

Commission de la Mobilité, des
Entreprises publiques et des
Institutions fédérales

du

MARDI 24 JANVIER 2023

Matin

Commissie voor Mobiliteit,
Overheidsbedrijven en Federale
Instellingen

van

DINSDAG 24 JANUARI 2023

Voormiddag

La réunion publique de commission est ouverte à 10 h 18 et présidée par M. Jean-Marc Delizée.
De openbare commissievergadering wordt geopend om 10.18 uur en voorgezeten door de heer Jean-Marc Delizée.

01 **Samengevoegde vragen van**

- **Stefaan Van Hecke aan Sammy Mahdi (Asiel, Migratie en Nationale Loterij) over "Een strengere regelgeving voor gokreclame en de Nationale Loterij" (55027732C)**
- **Tomas Roggeman aan Vincent Van Peteghem (VEM Financiën, Coördinatie fraudebestrijding en Nationale Loterij) over "Het verbod op gokreclame van de Nationale Loterij" (55033302C)**
- **Stefaan Van Hecke aan Vincent Van Peteghem (VEM Financiën, Coördinatie fraudebestrijding en Nationale Loterij) over "De impact van het nieuwe KB betreffende het verbod op gokreclame voor de Nationale Loterij" (55033433C)**

01 **Questions jointes de**

- **Stefaan Van Hecke à Sammy Mahdi (Asile, Migration et Loterie Nationale) sur "Une réglementation plus sévère pour la publicité pour les paris et la Loterie Nationale" (55027732C)**
- **Tomas Roggeman à Vincent Van Peteghem (VPM Finances, Coordination lutte contre la fraude et Loterie Nationale) sur "L'interdiction des publicités pour les paris de la Loterie Nationale" (55033302C)**
- **Stefaan Van Hecke à Vincent Van Peteghem (VPM Finances, Coordination lutte contre la fraude et Loterie Nationale) sur "L'impact du nouvel arrêté royal interdisant la publicité pour les paris pour la Loterie Nationale" (55033433C)**

01.01 **Stefaan Van Hecke** (Ecolo-Groen): Mijnheer de voorzitter, ik verwijs naar mijn schriftelijk ingediende vragen.

Meneer de staatssecretaris, de minister van Justitie kondigde op 9 mei strengere regels aan voor gokreclame. Ook sportsponsoring door gokbedrijven zal niet meer toegelaten zijn. Alleen bij sporttoernooien zal tot 1 januari 2025 onder strikte voorwaarden reclame toegelaten zijn.

U liet alvast weten dat u geen bezwaar heeft tegen strengere regels voor producten van de Nationale Loterij, staat geschreven in meerdere artikels in de pers.

En dat is belangrijk, want de sportweddenschappen van de Nationale Loterij zullen onder dezelfde regels vallen als die voor private operatoren. Gokken kan ernstig verslavend zijn en mensen daarvoor behoeden is in het belang van onze volksgezondheid. Het is daarbij belangrijk dat we ons niet laten doen door de voetbal- of goklobby.

De Nationale Loterij reageerde zelf echter niet zo positief. De vergelijking tussen sportweddenschappen en krasspelen zou 'van de pot gerukt' zijn. Het bedrijf vindt zichzelf al 'ethisch', aldus de woordvoerder. Nochtans is de Nationale Loterij met sportweddenschappen onder de merknaam 'Scoore' de naamsponsor van de hoogste vrouwenvoetbalcompetitie, de 'Scoore Super League'. Het loterijspel Lotto staat daarnaast ook op de truitjes van onder meer Union en op het voetbalstadion van Anderlecht. Ook in het wielrennen maakt het bedrijf reclame.

Hieromtrent heb ik voor u de volgende vragen:

1. Hoe reageert u op deze reactie van de Nationale Loterij?

2. U gaf aan dat strengere regels voor de Nationale Loterij ook via het beheerscontract mogelijk zijn en dat er dus niet hoeft te worden gewacht op de inwerkingtreding van een nieuw KB. Zal u van die werkwijze gebruik maken? Zo ja, wanneer zal dit gebeuren, welke verstrengingen zullen worden opgenomen en hoe zal dit beheerscontract zich verhouden tot het nieuwe KB? Zo neen, waarom niet?

Meneer de minister, ik diende al een vraag in begin mei 2022, op het moment dat staatssecretaris Mahdi nog bevoegd was voor dit dossier. Ik paste mijn vraag aan, want ondertussen zit dit dossier al in een volgende fase.

De federale regering kondigde op 9 mei strengere regels aan voor reclame over gokproducten. Ook sportsponsoring door gokbedrijven zou niet meer toegelaten zijn. Alleen bij sporttoernooien zou tot 1 januari 2025 onder strikte voorwaarden reclame toegelaten zijn. Voormalig staatssecretaris Mahdi liet weten geen bezwaar te hebben tegen strengere regels voor producten van de Nationale Loterij, zo stond geschreven in de pers. Ondertussen is de kogel door de kerk, vanaf 1 juli 2023 wordt gokreclame via een KB grotendeels verboden.

De sportweddenschappen van de Nationale Loterij zullen onder dezelfde regels vallen als die voor private operatoren. In mei reageerde de Nationale Loterij niet zo positief. De vergelijking tussen sportweddenschappen en krasspelen zou 'van de pot gerukt' zijn. Het bedrijf vond zichzelf al 'ethisch', aldus woordvoester Joke Vermoere. Nochtans is de Nationale Loterij met sportweddenschappen onder de merknaam 'Scoore' de naamsponsor van de hoogste vrouwenvoetbalcompetitie, de 'Scoore Super League' en Lotto staat op de truitjes van onder meer Union en het op voetbalstadion van Anderlecht. Ook in het wielrennen maakt het bedrijf reclame. Midden 2022 leek Loterij al wat te zijn bijgedraaid en bleek ze het voorstel van reclameverbod zelfs zélf te hebben voorgelegd aan de minister van Justitie.

U zal als bevoegde minister de te nemen maatregelen uitwerken voor de Nationale Loterij.

Hieromtrent heb ik voor u de volgende vragen:

Welke producten van de Nationale Loterij zullen onder de nieuwe regelgeving van het KB vallen? Welke producten van de Nationale Loterij zullen niet onder deze nieuw regelgeving vallen en waarom niet?

Bent u bereid om ook strengere regels voor reclame voor andere producten de Nationale Loterij te voorzien?

Zo ja, welke verstrengingen overweegt u en wanneer zal dit gebeuren?

Zo neen, waarom niet?

01.02 **Tomas Roggeman** (N-VA): Sinds het indienen van mijn vraag zijn enkele weken verstreken. Er is heel wat te doen geweest om het dossier van het verbod op gokreclame. Ook vandaag nog lijkt de uitkomst onzeker. Er is een rechtsgang opgestart door enkele private aanbieders op de kansspelmarkt.

Ik ben zelf een grote voorstander van een betere spelersbescherming, ook door gokreclame te verbieden. Ik ben dus benieuwd naar het resultaat. Ik zie dit wel graag toegepast op alle gokbedrijven. Momenteel is het beleid namelijk selectief blind. Uw regering vindt gokken onwenselijk, tenzij het via de Nationale Loterij de staatskas vult. De monopolistische loterijmarkt wordt dus ontzien in de teksten die vandaag voorliggen, hoewel daar eveneens risicovolle spelen bestaan. Ook daarbij kunnen zich verslavingen ontwikkelen, aangezien er ook spelen met onmiddellijke winstuitkering en dergelijke zijn.

Daarover heb ik een aantal vragen. Ten eerste zegt u in uw beleidsnota een voorstander te zijn van een level playing field. Dat lijkt me een terecht uitgangspunt, maar waarom voert u dan nadrukkelijk een asymmetrisch beleid tussen de kansspelen en de loterijen? Waarom bent u zo offensief op het ene terrein en passief op het andere?

Ten tweede, als we het erover eens zijn dat gokken schadelijk is, waarom staat u dan nog reclame toe

voor producten van de Nationale Loterij? Vindt u dat de financiële belangen van de Staat zwaarder doorwegen dan de gezondheidsrisico's van gokverslaving?

Als de kansspelenmarkt minder offensief wordt en het verbod op reclame ertoe leidt dat die markt een beetje afkoelt – wat volgens mij een goede zaak zou zijn – hoe zal de Nationale Loterij zich daar dan naar schikken? Dan bestaan er twee opties. Ofwel doet ze mee en bouwt ze eveneens af, wat mooi zou zijn, ofwel kan zij er vanuit een puur commerciële logica voor kiezen om zich nog harder en offensiever op te stellen en het vrijgekomen speelveld maximaal in te nemen. Wat mogen we daaromtrent van het beleid verwachten?

De **voorzitter**: Onze twee collega's zijn benieuwd naar uw antwoord, en de voorzitter ook.

01.03 Minister **Vincent Van Peteghem**: Mijnheer Van Hecke, mijnheer Roggeman, het ontwerp van koninklijk besluit betreffende de beperking van gokreclame ligt momenteel voor een tweede advies bij de Raad van State. Voor nadere informatie daarover verwijs ik, zoals u ook weet, graag naar mijn collega en minister van Justitie Van Quickenborne.

Inzake de eventuele maatregelen van de Nationale Loterij in dat kader is het belangrijk de rechtvaardiging van het tweesporenbeleid nog eens te hernemen. Mijnheer Van Hecke, ik antwoord daarmee op uw niet uitgesproken maar wel neergeschreven vraag over het toepassingsgebied. De sportwedenschappen van de Nationale Loterij vallen natuurlijk onder dezelfde regels als de regels voor de privéoperatoren. Dat staat niet ter discussie. De maatregelen zullen dan ook onverminderd worden toegepast op de kansspelen die de Nationale Loterij zelf aanbiedt.

Wel wens ik opnieuw te benadrukken dat loterijspelen, zoals Lotto en EuroMillions, niet over dezelfde kam kunnen worden geschoren met kansspelen zoals sportwedenschappen en casinospelen. Een belangrijk onderscheid ligt in de aard en in de dynamiek van de verschillende spelen, wat ik eerder al toelichtte, maar ook in het terugbetalingspercentage.

Ik geef u een idee daarvan. Een loterijspel heeft een traag spelverloop in vergelijking met bijvoorbeeld de *live betting* en de casinospelen. Lotto heeft een terugbetalingspercentage van ongeveer 55 %, terwijl dat voor casinospelen al gemakkelijk bijna 98 % of zelfs meer zou kunnen zijn, wat natuurlijk het risico van verslaving enorm impacteert. Daarmee zijn trouwens ook het Hof van Justitie en experts het eens.

Het juridische en het inhoudelijke onderscheid tussen de loterij en de kansspelen betekent natuurlijk niet dat de Nationale Loterij zelf geen maatregelen treft om de spelers beter te beschermen.

De Nationale Loterij zal, ten eerste, zonder enige overgangperiode een einde maken aan alle sportsponsoring met haar merk van sportwedenschappen.

Voor de loterijproducten worden, ten tweede, de hiernavolgende maatregelen getroffen. Er wordt streng op toegezien dat geen kwetsbare groepen worden gevisieerd door de Nationale Loterij bij de reclame voor loterijspelen. De Nationale Loterij zal daarnaast, conform het advies van de Raad van State over het ontwerpbesluit, vergelijkbare maatregelen treffen, waaronder het in vraag stellen van het beleid inzake het versturen van mails naar haar spelers en het gebruik van personages in de reclamecampagnes, rekening houdend ook met de specifieke opdrachten en omstandigheden opgenomen in het beheerscontract van 13 september 2021. Die maatregelen zullen de komende maanden ook verder worden geconcretiseerd.

De Nationale Loterij zal ook haar media-uitgaven voor publiciteit, inclusief op de sociale media, plafonneren op 5 % inclusief btw ten aanzien van de *gross gaming revenue*, dat is de totale inzet min de uitbetaling van de winst. Ze zal dit op twee momenten verifiëren, namelijk bij de opmaak van het jaarlijkse budget en bij het afsluiten van de jaarrekeningen.

De Nationale Loterij voert een kanalisatiebeleid van spelen met een hoger risico naar spelen met een lager risico en zal er in dat kader ook voor zorgen dat de media-uitgaven voor publiciteit voor spelen met een lager risico verhoudingsgewijs hoger zijn dan de uitgaven voor spelen met een hoger risico. De uitgaven voor de spelen met een hoger risico zullen daardoor ook verder afnemen.

Ten slotte zullen wij ook de slogans en communicatieboodschappen van de Nationale Loterij toetsen

aan de geactualiseerde code voor ethische reclame. Die zullen indien nodig ten laatste eind 2024 worden aangepast.

Mijnheer Roggeman, u verwees naar het level playing field. Dat beslaat de integraliteit van de spelersbescherming, uiteraard rekening houdend met de verschillen tussen de types van spelen. Dat is de proportionaliteitstoets, waar het Hof van Justitie ook telkens op wijst. Het reclame- en marketingbeleid vormen daarvan absoluut een deel. Daarom zullen wij de voorgestelde maatregelen invoeren. Uiteraard moet er daarnaast ook gekeken worden naar andere relevante domeinen in het kader van de spelersbescherming. Ik denk dan onder andere aan de regulering van de spelen, de aard en de dynamiek van de aangeboden spelen, het toezicht en ook de governance en de speellimieten die van toepassing zijn.

01.04 **Stefaan Van Hecke** (Ecolo-Groen): Mijnheer de minister, ik dank u voor uw antwoord.

Er is inderdaad een verschil tussen de kansspelen en de loterijproducten. De verstrenging van de gokreclame op de kansspelen zal ook een impact hebben op de Nationale Loterij, aangezien die ook producten aanbiedt die onder de kansspelen vallen. Die wetgeving zal dus ook van toepassing zijn op die producten.

Er zal een verstrenging zijn voor de kansspelen en ik denk dat het ook logisch is dat we dat doortrekken naar de loterijproducten. U geeft aan dat niet elk loterijproduct even verslavend is of een even hoog risico op verslaving inhoudt als bepaalde gokproducten. Bij het klassieke loterijbiljetje waarbij men tot de trekking op zaterdag moet wachten, is de incentive om telkens opnieuw te gokken er niet, maar er zijn ook producten zoals krasbiljetten, waar die incentive er wel is. Daar weet men wel heel snel of men gewonnen heeft of niet en eventuele winsten kunnen opnieuw worden ingezet. Kortom, ook bij de Nationale Loterij zijn er dus producten met een hoger risico dan andere.

Ik neem kennis van de maatregelen die zullen worden genomen. Dat is goed, maar ik denk dat we echt verder moeten gaan, ook voor de loterijproducten, bijvoorbeeld die van EuroMillions die men promoot met het motto 'Word schandalig rijk'. Dat is niet meer van deze tijd en het is goed dat daaraan een eind zal komen.

01.05 **Tomas Roggeman** (N-VA): Mijnheer de minister, ik dank u voor uw informatief antwoord.

U zegt dat u de loterijspelen niet over dezelfde kam wil scheren als de kansspelen, omdat u die een andere aard en dynamiek toeschrijft. Ik ben het daar deels mee eens. Die spelen zijn inderdaad anders, maar zijn ze daarom bij de Nationale Loterij vrijer van verslavingsrisico? Het antwoord is natuurlijk neen. Dat de loterij een trager spelverloop kent, klopt bovendien niet altijd. De krasbiljetten zijn daarvan het beste voorbeeld. Dat is meteen krassen en onmiddellijk uitbetaald worden bij winst en eventueel een nieuw lotje kopen.

Ik neem er wel akte van dat de uitgaven voor spelen met een hoger verslavingsrisico verder zullen afnemen. Ik vind dat goed, maar wat betekent dat voor het totaal van de uitgaven van de Nationale Loterij? Daarover doet u geen uitspraken. Uw antwoord sluit niet uit dat een beperking van de private gokreclame, die eraan zit te komen, gepaard zal gaan met een toename van de publieke gokreclame. Dat zal zich in de praktijk moeten uitwijzen.

Het incident is gesloten.
L'incident est clos.

Le **président**: La question n° 55028810C de M. Ducarme est transformée en question écrite.

02 Vraag van Tomas Roggeman aan Vincent Van Peteghem (VEM Financiën, Coördinatie fraudebestrijding en Nationale Loterij) over "De visie op het beleid voor de Nationale Loterij" (55031370C)

02 Question de Tomas Roggeman à Vincent Van Peteghem (VPM Finances, Coordination lutte contre la fraude et Loterie Nationale) sur "La vision stratégique à l'égard de la Loterie Nationale" (55031370C)

02.01 **Tomas Roggeman** (N-VA): Mijnheer de minister, een goed half jaar geleden hebt u de bevoegdheid van de Nationale Loterij overgenomen van de heer Mahdi. Hij was natuurlijk in eerste instantie staatssecretaris voor Asiel en Migratie, waaraan hij heel veel, zo niet al zijn aandacht wijdde. De Nationale Loterij nam hij er in de praktijk eigenlijk zijdelings bij. Het gevolg daarvan is dat hij de Nationale Loterij de vrije hand liet in haar bedrijfsvoering, bijvoorbeeld inzake de inperking van deontologische controleprocessen en de minimalistische interpretatie van het verbod op marktverruiming. Er was zelfs een delegatie van regeringsbevoegdheden aan de Nationale Loterij. Dat was toch ook niet van de poes. Ik heb dat toen ook aangekaart bij de heer Mahdi en hij sprak dat niet tegen.

Bij de toelichting van uw beleidsnota enige tijd geleden, leek u dezelfde weg in te slaan met een zeer groot speelveld voor de Nationale Loterij en haar eigen bedrijfsvoering. Er is geringe controle op hun activiteiten. Het is een beetje een *laissez-faire* beleid ten aanzien van het overheidsbedrijf.

Ik heb dan ook een heel eenvoudige vraag. Klopt het dat u dezelfde richting inslaat of ziet u het iets strikter en wilt u de controlebevoegdheid met meer rigiditeit ter hand nemen?

02.02 Minister **Vincent Van Peteghem**: Ik zal daar kort op antwoorden, mijnheer Roggeman, aangezien u ook aanwezig was bij de voorstelling van de beleidsnota. We zijn toen immers al dieper ingegaan op deze punten. Op dat ogenblik hebben we ons beleid en onze visie met betrekking tot de Nationale Loterij ook toegelicht. Ik verwijs voor een antwoord op die vraag dus naar de bespreking die we toen gehad hebben.

02.03 **Tomas Roggeman** (N-VA): Mijnheer de voorzitter, het antwoord van de minister was vrij beknopt. Ik had eigenlijk gehoopt, mijnheer de minister, dat u mij zou tegenspreken en dat u mij zou zeggen dat u het anders zou doen, meer controle zou uitoefenen en de teugels in handen zou nemen. Ik vind het jammer dat u dat niet doet.

*Het incident is gesloten.
L'incident est clos.*

De **voorzitter**: De vragen nrs. 55031393C, 55031394C, 55031395 en 55031487C van de heer Bihet worden omgezet in schriftelijke vragen.

03 Vraag van Tomas Roggeman aan Vincent Van Peteghem (VEM Financiën, Coördinatie fraudebestrijding en Nationale Loterij) over "Het reclamebeleid van de Nationale Loterij en het verbod op marktverruiming" (55031834C)

03 Question de Tomas Roggeman à Vincent Van Peteghem (VPM Finances, Coordination lutte contre la fraude et Loterie Nationale) sur "La politique publicitaire de la Loterie Nationale et l'interdiction d'élargissement du marché" (55031834C)

03.01 **Tomas Roggeman** (N-VA): Mijnheer de minister, u kent het verbod op marktverruiming. Het kadert in de kanalisatieplicht die de Nationale Loterij heeft. In de praktijk merken we de afgelopen jaren een vrij offensief beleid. De Loterij voert heel wat acties met bijvoorbeeld gratis krasbiljetten bij toetreding tot de Lottery Club. Er duiken steeds meer spelautomaten van de Nationale Loterij op, op regelmatige tijden worden loterijwinkels of Lottery Shops geopend. Slogans als '*Want cash, play cash*' en soortgelijke boodschappen zijn toch ook vrij offensief.

Hoe verzoent u al die voorbeelden met het verbod op marktverruiming? Bevindt zich dat alles niet op zijn minst in een grijze zone?

Hoeveel spendeerde de Nationale Loterij de laatste jaren aan de promotie van loterijproducten met een laag verslavingsrisico? In een van de vorige vragen hadden we het over de evolutie van het promobudget van de Nationale Loterij, specifiek voor producten met een laag verslavingsrisico. Het zou goed zijn om beleidsuitspraken als degene die u net heeft gedaan te kunnen toetsen aan de cijfers. Die zou ik graag ontvangen.

Een interessante vraag die ik al enkele keren heb gesteld, maar waar de Nationale Loterij om onbegrijpelijke redenen zeer geheimzinnig over doet, betreft de investeringen die het bedrijf doet in onderzoek naar preventie van verslaving en de strijd tegen verslaving in het algemeen, een opdracht die werd opgelegd in het kader van het beheerscontract. Zij hebben die opdracht en moeten dat dus doen, een opdracht vanwege u als minister en vertegenwoordiger van de Staat. Als wij parlementaire vragen over dat thema stellen, blijkt het echter zeer moeilijk om daar een antwoord op te krijgen. Ik doe nogmaals een poging, mijnheer de minister. Hoeveel spendeerde de Nationale Loterij de afgelopen jaren aan het verwerven van inzicht in de oorzakelijke verbanden tussen speelkenmerken en verslavingsrisico?

03.02 Minister **Vincent Van Peteghem**: Mijnheer Roggeman, u hebt een aantal vragen gesteld die ik gestructureerd zal beantwoorden.

Wat betreft het verzoenen van nieuwe spelen met het verbod op marktverruiming, weten wij op basis van het jaarverslag van 2021 van de Kansspelcommissie dat de inzetten die bij de private kansspelsector werden geplaatst in 2019 meer dan 20 miljard euro bedroegen. Dat is een sterke stijging sedert 2011, het moment waarop het legaal aanbieden van kansspelen via internet mogelijk werd gemaakt door een wijziging van de kansspelwet van 7 mei 1999. Ter vergelijking, de omzet van de Nationale Loterij ligt iets onder 1,5 miljard euro.

De totale kansspelmarkt heeft de voorbije jaren dan wel een verruiming gekend, maar de cijfers tonen alleszins aan dat dit niet onder impuls was van de Nationale Loterij. Van de Nationale Loterij wordt er verwacht dat zij door een aanbod van veilige en recreatieve spelen de spelers kanaliseert van kansspelen met een hoog risiconiveau naar spelen met een laag risiconiveau. Daarvoor is het belangrijk dat de Nationale Loterij ook over een relevant marktaandeel blijft beschikken en relevante marketingpraktijken kan toepassen, al ben ik mij uiteraard bewust van het noodzakelijke evenwicht in die campagnes en zullen er in dat opzicht, zoals ik daarnet al heb aangegeven, maatregelen worden genomen.

Bovendien is de Nationale Loterij Club een relevant instrument dat communicatie met de spelers van de Nationale Loterij mogelijk maakt en dat dus ook kan worden gebruikt in het kader van een verantwoord spelbeleid, de kanalisatieopdracht van de Nationale Loterij.

U had ook een vraag over de besteding van de promotiemiddelen. De Nationale Loterij maakt geen informatie bekend over haar marketingbudgetten en de besteding ervan, omdat marketingactiviteiten zich afspelen in een hoogst competitieve omgeving waarin niet alleen aanbieders van kansspelen, maar ook tal van andere adverteerders actief zijn die allen mediaruimte wensen aan te kopen tegen de voordeligste prijs. De Nationale Loterij benadrukt wel dat de voorbije jaren de netto-investeringen inzake marketing gemiddeld dezelfde zijn gebleven. Ik verwijs trouwens ook naar mijn antwoord op de vragen van de heer Van Hecke over de maatregelen die wij nemen met betrekking tot reclame bij de Nationale Loterij.

Preventie en bestrijding van gokverslaving vormen een dermate centraal gegeven in de bedrijfsvoering van de Nationale Loterij dat het onmogelijk is om specifieke bedragen te vermelden. Wat betreft de online spelers wordt door de diensten van de Nationale Loterij een systematische analyse gemaakt van de doeltreffendheid van de verschillende spelmodulatoren die de Nationale Loterij verplicht oplegt aan haar anderhalf miljoen spelers met een spelersaccount.

Deze analyse wordt door een gespecialiseerde derde partij getoetst op haar kwalitatief en relevant karakter. Uit deze analyse blijkt dat dankzij het productaanbod en de vele ontradende boodschappen

99,99 % van de spelers verantwoord spelgedrag vertoont. De 0,01 % die vatbaarheid vertoont voor een probleem inzake spelverslaving wordt gevat binnen de limieten van de moderatoren en zo nodig ook preventief het spelen belet. Het is onmogelijk om een bedrag aan gemiste omzet te ramen. Deze omzet wordt door de bedrijfsstrategie van de Nationale Loterij evenwel niet als gemist beschouwd. Het is de Kansspelcommissie die omtrent dit problematisch spelgedrag in het algemeen ook veel relevante statistieken heeft.

Doelt u met de spelautomaten van de Nationale Loterij op de om en bij de 100 automatische verdeeltoestellen van krasbiljetten met een verplichte ID-scan? Deze werden in 2022 uit dienst genomen. Hun totale omzet in 2021 was verwaarloosbaar en kan dan ook geen impact hebben gehad op de stijgende gokverslavingsproblematiek.

Wij hebben met de Nationale Loterij tien Lottery Shops verspreid over het hele Belgische grondgebied. Deze Lottery Shops zijn ontstaan door de transformatie van de vroegere regionale kantoren tot meer toegankelijke vestigingen in de belangrijkste steden van het land. De Lottery Shops werden in de eerste plaats opgericht voor de uitbetaling van grote winnaars die niet door de gewone verkooppunten kunnen worden uitbetaald. Deze Lottery Shops laten ook toe om binnen een ethisch en verantwoord kader nieuwe producten en verkooptechnieken te testen binnen een veilige omgeving. In de Lottery Shops ligt de nadruk op de maatschappelijke opdracht van de Nationale Loterij en de dienstverlening. Als verkooppunt van loterijproducten is hun aantal verwaarloosbaar in het licht van het netwerk van externe verkooppunten.

Tot slot wil ik het hebben over de reclameboodschappen en het aanspreken van jongeren. De Nationale Loterij moet in het kader van haar kanaliseringsoopdracht haar producten bij het publiek kenbaar maken aan de hand van de gangbare marketinginstrumenten, die steeds de ethische code voor reclame respecteren. Dit betekent dus ook dat kwetsbare groepen, zoals minderjarigen, niet getarget worden. Dat blijft voor mij als voogdijminister een belangrijk element en aandachtspunt. Ook hier zullen uiteraard nieuwe maatregelen genomen worden, zoals daarnet al aangegeven, onder meer via de evaluatie van de Code voor ethische en verantwoorde reclame.

03.03 **Tomas Roggeman (N-VA):** Mijnheer de minister, bedankt voor uw antwoord. Bij het stellen van kritische vragen over de naleving van wettelijke opdrachten door de Nationale Loterij, zeker als het over de promotie gaat, horen we steeds vaker het antwoord dat de private kansspelen veel gevaarlijker zijn en veel sterker groeien. Dat laatste is misschien wel mogelijk, maar ook de Nationale Loterij zelf moet zich houden aan regels, te beginnen met het verbod op marktverruiming. Dat houdt in dat de Nationale Loterij enkel bestaande gokspelers mag kanaliseren in plaats van nieuwe spelers aan te trekken. De gangbare commerciële praktijken die ik in mijn vraagstelling opgesomd heb, lijken daar op zijn minst mee te botsen.

Dat u weigert cijfers te vernoemen over de promobudgetten, vind ik ook een merkwaardige zaak. Men moet een lijn kiezen. Ofwel is de Nationale Loterij anders binnen de loterijmarkt en het loterijbeleid en dan kaderen haar activiteiten binnen het wettelijk monopolie, in welk geval die cijfers gepubliceerd kunnen worden, ofwel is de Nationale Loterij een gokbedrijf als alle andere en dan is zij onderhevig aan concurrentie. In dat geval begrijp ik dat de commerciële vertrouwelijkheid geldt. De combinatie van beide is echter een schizofrene opstelling. De vakjes kunnen niet anders ingevuld worden naargelang het beter uitkomt voor de publicatie van essentiële cijfers.

U zegt dat de cijfers tonen dat de uitbreiding van de gokmarkt in de jongste jaren niet gebeurd is onder impuls van de Nationale Loterij. Welnu, eigenlijk kunnen wij dat niet verifiëren, want de cijfers waarnaar u verwijst, weigert u te publiceren. Graag had ik aan de hand van cijfers gezien dat het promobudget van de Nationale Loterij niet de drijvende kracht is geweest achter de uitbreiding van de gokmarkt in het algemeen. We weten het echter niet, omdat de Nationale Loterij simpelweg weigert om die cijfers te publiceren en u als toezichhoudend minister spijtig genoeg ook.

In een van mijn vragen had ik het over de verplichte investeringen in onderzoek en in preventie van gokreclame. Dat is een eenvoudig cijfer, het gaat over één bedrag dat de Nationale Loterij inschrijft en uitkeert aan onderzoek naar de preventie van gokreclame. Dat cijfer kan gepubliceerd worden. Als het om ernstig beleid gaat, als de Nationale Loterij het ernstig meent met maatschappelijk verantwoord ondernemen, zoals het bedrijf benadrukt bij elke mogelijke gelegenheid, dan is het net in haar eigen voordeel om dat cijfer te publiceren, want dat zal bevestigen dat de Nationale Loterij effectief serieuze

inspanningen levert. De voorwaarde is dat dit cijfer gepubliceerd wordt, maar de aanhoudende weigering om dat te doen versterkt mijn vermoeden dat de Nationale Loterij die wettelijke verplichting niet nakomt. Ik vind dat weinig hoopgevend.

Mijnheer de voorzitter, daar houd ik het bij. Vanuit mijn positie kan ik de klok niet zien, maar ik vermoed dat ik de spreektijd overschreden heb.

De **voorzitter**: U hebt eerlijk gezegd inderdaad wel wat lang gesproken.

*Het incident is gesloten.
L'incident est clos.*

04 Vraag van Tomas Roggeman aan Vincent Van Peteghem (VEM Financiën, Coördinatie fraudebestrijding en Nationale Loterij) over "De agressieve marketing van de Nationale Loterij naar jongeren" (55032735C)

04 Question de Tomas Roggeman à Vincent Van Peteghem (VPM Finances, Coördination lutte contre la fraude et Loterie Nationale) sur "Les techniques de marketing agressives de la Loterie Nationale à l'égard des jeunes" (55032735C)

04.01 Tomas Roggeman (N-VA): Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, deze vraag gaat verder in op het reclamebeleid van de Nationale Loterij. Het valt mij de laatste maanden op dat de Nationale Loterij zich steeds nadrukkelijker richt naar jongeren. Zij begon met reclame op het socialemediaplatform TikTok, dat voornamelijk door jongeren, minderjarigen en zelfs tieners wordt gebruikt. De televisiecampagnes van de Nationale Loterij brengen vaak beelden in een kinderlijke sfeer: animatiefilmpjes met dieren, beeldmateriaal met jeugdbewegingen enzovoort.

Over de recente opening van een nieuwe Lottery Shop in Leuven, nota bene tegen het advies in van het stadsbestuur en van uw partijgenoot/schepen, zei de Nationale Loterij in een persbericht dat Leuven een echte studentenstad is en dat de Loterij een jonger publiek wil aantrekken. Ik vind dat bedenkelijk. Mijnheer de minister, wat vindt u daarvan?

Het is duidelijk dat de Nationale Loterij haar reclame richt op jongeren. Is dat verzoenbaar met het beheerscontract? Is dat geen schending van het wettelijke verbod op marktverruiming? Of meent u dat het allemaal oké is en dat het aangewezen is dat een overheidsbedrijf jongeren verleidt om meer te gokken?

04.02 Minister Vincent Van Peteghem: Mijnheer de voorzitter, in verband met de promotie via TikTok, bepaalt artikel 9 van het beheerscontract van 13 september 2021 dat de Nationale Loterij zich dient te onthouden van het promoten van haar spelen door reclameruimte aan te kopen in media die specifiek voor kinderen en adolescenten bestemd zijn. De communicatie die de Nationale Loterij via TikTok heeft verspreid, betreft een communicatie om de sociale waarden en de bedrijfswaarden van de Nationale Loterij te illustreren. Die communicatie werd ook via traditionelere kanalen verspreid. Het ging dus geenszins om de promotie van loterijspelen.

De communicatie op het platform van TikTok was een test, waarbij meerdere bedrijven door de beheerder van het platform werden uitgenodigd om gelijkaardige boodschappen uit te sturen. De boodschap werd in elk geval uitsluitend verstuurd naar meerderjarige gebruikers van het platform, zoals ook gegarandeerd werd door TikTok.

Ik wijs er ook op dat de *community guidelines* van TikTok Europe ondubbelzinnig zijn. TikTok Europe staat geen inhoud toe die gericht is op promotie van casinospelen, sportweddenschappen of andere commerciële gokactiviteiten. Ook kan er geen inhoud gepost, gestreamd of gedeeld worden die loterijspelen promoot. De uitnodiging om deel te nemen aan de test toont dat de betreffende communicatie past binnen deze *community guidelines*, en dus zeker en vast nooit de betrachting had om de producten van de Nationale Loterij te promoten. Ik beoog in ieder geval geen samenwerking met TikTok.

Rond de rol van minderjarigen is het zo dat ik u in mijn beleidsnota van 29 november 2022 eraan heb herinnerd dat de Nationale Loterij, in het kader van haar analyseringsopdracht, haar producten bij het publiek dient kenbaar te maken aan de hand van gangbare marketinginstrumenten, maar dat steeds de ethische code voor reclame dient te worden gerespecteerd, en dit onder controle van de jury voor eerlijke reclamepraktijken, bij wie elkeen die meent dat een reclamepraktijk van de Nationale Loterij strijdig zou zijn met de voormelde reclamecode, een klacht kan indienen. Overeenkomstig haar reclamecode kan de Nationale Loterij in haar marketingcampagnes dan ook absoluut geen personen opvoeren die minderjarig zijn of lijken te zijn en die deelnemen aan een loterijspel. Opnieuw verwijs ik ook naar eerdere antwoorden die ik op vragen over gokreclame heb gegeven.

Wat de Lottery Shop in Leuven betreft, verwijs ik vooreerst, voor de aard van Lottery Shops in het algemeen, naar het antwoord dat ik zonet heb gegeven. Het is juist dat de Nationale Loterij in 2022 ook in de hoofdstad van de provincie Vlaams-Brabant een Lottery Shop heeft geopend. Die is natuurlijk niet gericht op studenten en tieners, maar beoogt een dienstverlening aan te bieden, zoals hierboven wordt beschreven, aan de volwassen bevolking in de ruime regio rond Leuven.

04.03 **Tomas Roggeman (N-VA):** De Nationale Loterij richt zich nadrukkelijk tot jongeren en studenten in sommige van haar activiteiten. Dat zeg ik niet, maar dat zeggen ze zelf in de context van de opening van de Lottery Shop waarbij ze in hun eigen communicatie verwijzen naar de bedoeling om een jonger publiek te bereiken. Ik denk dat het duidelijk is dat de Nationale Loterij zich daarmee minstens in een grijze zone bevindt van wat wettelijk toegelaten is.

Ik wil u dus oproepen om daar een oogje in het zeil te houden.

L'incident est clos.

Het incident is gesloten.

La réunion publique de commission est levée à 10 h 48.

De openbare commissievergadering wordt gesloten om 10.48 uur.