momenteel een streng gokbeleid voert. Meer dan 70 % van de intensieve gokkers neemt door gokreclame meer risico's tijdens het spelen. Minder dan 40 % van de intensieve gokkers weet niet waar hij of zij terecht kan met gokproblemen⁶.

Gokproblematiek

Gokken neemt steeds grotere proporties aan, in bijzonder via internet. In 2017 hadden de vergunninghouders A – casino's een totale GGR bereikt van 269 miljoen euro met de exploitatie van kansspelen, zowel offline als online. De vergunninghouders B – Speelautomatenhallen realiseerden 266 miljoen euro en de vergunninghouders F1 – Organisatoren van weddenschappen 289 miljoen euro in 2017⁷.

64 % van de Belgische populatie heeft in 2016 deelgenomen aan een kansspel voor geld. Dat komt neer op 5,7 miljoen personen.⁸ Dit grote aantal deelnames heeft negatieve consequenties voor de gezondheid van onze bevolking. Volgens onderzoek zou 1 op 4 van de personen die deelnemen aan gokautomatenspelen en casinospelen en bijna 1 op vijf van de personen die deelnemen aan sportweddenenschappen behoren tot de categorie "moderate to high risk" spelers.⁹ In 2016 kende België 5,2 % probleem- of risicogokkers, ofwel 467 081 mensen. Ook bij jongeren is er een probleem: 4,5 % van de Vlaamse en 7,5 % van de Waalse minderjarige deelnemers aan kansspelen tot de groep risicogokker behoren.¹⁰

Gokstoornis

Een gokstoornis wordt door de Hoge Gezondheidsraad beschreven als een gedragsgebonden verslaving. Er zijn

⁶ J. Velghe. (2017). (Online) gokken. Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen. Conclusies en aanbevelingen. BV-OECO.

⁷ Rapport annuel 2018 de la Commission des jeux de hasard.

⁸ VAD (décembre 2017), *Factsheet gokken*, p. 1.

⁹ Van Rooij, A. J., Vanden Abeele, M. M. P., & Van Looy, J. (2017). *Gambling and Gaming in Belgium: Opportunities and Risks associated with Online Digital Gambling*. Ghent, Belgium: imec-mict-Ghent University.

¹⁰ Custers, S., Coteur, K., & Boonen, H. (2017). *Gokgedrag van jongeren in België. Factsheet van een studie naar prevalentie, preventie en vroeginterventie*. Diepenbeek: UC LeuvenLimburg.

⁶ J. Velghe. (2017). (Online) gokken. Nieuwe kansen, nieuwe bedreigingen. Conclusies en aanbevelingen. BV-OECO.

⁷ Jaarverslag Kansspelcommissie 2018.

⁸ VAD. (december 2017). *Factsheet gokken*, blz. 1.

⁹ Van Rooij, A. J., Vanden Abeele, M. M. P., & Van Looy, J. (2017). *Gambling and Gaming in Belgium: Opportunities and Risks associated with Online Digital Gambling*. Ghent, Belgium: imec-mict-Ghent University.

¹⁰ Custers, S., Coteur, K., & Boonen, H. (2017). *Gokgedrag van jongeren in België. Factsheet van een studie naar prevalentie, preventie en vroeginterventie*. Diepenbeek: UC LeuvenLimburg.

comportementale. Plusieurs facteurs peuvent entraîner une dépendance¹¹:

— les facteurs environnementaux: les joueurs seraient particulièrement sensibles aux variables environnementales. La prévalence de la dépendance aux jeux sera ainsi d'autant plus grande que la disponibilité, l'accessibilité et l'acceptabilité sociale du jeu sont grandes;

— les facteurs liés au jeu: le jeu va également en lui-même, en fonction de ses caractéristiques (pourcentage de gain, baisse des montants misés, etc.), faciliter la dépendance via les mécanismes de conditionnement opérant et classique;

— les facteurs individuels: des caractéristiques propres aux joueurs peuvent également avoir une influence. Selon l'étude, 40 à 50 % de la propension à développer des problèmes de jeux peuvent être prédits par des facteurs génétiques.¹² Un trouble lié au jeu est lié à des changements neurobiologiques que l'on retrouve chez les personnes dépendantes aux substances. Ainsi, des dérèglements au niveau des neurotransmetteurs comme la dopamine, le glutamate, la sérotonine, la noradrénaline et le système opioïde ont un impact sur le système de récompense, l'impulsivité, la recherche de sensations, la prise de risque. La dépendance aux jeux est par ailleurs hautement associée à d'autres problèmes de santé mentale: 75 % des personnes avec un problème de jeu en traitement auraient ainsi une comorbidité avec un trouble de l'axe I du DSM¹³, 38 % auraient un trouble de l'humeur et 37 %, des troubles anxieux, 60 % seraient dépendants à la nicotine, et 58 % dépendants à d'autres substances.¹⁴

La dépendance au jeu a d'énormes répercussions sur la vie de l'intéressé et sur son entourage. Les personnes qui jouent beaucoup sont souvent sujettes à des maux de tête, à des problèmes gastriques et intestinaux et au stress. Elles s'estiment en moins bonne santé que les personnes qui ne jouent pas.¹⁵ Les joueurs problématiques présentent en outre souvent des troubles psychiatriques. C'est ainsi que, d'après les études, ils souffrent

verschillende factoren die tot een verslavingsproblematiek kunnen leiden¹¹:

— omgevingsfactoren: de omgeving van de gokker heeft een grote impact op het risico op verslaving. De prevalentie van gokverslaving zal groter zijn als de beschikbaarheid, de toegankelijkheid en de maatschappelijke aanvaarding van het gokken groot zijn;

— gokgerelateerde factoren: ook het gokken zelf werkt verslaving in de hand via de mechanismes van operante en klassieke conditionering, onder meer door hogere winstpercentages of lagere inzetdrempels;

— individuele factoren: ook spelers gebonden factoren spelen een rol. De kans om gokstoornissen te ontwikkelen is volgens onderzoek voor 40 à 50 % genetisch bepaald.¹² Een gokverslaafde kent dezelfde neurobiologische indicatoren als een drugsverslaafde. Zo heeft ontregeling van neurotransmitters zoals dopamine, glutamaat, serotonine, noradrenaline en het opioïdesysteem een impact op het beloningssysteem, de impulsiviteit, het streven naar kicks en het nemen van risico's. Een gokverslaving hangt ook nauw samen met andere geestelijke gezondheidsproblemen. 75 % van de personen met een gokstoornis die in behandeling zijn, een comorbide stoornis op as 1 van de DSM.¹³ 38 % heeft een stemmingsstoornis, 37 % een angststoornis, 60 % een nicotineverslaving en 58 % is verslaafd is aan andere middelen.¹⁴

Een gokverslaving heeft een grote impact op het leven van de verslaafde en zijn/haar omgeving. Mensen die veel gokken hebben vaker last van hoofdpijn, maag- en darmklachten en stress. Ze schatten hun eigen gezondheid ook lager in dan die van mensen die niet gokken.¹⁵ Problematische gokkers hebben daarnaast vaak psychiatrische klachten. Zo hebben ze volgens onderzoek meer last van somatische klachten, angst,

¹¹ Conseil supérieur de la Santé, Avis 9396_jeupathologique, 2017, p. 8-10.

¹² Slutske WS, Zhu G, Meier MH, Martin NG. *Genetic and environmental influences on disordered gambling in men and women*. Arch Gen Psychiatry 2010;67(6):624-30.

¹³ Dowling NA, Cowlishaw S, Jackson AC, Merkouris SS, Francis KL, Christensen DR. *The Prevalence of Comorbid Personality Disorders in Treatment-Seeking Problem Gamblers: A Systematic Review and Meta-Analysis*. Aust N Z J Psychiatry 2015;49(6):519-539.

¹⁴ Lorains FK, Cowlishaw S, Thomas SA. *Prevalence of comorbid disorders in problem and pathological gambling: systematic review and meta-analysis of population surveys*. Addiction 2011;106(3):490-8.

¹⁵ VAD, *Factsheet gokken*, décembre 2017, p. 4.

¹¹ Hoge Gezondheidsraad. (2017). Advies9396_gokstoornis, blz .8-10

¹² Slutske WS, Zhu G, Meier MH, Martin NG. *Genetic and environmental influences on disordered gambling in men and women*. Arch Gen Psychiatry 2010;67(6):624-30.

¹³ Dowling NA, Cowlishaw S, Jackson AC, Merkouris SS, Francis KL, Christensen DR. *The Prevalence of Comorbid Personality Disorders in Treatment-Seeking Problem Gamblers: A Systematic Review and Meta-Analysis*. Aust N Z J Psychiatry 2015;49(6):519-539.

¹⁴ Lorains FK, Cowlishaw S, Thomas SA. *Prevalence of comorbid disorders in problem and pathological gambling: systematic review and meta-analysis of population surveys*. Addiction 2011;106(3):490-8.

¹⁵ VAD. (december 2017). Factsheet gokken, blz. 4.

d'avantage de problèmes somatiques, d'anxiété, de troubles du sommeil et de dépression que les joueurs non problématiques ou les joueurs à risque.

Les problèmes de jeu posent également de grandes difficultés aux intéressés et à leur entourage. Parmi les joueurs problématiques en Belgique, 55 % affirment avoir des problèmes avec leur partenaire en raison de leur addiction; 26 % des joueurs dépendants ont déjà été quittés par leur partenaire; 11 % ont eu des problèmes avec leurs enfants et 7 % ont déjà perdu leur emploi à cause de leur dépendance. Enfin, l'endettement est un problème récurrent chez les personnes présentant un problème de jeu pathologique. Les études révèlent que 22 % des joueurs belges sont fortement endettés.¹⁶ 12 % ont déjà fait l'objet d'une saisie sur salaire et 16 % ont déjà eu des problèmes avec la banque en raison de dettes de jeu. Il faut aussi prendre en compte les tendances suicidaires, puisque les problèmes de jeu (et les difficultés financières) sont un facteur de risque menant au suicide.¹⁷

Publicité pour les jeux de hasard

Le jeu pathologique est donc causé non seulement par les caractéristiques des jeux proprement dits, ou par les spécificités du joueur, mais aussi par des facteurs environnementaux. La simple présence de jeux de hasard dans l'espace public entraîne une augmentation drastique des risques de dépendance. La publicité pour les jeux de hasard a pour effet que les jeux de hasard sont considérés comme une forme normale et acceptée de divertissement.¹⁸ Plus élevée est l'acceptation des jeux de hasard dans l'espace public, plus grands sont les risques de dépendance.

Tout d'abord, la publicité pour les jeux de hasard séduit de nouveaux joueurs. Son omniprésence durant la coupe du monde de football 2018 a entraîné une explosion du nombre de joueurs, le nombre de joueurs uniques étant passé de 50 000 à 60 000 par jour avant la coupe du monde à 125 000 durant les matchs des Diables rouges. À l'issue de la coupe du monde, ce nombre est retombé à 85 000 par jour, soit une augmentation notable par rapport aux chiffres d'avant la coupe du monde.

Ensuite, la publicité pour les jeux de hasard incite également les joueurs, et tout particulièrement les plus vulnérables, à jouer de façon plus intensive. La publicité

slapstoornissen en depressies dan niet-problematische gokkers of risicogokkers.

Gokproblemen leiden ook tot grote problemen voor individuen en hun omgeving. 55 % van de probleemgokkers in België stelt dat ze problemen hebben met hun partner omwille van het gokken. Bij 26 % had de partner de verslaafde er al eens om verlaten. 11 % had problemen met zijn kinderen en 7 % was er al eens zijn werk door kwijt geraakt. Schulden zijn ten slotte een veel voorkomend probleem bij mensen met een gokstoornis. Uit onderzoek blijkt dat 22 % van de Belgische gokkers diep in de schulden zit.¹⁶ Bij 12 % was al eens beslag gelegd op hun loon en 16 % heeft al problemen gehad met de bank omwille van hun gokschulden. Er moet ook rekening worden gehouden met zelfmoordneigingen, want gokproblemen (en financiële problemen) vormen een risicofactor voor zelfmoord.¹⁷

Gokreclame

Een gokstoornis wordt dus niet alleen veroorzaakt door de eigenschappen van de spelletjes zelf, of eigenschappen van de gokker, maar ook door omgevingsfactoren. De loutere aanwezigheid van gokken in de publieke ruimte zorgt voor een drastische verhoging van de verslavingsrisico's. Kansspelreclame zorgt ervoor dat kansspelen worden gezien als een normale en geaccepteerde vorm van vermaak¹⁸. Hoe hoger de acceptatie van gokken in de publieke ruimte, hoe groter de verslavingsrisico's.

Ten eerste lokt gokreclame nieuwe spelers. De alomtegenwoordige gokreclame tijdens het wereldkampioenschap voetbal 2018 zorgde voor een explosie aan gokkers, het aantal unieke spelers verdubbelde van 50 000 à 60 000 per dag voor het wereldkampioenschap naar 125 000 tijdens de matches van de Rode Duivels. Na het wereldkampioenschap viel dat aantal terug tot op 85 000 per dag, een forse verhoging ten aanzien van het aantal voor het wereldkampioenschap dus.

Maar ten tweede zorgt gokreclame er ook voor dat, vooral kwetsbare, gokkers intensiever gaan gokken. Gokreclame verhoogt ook de kans op terugval bij

¹⁶ VAD, *Factsheet gokken*, décembre 2017, p. 4.

¹⁷ Conseil supérieur de la Santé, *Avis 9396_jeu pathologique*, 2017, p. 10

¹⁸ https://about.gambleaware.org/media/1165/binde_rgt_report_gambling_advertising_2014_final_color_115p.pdf.

¹⁶ VAD. (december 2017). Factsheet gokken, blz. 4.

¹⁷ HGR. (2017). Advies 9396_gokstoornis, blz. 10.

¹⁸ https://about.gambleaware.org/media/1165/binde_rgt_report_gambling_advertising_2014_final_color_115p.pdf.

pour les jeux de hasard accroît également le risque de rechute pour les joueurs problématiques.¹⁹ La confrontation constante aux jeux de hasard accroît le risque qu'ils jouent et fait grimper les montants misés. Influencés par la publicité pour les jeux de hasard, plus de 70 % des joueurs intensifs prennent davantage de risques lorsqu'ils jouent.

Les jeux de hasard se manifestent dans l'espace public non seulement par les formes classiques de publicité (annonces et spots télévisés) mais aussi par le sponsoring sportif. La publicité pour les jeux de hasard est présente dans 14 des 16 clubs de football de la Jupiler Pro League, ce qui lui assure une énorme visibilité. L'imbrication de la publicité pour les jeux de hasard avec le secteur du sport assure une énorme visibilité aux jeux de hasard, également auprès des enfants et jeunes gens qui portent les maillots de leurs idoles. Cela fait naître l'idée que les jeux de hasard font partie du sport. Et le risque de dépendance s'accroît avec l'augmentation de la visibilité.

Le public est de plus en plus conscient des risques de dépendance au jeu. D'après une étude réalisée à la demande de Test-Achats et du *Gezinsbond*, trois quarts des Belges sont convaincus que la publicité incite au jeu et 60 % souhaitent son interdiction totale.

L'argument selon lequel la publicité pour l'offre légale éloigne les consommateurs de l'offre illégale n'est pas fondé. La publicité attire l'attention sur le jeu en tant que tel²⁰.

La politique belge en matière de jeux de hasard doit être au service de la santé des joueurs. Par le passé, la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits a encadré la publicité pour le tabac et l'alcool. La publicité pour le tabac a été interdite, compte tenu du caractère addictif du produit. La même logique prévaut pour la publicité pour le jeu. Il est prouvé que la publicité pour le jeu accroît le risque de dépendance. Une politique en matière de jeux de hasard qui place le bien-être du joueur au cœur des préoccupations doit dès lors décréter une interdiction de la publicité pour le jeu.

problematische gokkers¹⁹. Door de constante confrontatie met kansspelen verhoogt de kans dat ze zullen spelen en ook de bedragen die worden ingezet. Meer dan 70 % van de intensieve gokkers neemt door gokreclame meer risico's tijdens het spelen.

Kansspelen manifesteren zich niet enkel in de publieke ruimte door klassieke vormen van reclame (advertenties en tv-spots) maar ook door sportsponsoring. Gokreclame komt bij 14 van de 16 voetbalclubs in de Jupiler Pro League voor, wat zorgt voor een enorme zichtbaarheid. De verwevenheid van gokreclame met de sportsector zorgt voor een enorme zichtbaarheid voor kansspelen, ook bij kinderen en jongeren die rondlopen met de truitjes van hun idolen. Dit leidt tot het idee dat gokken bij het spel hoort. En de kans op verslaving wordt dus alleen maar groter wanneer de zichtbaarheid toeneemt.

Het publieke bewustzijn omtrent de risico's van gokverslaving is groeiende. Volgens een studie in opdracht van Testaankoop en Gezinsbond is driekwart van de Belgen ervan overtuigd dat reclame mensen aanzet tot gokken en 60 % wil een totaalverbod.

Het argument dat reclame voor het legale aanbod mensen weg houdt van het illegale aanbod is niet onderbouwd. Door reclame vestig je de aandacht op gokken an sich²⁰.

Het Belgische Kansspelbeleid moet ten dienste staan van de gezondheid van de spelers. In het verleden zorgde de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de gebruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, voor een kader voor reclame voor tabak en alcohol. Reclame voor tabak werd verboden, omwille van haar verslavende karakter. Eenzelfde logica gaat op voor gokreclame. Het is bewezen dat gokreclame de kans op verslaving verhoogt. Een kansspelbeleid dat het welzijn van de speler centraal stelt moet dan ook overgaan tot een verbod op gokreclame.

¹⁹ Williams, R.J., West, B.L., & Simpson, R.I. (2012). Prevention of Problem Gambling: A Comprehensive Review of the Evidence, and Identified Best Practices. Report prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre and the Ontario Ministry of Health and Long Term Care. 1^{er} octobre 2012.

²⁰ <https://www.vad.be/assets/3821>.

¹⁹ Williams, R.J., West, B.L., & Simpson, R.I. (2012). Prevention of Problem Gambling: A Comprehensive Review of the Evidence, and Identified Best Practices. Report prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre and the Ontario Ministry of Health and Long Term Care. October 1, 2012.

²⁰ <https://www.vad.be/assets/3821>.

Cadre législatif actuel relatif à la publicité pour le jeu

Une interdiction de la publicité en matière de jeux de hasard a déjà été promulguée en Italie avec le *Decreto Legge Dignità* du 2 juillet 2018. L'Italie a été le premier État membre de l'Union européenne à interdire la publicité pour toutes les formes de produits et de services liés au jeu, sur toutes les plateformes de médias, à l'exception des produits de la loterie nationale. L'interdiction est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2019. Au 1^{er} juillet 2019, il est également devenu interdit, pour les entreprises actives dans le secteur des jeux de hasard, de sponsoriser des clubs sportifs, cette date étant liée à la durée des contrats de sponsoring en cours.

D'autres pays ont également posé des jalons en vue de limiter la publicité pour le jeu. C'est le cas du Royaume-Uni, de l'Espagne, du Danemark, mais aussi de l'Estonie, de Malte, de la République tchèque et de la Roumanie par exemple. Au Royaume-Uni, il est désormais interdit de diffuser de la publicité pour les paris au cours de rencontres sportives. Quant à l'Espagne et à la Roumanie, ces deux pays envisagent d'interdire purement et simplement la publicité pour le jeu.

La recommandation de la Commission européenne 2014/478/UE relative à des principes pour la protection des consommateurs et des joueurs dans le cadre des services de jeux d'argent et de hasard en ligne et pour la prévention des jeux d'argent et de hasard en ligne chez les mineurs précise que la finalité d'une politique en matière de jeu doit être la protection de la santé du joueur en réduisant autant que possible le comportement de jeu excessif ou compulsif. Tel doit donc être l'objectif de la politique belge en matière de jeu, incarnée par différentes lois dont la plus complète est la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, modifiée par la loi du 10 janvier 2010.

Au cours de la législature précédente, plusieurs mesures ont été prises pour limiter la publicité pour le jeu. Ainsi, l'article 1^{er} de l'arrêté royal du 25 octobre 2018 a instauré une interdiction de la publicité pour les titulaires de licence de classe A+ ou B+ (casinos en ligne et salles de jeux automatiques). Les articles 2 à 5 ont durci les conditions relatives à la publicité par les titulaires de licence de classe A+, B+ et F1+ (agences de paris en ligne). Quatre pour cent de l'espace publicitaire doivent par exemple être occupés par le message "Jouez avec modération!", la publicité ne peut s'adresser à des mineurs et aucune publicité ne peut être diffusée durant les compétitions sportives.

Actueel wetgevend kader m.b.t. gokreclame

Een reclameverbod omtrent kansspelen werd reeds afgekondigd in Italië met de "*Decreto Legge Dignità*" van 2 juli 2018. Italië verbood als eerste Europese lidstaat reclame voor alle vormen van gokproducten en -diensten op alle mediaplatformen met een uitzondering voor de producten van de nationale loterij. Sinds 1 januari 2019 ging het verbod in. Vanaf 1 juli 2019 werd het ook verboden voor gokbedrijven om sportclubs te sponsoren, deze datum had te maken met de duur van aflopende sponsorcontracten.

Ook andere landen zetten reeds de stap richting een beperking van gokreclame. Denk hierbij aan landen als het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Denemarken, maar ook bijvoorbeeld Estland, Malta, Tsjechië en Roemenië. Zo mogen in het Verenigd Koninkrijk niet langer gokreclames worden uitgezonden tijdens sportwedstrijden. In Spanje en Roemenië wordt nagedacht over een volledig reclameverbod.

De aanbeveling van de Europese Commissie 2014/478/EU betreffende beginselen ter bescherming van consumenten en gebruikers van onlinegokdiensten en ter voorkoming van onlinegokken door minderjarigen stelt dat het hoofddoel van een gokbeleid het beschermen van de gezondheid van de speler moet zijn door pathologisch of buitensporig gokken zoveel mogelijk in te perken. Dit moet dan ook het doel zijn van het Belgische gokbeleid, vormgegeven door verschillende wetten, waarbij de wet op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers van 7 mei 1999, gewijzigd bij de wet van 10 januari 2010 de meest omvattende is.

Er werden in de afgelopen legislatuur verschillende maatregelen genomen om gokreclame in te perken. Zo stelt artikel 1 van het koninklijk besluit van 25 oktober 2018 een reclameverbod in voor vergunningen A+, B+ (online casino's en speelautomatenhallen) uitgezonderd gepersonaliseerde reclame. In artikelen 2 tot 5 werden de voorwaarden omtrent reclame door vergunningen A+, B+ en F1+ (online wedkantoren) verder verscherpt. Zo moeten ze bv. 4 % van de advertentieruimte vullen met de boodschap "gok met mate", mag de reclame niet gericht worden tot minderjarigen en mag er tijdens sportwedstrijden geen reclame worden uitgezonden.

La présente proposition de loi améliore la protection du joueur en interdisant totalement la publicité pour le jeu, quel que soit le canal. Les logos et les noms de marques apposés sur des maillots ou sur des panneaux dans le cadre du sponsoring sportif sont également considérés comme de la publicité, et donc interdits.

Cette interdiction est conforme aux recommandations du Conseil supérieur de la santé, du VAD, du CAD-Limburg, du *Gezinsbond*, de Test-Achats et d'AB-REOC.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 2

Il est aujourd'hui permis de faire de la publicité pour les jeux de hasard autorisés, sauf dans les cas prévus par la loi ou par arrêté royal. Cette règle est inversée: il sera interdit de faire de la publicité pour les jeux de hasard autorisés ou non, sauf exceptions. Il s'agit d'une règle plus stricte, mais aussi plus simple.

Article 3

La publicité pour les jeux de hasard, les paris et les établissements de jeu de hasard est interdite. Est considérée comme publicité, toute communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir la vente, quels que soient l'endroit, le support ou la technique utilisés. L'utilisation de logos et de marques est considérée comme une forme de publicité.

Quelques exceptions limitées à l'interdiction de publicité sont prévues:

— l'apposition de publicité dans des établissements de jeux de hasard autorisés, mais seulement pour les jeux de hasard et les paris autorisés qui y sont proposés;

— l'apposition de publicité, sur tout site internet où des jeux de hasard et des paris sont proposés, mais seulement pour les jeux de hasard et les paris autorisés proposés sur le site internet visé;

— l'apposition de publicité, dans l'enceinte d'un hippodrome, pour les paris hippiques mutuels autorisés qui y sont proposés.

Les titulaires d'une licence doivent veiller à n'adresser aucune publicité aux personnes auxquelles l'accès

Dit wetsvoorstel zorgt voor een verdere bescherming van de speler door gokreclame via alle kanalen volledig te verbieden. Ook logo's en merknamen die in het kader van sportsponsoring worden aangebracht op shirts of panelen worden beschouwd als reclame en dus verboden.

Dit verbod ligt in lijn met aanbevelingen van de Hoge Gezondheidsraad, VAD, CAD-Limburg, Gezinsbond, Testaankoop en BV-OECO.

ARTIKELSGEWIJZE TOELICHTING

Artikel 2

Actueel is reclame voor vergunde kansspelen toegelaten, behoudens de gevallen voorzien door de wet of het koninklijk besluit. Dit wordt omgekeerd: reclame voor vergunde en niet vergunde kansspelen wordt verboden, behoudens uitzonderingen. Dit is stringenter maar ook eenvoudiger.

Artikel 3

Reclame voor kansspelen, weddenschappen en kansspelinrichtingen is verboden. Als reclame worden beschouwd elke mededeling of handeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop te bevorderen, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken. Het gebruik van logo's en merknamen wordt beschouwd als reclame.

Enkele beperkte uitzonderingen op het reclameverbod worden voorzien:

— het aanbrengen van reclame binnen in vergunde kansspelinrichtingen, evenwel enkel de reclame voor de vergunde kansspelen en weddenschappen die aldaar worden aangeboden;

— het aanbrengen van reclame op de website waar kansspelen en weddenschappen worden aangeboden, evenwel enkel de reclame voor de vergunde kansspelen en weddenschappen die op deze website worden aangeboden;

— het aanbrengen van reclame binnen de omheining van een renbaan voor de vergunde onderlinge weddenschappen op paardenrennen die aldaar worden aangeboden.

De houders van een vergunning waken erover dat zij geen reclame richten aan de personen aan wie de

aux jeux de hasard est interdit ou refusé en vertu de l'article 54 de cette loi, par exemple aux mineurs d'âge, aux personnes faisant l'objet d'une interdiction d'accès, etc. La publicité ne peut pas créer ou entretenir une dépendance au jeu, ni inciter à jouer abusivement.

La publicité pour les jeux de hasard ou les établissements de jeux de hasard non autorisés est interdite en toutes circonstances.

Il est interdit d'utiliser une marque qui doit principalement sa notoriété à un jeu de hasard, un pari ou un établissement de jeux de hasard, à des fins publicitaires dans d'autres domaines, tant que la marque est utilisée pour un jeu de hasard, un pari ou un établissement de jeux de hasard.

Article 4

Toute infraction aux dispositions relatives à la publicité est passible de sanctions.

Article 5

La loi proposée entre en vigueur un an après la justification afin de permettre à tous les acteurs concernés de se préparer dûment.

toegang tot kansspelen wordt verboden of ontzegd krachtens artikel 54 van deze wet zoals minderjarigen, personen met een toegangsverbod etc. De reclame mag geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

Reclame voor niet vergunde kansspelen of kansspelinrichtingen is te allen tijde verboden.

Het is verboden een merk, dat zijn bekendheid hoofdzakelijk aan een kansspel, weddenschap of kansspelinrichting ontleent, voor reclame op andere gebieden te gebruiken, zolang het merk voor een kansspel, weddenschap of kansspelinrichting wordt gebruikt.

Artikel 4

Inbreuken op de bepalingen inzake reclame kunnen worden bestraft.

Artikel 5

Deze wet treedt in werking 1 jaar na publicatie teneinde alle actoren in de gelegenheid te stellen zich terdege voor te bereiden.

Els VAN HOOFF (CD&V)

PROPOSITION DE LOI**Article 1^{er}**

La présente loi règle une matière visée à l'article 74 de la Constitution.

Art. 2

Dans l'article 4, § 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, les mots "de faire de la publicité pour un jeu de hasard ou un établissement de jeu de hasard" sont supprimés.

Art. 3

Dans l'article 61 de la même loi, modifié en dernier lieu par la loi du 7 mai 2019, il est inséré, avant l'alinéa 2, qui formera l'alinéa 6, quatre nouveaux alinéas rédigés comme suit:

"La publicité pour les jeux de hasard, les paris et les établissements de jeu de hasard est interdite. Est considérée comme publicité, toute communication ou action qui vise, directement ou indirectement, à promouvoir la vente, quels que soient l'endroit, le support ou la technique utilisés.

L'interdiction visée à l'alinéa précédent ne s'applique pas à:

— l'apposition, dans des établissements de jeux de hasard autorisés, de publicité pour les jeux de hasard et paris autorisés qui y sont proposés;

— l'apposition, sur le site internet où sont proposés des jeux de hasard et paris, de publicité pour les jeux de hasard et paris autorisés qui sont proposés sur ce site internet;

— l'apposition, dans les hippodromes, de publicité pour les jeux de hasard et paris autorisés qui y sont proposés.

Les titulaires d'une licence doivent veiller à n'adresser aucune publicité aux personnes auxquelles l'accès aux jeux de hasard est interdit ou refusé en vertu de l'article 54. La publicité ne peut pas créer ou entretenir une dépendance au jeu ni inciter à jouer abusivement.

WETSVOORSTEL**Artikel 1**

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 74 van de Grondwet.

Art. 2

In artikel 4, § 2, van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers, worden de woorden "reclame te maken voor een kansspel of kansspelinrichting" opgeheven.

Art. 3

In artikel 61 van dezelfde wet, laatstelijk gewijzigd bij de wet van 7 mei 2019, worden voor het tweede lid, dat het zesde lid zal vormen, vier nieuwe leden ingevoegd, luidende:

"Reclame voor kansspelen, weddenschappen en kansspelinrichtingen is verboden. Als reclame worden beschouwd elke mededeling of handeling die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop te bevorderen, ongeacht de plaats, de aangewende communicatiemiddelen of de gebruikte technieken.

Het in het vorige lid bedoelde verbod is niet van toepassing op:

— het aanbrengen van reclame binnen in vergunde kansspelinrichtingen voor de vergunde kansspelen en weddenschappen die aldaar worden aangeboden;

— het aanbrengen van reclame op de website waar kansspelen en weddenschappen worden aangeboden voor de vergunde kansspelen en weddenschappen die op deze website worden aangeboden;

— het aanbrengen van reclame in paardenrenbanen voor de vergunde kansspelen en weddenschappen die aldaar worden aangeboden.

De houders van een vergunning waken erover dat zij geen reclame richten aan de personen aan wie de toegang tot kansspelen wordt verboden of ontzegd krachtens artikel 54. De reclame mag geen spelverslaving veroorzaken of in stand houden, noch aanzetten tot overmatig spelen.

Il est interdit d'utiliser une marque qui doit principalement sa notoriété à un jeu de hasard, un pari ou un établissement de jeux de hasard, à des fins publicitaires dans d'autres domaines, tant que la marque est utilisée pour un jeu de hasard, un pari ou un établissement de jeux de hasard.”.

Art. 4

Dans l'article 63 de la même loi, modifié par la loi du 10 janvier 2010, les mots “46 et 58” sont remplacés par les mots “46, 48 et 61, alinéas 2, 3 et 4”.

Art. 5

La présente loi entre en vigueur le premier jour du treizième mois qui suit sa publication au *Moniteur belge*.

14 novembre 2019

Het is verboden een merk, dat zijn bekendheid hoofdzakelijk aan een kansspel, weddenschap of kansspelinrichting ontleent, voor reclame op andere gebieden te gebruiken, zolang het merk voor een kansspel, weddenschap of kansspelinrichting wordt gebruikt.”.

Art. 4

In artikel 63 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 10 januari 2010, worden de woorden “46 en 58” vervangen door de woorden “46, 58 en 61, tweede, derde en vierde lid”.

Art. 5

Deze wet treedt in werking op de eerste dag van de dertiende maand na die waarin ze is bekendgemaakt in het *Belgisch Staatsblad*.

14 november 2019

Els VAN HOOF (CD&V)