

KONINKRIJK BELGIË

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

**9 FEBRUARI 2011 – KONINKLIJK BESLUIT TOT
VASTSTELLING VAN DE ETHISCHE CODE VOOR
DE TELECOMMUNICATIE**

VERSLAG AAN DE KONING

Sire,

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

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

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

Wat betreft de aanduiding van de nummerreeksen voor het aanbieden van betalende diensten ging het voorstel van de Ethische Commissie uit van de bepalingen van artikel 48, 50 en 71 van het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers, zoals gewijzigd door het koninklijk besluit van 24 maart 2009 (hierna ook het “KB Nummering” genoemd). Die artikelen duiden de dienstidentiteiten aan die bestemd zijn voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken.

ROYAUME DE BELGIQUE

**SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL
ÉCONOMIE, P.M.E., CLASSES
MOYENNES ET ÉNERGIE**

**9 FEVRIER 2011 – ARRETE ROYAL
ETABLISSANT LE CODE D'ETHIQUE POUR LES
TELECOMMUNICATIONS**

RAPPORT AU ROI

Sire,

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

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

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

En ce qui concerne la désignation des séries de numéros pour l'offre de services payants, la proposition de la Commission d'éthique se basait sur les dispositions des articles 48, 50 et 71 de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros, comme modifié par l'arrêté royal du 24 mars 2009 (également appelé ci-après l'« AR Numérotation ») Ces articles désignent les identités de service destinées à offrir des services payants via des réseaux de communications électroniques. Ces articles indiquent également (pour les numéros courts SMS et MMS, article 71

Tevens geven deze artikelen (voor de SMS en MMS korte nummers, artikel 71 gecombineerd met de artikelen 72 en 73) aan onder welke voorwaarden operatoren blokken van betaalnummers (of voor SMS of MMS korte nummers, in sommige gevallen, individuele nummers) kunnen aanvragen. De Ethische Code voor de telecommunicatie zorgt nu voor een verlengstuk van bovenvermelde regels naar de personen die betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken aanbieden. Deze personen (hierna verder ook "dienstenaanbieders" genoemd) krijgen uit de nummerblokken die de operatoren verkregen hebben van het BIPT één of meerdere betaalnummers toegewezen om de door hen (of eventuele derden) ontwikkelde betalende diensten aan te bieden via de elektronische-communicatienetwerken van de operatoren. Het van toepassing maken van de regels van het KB Nummering van 27 april 2007 op de dienstenaanbieders wordt in het onderhavige besluit gerealiseerd door artikel 19 en de bijlage.

Wat betreft de omschrijving van de voorwaarden waaronder de betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken (hierna ook "betalende diensten") aan de eindgebruikers kunnen aangeboden worden, is de Ethische Commissie bij het opmaken van haar voorstel in verschillende etappes tewerkgegaan. Als uitgangspunt voor haar voorstel heeft de Ethische Commissie de teksten van de in 2007 bestaande gedragscodes genomen, te weten, enerzijds, de Gedragscode betreffende het aanbod van bepaalde diensten via telecommunicatie, ondertekend door de belangrijkste operatoren van vaste telefonie in België, en, anderzijds, de GOF-richtlijnen voor SMS/MMS/LBS-diensten, opgesteld door de drie Belgische operatoren van openbare mobiele telefonie in het kader van het "GSM Operators' Forum". Vervolgens heeft de Ethische Commissie adviezen gekregen van de Ombudsdienst voor telecommunicatie, de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst Economie, K.M.O., Middenstand en Energie en de Raad voor het Verbruik, waarin de voornoemde gedragscodes werden geëvalueerd. De Ethische Commissie heeft ook over de

combiné aux articles 72 et 73) dans quelles conditions des opérateurs peuvent demander des blocs de numéros payants (ou pour des numéros courts SMS ou MMS, dans certains cas, des numéros individuels). Le Code d'éthique pour les télécommunications veille maintenant à étendre les règles susvisées aux personnes qui offrent des services payants via des réseaux de communications électroniques. Ces personnes (également appelées ci-après « prestataire de services ») se voient attribuer parmi les blocs de numéros que les opérateurs ont obtenu de l'IBPT un ou plusieurs numéros payants pour offrir les services payants qu'ils (ou des tiers éventuels) ont développés via les réseaux de communications électroniques des opérateurs. L'application des règles de l'AR Numérotation du 27 avril 2007 aux prestataires de services est réalisée dans le présent arrêté par l'article 19 et l'annexe.

La Commission d'éthique a procédé en plusieurs étapes lors de l'élaboration de sa proposition concernant la définition des conditions dans lesquelles les services payants via des réseaux de communications électroniques (ci-après également « services payants ») peuvent être fournis aux utilisateurs finals. La Commission d'éthique a pris comme point de départ pour sa proposition les textes des codes de conduite existant en 2007, à savoir, d'une part, le Code de conduite relatif à l'offre de certains services par le biais de télécommunications, signé par les principaux opérateurs de téléphonie fixe en Belgique et, d'autre part, les directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS, établies par les trois opérateurs belges de téléphonie publique mobile dans le cadre du « GSM Operators' Forum ». Ensuite, la Commission d'éthique a reçu des avis du Service de médiation pour les télécommunications, de la Direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie ainsi que du Conseil de la Consommation, évaluant les codes de conduite précités. La Commission d'éthique a également effectué des recherches au-delà des frontières et s'est inspirée de dispositions ponctuelles de quelques codes

grenzen heen gekeken en punctuele bepalingen van enkele buitenlandse gedragscodes (voornamelijk de Code of Practice van de Ierse “premium rate regulator” RegTel en in mindere mate de gedragscodes toepasselijk in het Verenigd Koninkrijk, Zweden, Frankrijk en Nederland) genomen als inspiratiebron. Tot slot werden er aan de auteurs van de Belgische Gedragscodes ook specifieke, gerichte schriftelijke vragen gesteld over sommige bepalingen van die codes.

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

- het gebrek aan transparantie over de toepasselijke eindgebruikerstarieven;
- het ongevraagd ontvangen van (vaak) betalende SMS of MMS berichten;
- allerhande klachten over de ethiek van sommige diensten (betalende diensten die wetsontduiking aanmoedigen, onaanvaardbare ‘hoax’-diensten, het onvoldoende ter harte nemen van klachten van eindgebruikers door een klantendienst, enzovoort).

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

de conduites étrangers (principalement le Code of Practice du « premium rate regulator » irlandais RegTel et dans une moindre mesure les codes de conduite applicables au Royaume-Uni, en Suède, en France et aux Pays-Bas). Enfin, des questions écrites spécifiques et ciblées sur certaines dispositions des Codes de conduite belges ont également été posées à leurs auteurs.

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

- le manque de transparence concernant les tarifs utilisateur final applicables;
- la réception non sollicitée de messages SMS ou MMS (souvent) payants;
- toutes sortes de plaintes se rapportant à l'éthique de certains services (services payants encourageant des contournements de la loi, services 'hoax' inacceptables, le fait qu'un service clientèle ne prenne pas les plaintes suffisamment à cœur, etc.).

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

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

- de verplichting voor de dienstenaanbieder een kwaliteitsvolle klantendienst in te stellen via een niet-betalnummer (art. 15);
- meer transparantie over de algemene voorwaarden, de onderschreven gedragscodes en de mogelijkheden van geschillenbeslechting (art. 14, 16 en 17);
- de uitbreiding van de procedure van dubbele bevestiging tot alarmdiensten (art. 32, §2);
- meer transparantie over en een duidelijkere procedure voor het bestellen van betalende diensten via SMS of MMS, waarbij er voor de volledige afname van de dienst twee of meer SMS'en of MMS'en door de eindgebruiker moeten ontvangen worden (art. 32, §3 en 33);
- de expliciete verplichting om bij een uitschrijving ieder gebruik van persoonsgegevens stop te zetten (art. 42);
- scherpere regels voor betalende diensten bestemd voor minderjarigen (art. 53, 55 en 56);
- meer transparantie over en een duidelijkere procedure voor het toetreden tot een spelsessie, waarbij er meerdere antwoorden via meerdere (betalende) SMS'en of MMS'en moeten gegeven worden (art. 61 en 62) en de instelling van de regel dat er in een dergelijke spelsessie een strikt 'vraag-antwoord' schema moet gevolgd worden (art. 63);
- een afdwingbare regeling over de maximale kostprijs van een spelsessie (art. 65);
- waarschuwingsberichten bij het spenderen van € 10 per maand voor bepaalde diensten (art. 66, 83, 85 en 94);

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

- l'obligation pour le prestataire de services de constituer un service clientèle de qualité via un numéro non payant (art. 15) ;
- plus de transparence sur les conditions générales, les codes de conduite souscrits et les possibilités de traitement des litiges (art. 14, 16 et 17);
- l'extension de la procédure de double confirmation aux services d'alerte (art. 32, §2);
- plus de transparence et une procédure plus claire pour la commande de services payants via SMS ou MMS, pour lesquels l'utilisateur final doit recevoir deux ou plusieurs SMS ou MMS pour l'achat complet du service (art. 32, § 3 et 33);
- l'obligation explicite d'arrêter toute utilisation de données à caractère personnel en cas de désinscription (art. 42);
- des règles plus sévères pour les services payants destinés aux mineurs d'âge (art. 53, 55 et 56);
- plus de transparence et une procédure plus claire pour l'accès à une séance de jeu, nécessitant l'envoi de plusieurs réponses via plusieurs messages SMS ou MMS (payants) (art. 61 et 62) et l'instauration de la règle que pour une séance de jeu de ce type, un schéma strict de 'question-réponse' doit être suivi (art. 63);
- un régime obligatoire sur le coût maximum d'une session de jeu (art. 65);
- des messages d'avertissement lorsqu'un montant de € 10 par mois est atteint pour certains services (art. 66, 83, 85 et 94);

- de uitdrukkelijke verplichting voor de organisatoren van alle spelletjes, wedstrijden en quizen om de prijzen uit te betalen binnen 30 dagen na de afsluiting van het spel, de wedstrijd of de quiz (art. 70);
- de uitdrukkelijke koppeling van fundraising via betaalnummers aan de nodige erkenningen en/of vergunningen (art. 72);
- de invoering van een registratie en een uitschrijvingsprocedure voor een chatdienst (art. 89-90 en art. 97);
- het verbod om berichten komende van de chatdienst betalend te maken bij ontvangst door de eindgebruiker (art. 91).
- l'obligation formelle pour les organisateurs de tous les jeux, concours et quiz de payer les prix dans les 30 jours qui suivent la clôture du jeu, du concours ou du quiz (art. 70);
- la liaison formelle de collecte de fonds via des numéros payants aux agrégations et/ou autorisations nécessaires (art. 72);
- l'introduction d'un enregistrement et d'une procédure de désinscription pour un service de chat (art. 89-90 et art. 97);
- l'interdiction de faire payer à la réception par l'utilisateur final les messages provenant du service de chat (art. 91).

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

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

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

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

Voordelen van het werken met een reglementaire Ethische Code zijn onder meer dat de toepasselijkheid van dezelfde regels op alle actoren, die aan de hand van Belgische betaalnummers betalende diensten via elektronische-

Travailler avec un Code d'éthique réglementaire présente entre autres comme avantage que l'applicabilité des mêmes règles à tous les acteurs qui offrent des services payants via des réseaux de communications électroniques à l'aide de

communicatienetwerken aanbieden, gegarandeerd is en dat overwegingen van algemeen belang (en in het bijzonder consumentenbescherming) hierin het best tot uitdrukking komen.

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

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

Artikelsgewijze bespreking

Artikel 1 geeft enkele definities die nodig zijn voor een goed begrip van dit besluit. De meeste van deze definities werden afgeleid uit bestaande wettelijke of reglementaire bepalingen, zoals de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (bv. artikel 1, 3°, definitie van reclame), het koninklijk besluit van 27 april 2007 betreffende het beheer van de nationale

numéros payants belges est garantie et que des considérations d'intérêt général (et en particulier la protection des consommateurs) sont ainsi exprimées le mieux possible.

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

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

Commentaire article par article

L'article 1^{er} donne quelques définitions nécessaires à une bonne compréhension du présent arrêté. La plupart de ces définitions étaient issues de dispositions légales ou réglementaires existantes, comme la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (ex. article 1^{er}, 3°, définition de publicité), l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation

nummeringsruimte en de toekenning en intrekking van gebruiksrechten voor nummers (bv. artikel 1, 4° en 5°, de definities van 'dienstidentiteit' en 'prefix') en werden aangepast om ze toe te passen in de specifieke context van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken.

Artikel 1, 6° voert het nieuwe begrip "betalende berichtendienst" in. Het begrip viseert een transactie met een betaalnummer, waarbij de eindgebruiker na een inschrijving, twee of meer SMS'en of MMS'en moet ontvangen om de volledige dienst af te nemen. Een dergelijke transactie kan ertoe leiden dat de tariefmaxima die gedefinieerd zijn in artikel 71 van het KB Nummering (en die, volgens dat besluit, maximaal over één verstuurd en één ontvangen SMS of MMS kunnen verdeeld worden) overschreden worden. Dit besluit laat de mogelijkheid open om een dergelijke in de praktijk vaak voorkomende verkoopspraktijk voort te zetten, op voorwaarde dat de eindgebruiker zich hiervoor inschrijft en er aan de eindgebruiker na de inschrijving en vóór de eigenlijke uitvoering van de dienst bijkomende informatie in verband met de prijs en de belangrijkste voorwaarden van de betalende dienst worden geboden (zie verder Hoofdstuk 7). Het criterium voor wat een betalende berichtendienst uitmaakt en wat niet is dus het aantal SMS'en of MMS'en dat ontvangen moet worden om te kunnen genieten van de betalende dienst. Het stemmen voor een kandidaat die deelneemt aan een wedstrijd uitgezonden op tv ("voting", bv. Eurosong) of een donatie via SMS (bv. actie "Kom op tegen Kanker") gebeurt gewoonlijk via één SMS (eventueel gevolgd door een bevestigings-SMS). Dergelijke diensten maken dus geen betalende berichtendienst uit. Een voorbeeld van een dienst die wel een betalende berichtendienst uitmaakt is de aanschaf van een ringtone door middel van het ontvangen van bijvoorbeeld drie betalende SMS'en. De deelname aan een wedstrijd of quiz via een betalend SMS of MMS kort nummer, waarbij men bv. antwoorden moet geven op drie vragen, vooraleer men in aanmerking komt voor het winnen van een prijs valt niet onder het begrip 'betalende berichtendienst', omdat een dergelijke dienst een patroon van vraag en antwoord volgt en er dus

national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros (ex. les articles 1^{er}, 4° et 5°, les définitions d'"identité de service" et de 'préfixe') et ont été adaptées afin de les appliquer dans le contexte spécifique des services payants via des réseaux de communications électroniques.

L'article 1^{er}, 6° introduit la nouvelle notion de « service de messagerie payant ». Le concept vise une transaction avec un numéro payant, pour lequel l'utilisateur final doit recevoir deux ou plusieurs SMS ou MMS après la souscription pour acheter le service complet. Une telle transaction peut entraîner le dépassement des tarifs maximums définis à l'article 71 de l'AR Numérotation (et qui, selon cet arrêté, peuvent être répartis au maximum entre un SMS ou MMS envoyé et un SMS ou MMS reçu). Le présent arrêté laisse la possibilité ouverte de poursuivre cette pratique de vente survenant fréquemment dans la pratique, à condition que l'utilisateur final y souscrive et que des informations supplémentaires sur le prix et les principales conditions du service payant soient fournies à l'utilisateur final après la souscription et avant la fourniture proprement dite du service (voir plus loin Chapitre 7). Le critère déterminant ce qui constitue ou non un service de messagerie payant est donc le nombre de SMS et/ou de MMS devant être reçus pour pouvoir bénéficier du service payant à part entière. Le vote pour un candidat qui participe à un concours diffusé à la TV (« vote », ex. concours Eurovision) ou un don par SMS (ex. don dans le cadre de la lutte contre le cancer) se fait généralement via un SMS (éventuellement suivi par un SMS de confirmation). Ces services ne constituent donc pas un service de messagerie payant. Un exemple d'un service qui constitue effectivement un service de messagerie payant est l'achat d'une sonnerie en recevant par exemple trois SMS payants. La participation à un concours ou un quiz via un numéro court SMS ou MMS payant, où il faut par exemple répondre à trois questions, avant d'entrer en considération pour remporter un prix, ne relève pas de la notion de 'service de messagerie payant' étant donné qu'un tel service suit un schéma de question-réponse et que, consécutivement à la demande du client, il n'y a pas d'envoi de deux ou plusieurs SMS

volgens op de aanvraag van de klant geen twee of meer SMS'en of MMS'en van de dienstenaanbieder volgen. Een chatdienst is om analoge redenen evenmin een betalende berichtendienst.

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

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

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

ou MMS par le prestataire de services. Pour des raisons analogues, un service de chat n'est pas non plus un service de messagerie payant.

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

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

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

SMS/MMS/LBS-diensten.

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

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

Artikel 1 geeft geen definitie van een “betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk” (of kortweg: “betalende dienst”) of van de personen die dit besluit hoofdzakelijk in acht moeten nemen, omdat de Raad van State in zijn advies 42.279/4 van 5 maart 2007 voorafgaand aan het koninklijk besluit van 1 april 2007 betreffende de procedure voor en de praktische regels in verband met de werking van de Ethische Commissie voor het aanbieden van betalende diensten via elektronische-communicatienetwerken

directives GOF pour les services SMS/MMS/LBS.

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

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

L'article 1^{er} ne donne pas de définition d'un « service payant via un réseau de communications électroniques » (ou en abrégé: « service payant ») ou des personnes qui doivent surtout tenir compte du présent arrêté, car le Conseil d'Etat a stipulé dans son avis 42.279/4 du 5 mars 2007 préalablement à l'arrêté royal du 1^{er} avril 2007 relatif à la procédure et aux règles pratiques relatives au fonctionnement de la Commission d'éthique pour la fourniture de services payants via des réseaux de communications

(hierna ook genoemd het “KB procedure voor de Ethische Commissie”) het volgende stelde met betrekking tot de definities opgenomen in het ontwerpbesluit dat eraan voor advies werd voorgelegd:

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

Zo een werkwijze kan niet worden aanvaard.

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

[...].

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

Artikel 1 van het ontwerp dient te vervallen.”

In een ontwerp van wijzigingsbesluit, dat spoedig na het huidige besluit ter ondertekening zal worden voorgelegd, wordt artikel 1 van het “KB procedure voor de Ethische Commissie” van 1 april 2007 dan ook volledig geschrapt. Toch zijn de practici niet verstoken van een definitie van een betalende dienst. Artikel 1, 15°, van het KB Nummering definieert een betalende dienst via een elektronische-communicatienetwerk immers als volgt: “dienst die via apparatuur aangesloten op

électroniques (également appelé ci-après l’« AR procédure pour la Commission d’éthique ») ce qui suit concernant les définitions reprises dans le projet d’arrêté qui lui avait été soumis pour avis:

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

Un tel procédé ne peut être admis.

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

[...].

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

L’article 1er du projet sera omis. »

L’article 1er de « l’AR procédure pour la Commission d’éthique » du 1er avril 2007 est par conséquent entièrement supprimé dans un projet d’arrêté modificatif qui sera soumis à la signature promptement après le présent arrêté. Pourtant, les praticiens ne sont pas dépourvus d’une définition de service payant. L’article 1er, 15°, de l’AR Numérotation définit en effet un service payant via un réseau de communications électroniques comme suit : « service qui via des appareils reliés à un réseau de

een elektronisch-communicatienetwerk de oproeper de mogelijkheid biedt informatie te verkrijgen, informatie terug te sturen, in contact te treden met andere gebruikers van de informatiedienst, toegang te krijgen tot spelletjes of andere voordelen of betalingen uit te voeren voor producten of diensten die worden geleverd tijdens de oproep of als direct gevolg hiervan, tegen betaling van een vergoeding hoger dan het normale eindgebruikerstarief voor een oproep naar een standaard geografisch of mobiel nummer". Gelet op de intrinsieke band tussen nummers en diensten in het KB nummering en de mogelijkheid die het KB Nummering geeft om nummercapaciteit die toegewezen is aan een operator verder toe te wijzen aan achterliggende personen (zie artikel 19 KB Nummering) is de persoon aan wie een betaalnummer uiteindelijk (eventueel in cascade via tussenliggende partijen) wordt toegewezen om een betalende dienst op te zetten in principe de dienstenaanbieder.

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

Artikel 3 is een eerste artikel dat gebaseerd is op de uitbreiding van het toepassingsgebied van de Ethische Code tot de operatoren, wat betreft de medewerking aan het onderzoek naar een vermoedelijke inbreuk op de Ethische Code en wat betreft de uitvoering van de beslissingen van de Ethische Commissie (zie artikel 30 van de wet van 18 mei 2009 houdende diverse bepalingen inzake elektronische communicatie). De gegevens die krachtens artikel 3, 1°, 4° en 5°, verzameld moeten worden, moeten betrekking hebben op de persoon of personen die, in de keten van partijen die actief zijn achter een betaalnummer toegewezen aan een operator, een betalende dienst uitbaten. Een voorbeeld van personen bedoeld in artikel 3, 3°, zijn de personen die een loutere transportfunctie vervullen tussen de betalende dienst en het elektronische-communicatienetwerk (bv. een pure "connectivity provider", zijnde een bedrijf dat verbonden is met het SMSC/MMSC van een operator met het oog op de mogelijkheid van sortering van de SMS'en/MMS'en tussen de dienstenaanbieder, de operator en de eindgebruiker). De verplichting van artikel

communications électroniques offre la possibilité à l'appelant d'obtenir des informations, de renvoyer des informations, d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs du service d'informations, d'accéder à des jeux ou autres avantages ou d'effectuer des paiements pour des produits ou services offerts pendant l'appel ou en conséquence directe de celui-ci, moyennant le paiement d'une indemnité supérieure au tarif utilisateur final normal pour un appel vers un numéro géographique standard ou un numéro mobile ». Vu le lien intrinsèque qui existe entre les numéros et les services dans l'AR numérotation et la possibilité donnée par l'AR Numérotation d'attribuer la capacité de numérotation attribuée à un opérateur à des personnes sous-jacentes (voir article 19 AR Numérotation), la personne à qui un numéro payant est finalement attribué pour établir un service payant est en principe le prestataire de services.

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

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

3 is bedoeld om de Ethische Commissie of haar secretariaat in staat te stellen om bij een klacht of een vermoeden van inbreuk snel en efficiënt terecht te kunnen komen bij de daadwerkelijk verantwoordelijke persoon en bij basisinformatie over hem en zijn dienst. Artikel 3 belet niet dat de operatoren of een bepaalde groep van hen een internetsite of een andere toepassing maken, waarop de gevraagde gegevens vermeld zijn en waartoe de Ethische Commissie en haar secretariaat permanent toegang krijgen.

Artikel 4 vereist dat men ook als dienstenaanbieder al een minimum aan informatie moet bezitten wanneer men een betaalnummer in gebruik neemt of een betalende dienst promoot. Voor de toepassing van artikel 4 wordt onderstreept dat enkel de beweringen die de ambitie hebben "feitelijk" te zijn door bewijselementen gestaafd moeten worden. Voorbeelden van dergelijke feitelijke beweringen zijn beurskoersen, weerberichten. De vereiste tot staving houdt in dat als men een feitelijk element wil verwerken in een betalende dienst, men daarvoor de bron moet kunnen voorleggen, die men gebruikt. De beweringen van waarzeggers of lottovoorspellingen, voor zover toegelaten, zijn geen feitelijke beweringen.

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

Artikel 6 is een algemene bepaling die men terugvindt in zowat alle gedragscodes

efficacement la personne véritablement responsable ainsi que les informations de base sur elle et son service. L'article 3 n'empêche pas les opérateurs ou un groupe donné de ceux-ci de créer un site Internet ou une autre application, mentionnant les données demandées et auxquels la Commission d'éthique et son secrétariat puissent accéder en permanence.

L'article 4 requiert qu'en tant que prestataire de services, l'on doive également déjà disposer d'un minimum d'informations lorsqu'on met en service un numéro payant ou que l'on fait la promotion d'un service payant. Pour l'application de l'article 4, il est souligné que seules les affirmations qui ont l'ambition d'être « factuelles » doivent être étayées par des preuves. Ces affirmations factuelles peuvent être illustrées par des cours boursiers, des bulletins météorologiques. L'exigence de preuves implique que si l'on veut intégrer un élément factuel dans un service payant, il faut pouvoir produire la source que l'on utilise. Les affirmations des voyants ou les pronostics de lotto, pour autant qu'ils soient autorisés, ne sont pas des affirmations factuelles.

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

L'article 6 est une disposition générale que l'on retrouve dans pratiquement tous les

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

- de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij ;
- de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de werking van persoonsgegevens;
- wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming.

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

Het wordt overigens opgemerkt dat in het advies nr. 47.321/2 van de Raad van State van 16 november 2009 de afdeling (advies waar de Raad van State in zijn huidig advies naar verwijst; zie voetnoot 4, p.6 van het advies), gesteld wordt dat de precieze draagwijdte van het arrest *Zolotoukhine t. Rusland* niet erg duidelijk

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

- la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;
- la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel;
- la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

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

Il est du reste souligné que l'avis n° 47.321/2 du Conseil d'Etat du 16 novembre 2009 (avis auquel le Conseil d'Etat fait référence dans son présent avis; voir note de bas de page 4, p.6 de l'avis) stipule que la portée précise de l'arrêt *Zolotoukhine c. Russie* n'est pas vraiment claire et que ce n'est pas au Conseil d'Etat de prédire une

is en dat het niet aan de Raad van State toekomt om een eventuele aanpassing van de rechtspraak van het EHRM te voorspellen. (Doc. Parl., Parl. Wall., 2009-2010 n°117/1 p. 56) In hetzelfde advies stelt de Raad van State dat de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof in ieder geval minder ver gaat. Volgens de rechtspraak van het Grondwettelijk Hof wordt het principe non bis in idem niet geschonden wanneer de essentiële bestanddelen van de beide strafbare feiten niet identiek zijn en geldt zulks ook wanneer het morele element van de beide strafbaarstellingen verschilt. (Grond. Hof, 18.06.2008, 91/2008, p. 12). Welnu, de situaties waarin de dienst aanbieder daadwerkelijk het moreel opzet had om de strafwet te overtreden, worden zeldzaam geacht. In die zin zal er in het licht van bovenstaande rechtspraak dan ook geen wezenlijk probleem van “non bis in idem” optreden.

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

Wat betreft het verfijnen van een strafrechtelijk gesanctioneerde wetsbepaling, kan overigens niet ingezien worden wat het probleem is in het licht van het principe “*non bis in idem*”, aangezien er op het gebied waar de verfijning wordt aangebracht geen mogelijk conflict is met een strafrechtelijk gesanctioneerde regel. De constitutieve elementen van de strafbepaling komen in die gevallen immers niet overeen met de constitutieve elementen van de inbreuk op de Ethische Code.

Bovendien geldt bijna bij alle “verfijningen” of “parafaseringen” opgenomen in de

adaptation éventuelle de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l’homme. (Doc. Parl., Parl. Wall., 2009-2010 n°117/1 p. 56). Dans le même avis, le Conseil d’Etat déclare que la jurisprudence de la Cour constitutionnelle ne va en tout cas pas aussi loin. Selon la jurisprudence de la Cour constitutionnelle, le principe non bis in idem n’est pas violé lorsque les éléments essentiels des deux infractions ne sont pas identiques et il en est également ainsi lorsque l’élément moral des deux incriminations diffère. (Cour const., 18.06.2008, 91/2008, p. 12). Or, les situations où le prestataire de services avait réellement l’intention morale d’enfreindre la loi pénale sont rarement prises en considération. Dans ce sens, à la lumière de la jurisprudence ci-dessus, il ne se produira par conséquent pas de problème substantiel de “non bis in idem”.

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

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

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

En outre, ce n’est qu’à titre exceptionnel que tous les « affinements » ou les

Ethische Code dat zij slechts heel uitzonderlijk zullen samenvallen met situaties waarbij ook aan alle constitutieve elementen van de strafrechtelijke bepaling voldaan is. Men mag immers niet vergeten dat er voor het vaststellen van een inbreuk op de Ethische Code geen opzet of kwade trouw vereist is, in tegenstelling tot strafrechtelijk beteugelde artikelen waarvan de bepalingen van de Ethische Code een “verfijning” of “parafrasering” zouden zijn.

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

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

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

Artikel 11 heeft tot doel allerlei vormen van misleiding in het kader van betalende diensten uit te sluiten. In het kader van de redactie van artikel 11, 1°, is men ervan uitgegaan dat een weervoorspelling een voorspelling is op basis van

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

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

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

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

L'article 11 vise à exclure toutes sortes de formes d'abus dans le cadre des services payants. Dans le cadre de la rédaction de l'article 11, 1°, l'on est parti du principe que des prévisions météorologiques sont des prévisions basées sur une preuve

wetenschappelijk bewijs. De bedoeling van artikel 11, 1° is niet om zogenaamde horoscooplijnen te verbieden, wel om erover te waken dat men eerlijk spel speelt met de eindgebruikers door er bijvoorbeeld op te wijzen dat een horoscoopvoorspelling een vorm van amusement is of een vermelding dat indien een horoscoopvoorspelling uitkomt dit gebaseerd is op toeval.

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

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

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

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

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

scientifique. Le but de l'article 11, 1°, n'est pas d'interdire ce que l'on appelle les lignes d'horoscope mais bien de veiller à ce que l'on joue franc-jeu avec les utilisateurs finals en attirant par exemple l'attention sur le fait qu'une prévision horoscope est une forme d'amusement ou en indiquant que si une prévision horoscope s'avère exacte, ceci est dû au hasard.

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

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

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

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

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

bekwaam is zijn vragen of eventuele klachten te behandelen.

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

Het tweede lid van artikel 16 is ingesteld met het oog op de volledige informatie van de eindgebruiker. Er dient inderdaad vermeden te worden dat de verkeerde indruk wordt gegeven dat de rechten van de eindgebruiker enkel omschreven zijn in één of meerdere toepasselijke gedragscode(s). Daarom moet op dezelfde webpagina waar de gedragscode(s) wordt of worden gepubliceerd de tekst van het huidige besluit of een link naar het huidige besluit worden aangeboden, tezamen met duidelijke, correcte en ondubbelzinnige informatie over de officiële instanties bij wie een klacht neergelegd kan worden tegen het gebruik en/of de aanrekening van betaalnummers. Deze instanties zijn in de huidige stand van de wetgeving in ieder geval de Ethische Commissie voor de telecommunicatie, de Ombudsdienst voor telecommunicatie en voor consumentengeschillen de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst Economie, K.M.O, Middenstand en Energie.

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

Artikel 19 heeft, zoals hierboven reeds gesteld, te maken met één van de twee functies van de Ethische Code. Iedere betalende dienst moet immers aangeboden worden onder een nummer dat verenigbaar is met het gebruik van de nummerreeksen

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

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

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

L'article 19 est, comme déjà dit ci-dessus, lié à une des deux fonctions du Code d'éthique. Chaque service payant doit en effet être offert sous un numéro compatible avec l'utilisation des séries de numéros comprises dans le plan de numérotation

opgenomen in het Belgische nummerplan. Deze onderverdeling binnen de categorie van betaalnummers is geen doel op zich, maar is een middel om onder meer oproepblokkering (of “Call Barring”) op een correcte manier te kunnen laten plaatsvinden (zie hiervoor ook artikel 120 van “de Wet” en het ministerieel besluit van 12 december 2005). De bijlage maakt de principes van het KB Nummering toepasselijk op de dienstenaanbieders.

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

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

Met een oproep wordt niet alleen een spraakoproep naar een 090x-nummer bedoeld maar ook het inloggen op internet via een betaalnummer. Omdat een dienstenaanbieder niet weet met welke operator zijn klant belt, sms’t of surft, schrijft artikel 20 voor dat de dienstenaanbieder steeds het hoogste daadwerkelijk gehanteerde

belge. Cette classification dans la catégorie de numéros payants n’est pas une fin en soi, mais constitue un moyen pour permettre entre autres un blocage des appels (ou Call Barring”) de manière correcte (voir aussi à cet égard l’article 120 de « la Loi » et l’arrêté ministériel du 12 décembre 2005). L’annexe rend les principes de l’AR Numérotation applicables aux prestataires de services.

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

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

Par appel on entend non seulement un appel vocal vers un numéro 090x, mais également le log in sur Internet via un numéro payant. Etant donné qu’un prestataire de services ne sait pas avec quel opérateur, son client téléphone, envoie/reçoit des SMS ou surfe, l’article 20 stipule que le prestataire de services doit toujours indiquer le tarif utilisateur final le

eindgebruikerstarief in België dient te vermelden. Merk op dat de adverteerder dus niet noodzakelijk de maxima bedoeld in artikel 48, 50 en/of 71 van het KB Nummering moet vermelden, met name niet indien geen enkele operator in de feiten een tarief toepast dat overeenkomt met het maximum vastgelegd in de hierboven vermelde artikelen van het KB Nummering.

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

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

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

Artikel 21, 2°, viseert alarmdiensten, waarbij, na een inschrijving, op niet op voorhand gekende tijdstippen informatie aan de eindgebruiker wordt toegestuurd, waarvan de ontvangst meestal (maar niet noodzakelijk; vandaar het gebruik van “indien toepasselijk”) betalend is voor de abonnee. Omdat het KB Nummering het mogelijk maakt dat de inschrijvings-SMS

plus élevé réellement utilisé en Belgique. Il convient de noter que l'annonceur ne doit donc pas nécessairement indiquer les maximums visés aux articles 48, 50 et/ou 71 de l'AR Numérotation, à savoir pas si dans les faits, aucun opérateur n'applique un tarif qui correspond au maximum fixé dans les articles susmentionnés de l'AR Numérotation.

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

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

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

L'article 21, 2°, vise les services d'alerte, où suite à une souscription, des informations sont envoyées à l'utilisateur final à des moments non connus à l'avance, dont la réception est généralement (mais pas nécessairement d'où l'utilisation de « si d'application ») payante pour l'abonné. La publicité doit indiquer séparément le tarif utilisateur final du SMS ou MMS de

of -MMS een eindgebruikerstarief heeft dat hoger ligt dan het standaardtarief voor het verzenden van SMS'en of MMS'en, moet de reclame dit tarief apart vermelden.

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

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

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

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

souscription car l'AR Numérotation autorise que ce tarif utilisateur final soit supérieur au tarif standard pour l'envoi de SMS et de MMS.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Artikel 30 legt gelijkaardige regels op ten aanzien van alarmdiensten.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Vervolgens dient er steeds een bevestigingsbericht aan de eindgebruiker te worden verstuurd, dat een vast formaat heeft. Het formaat dat in het huidige besluit verankerd wordt, werd overgenomen uit de GOF-richtlijnen, update 1/2008, dat opgesteld werd door het GOF (vereniging van de drie mobiele operatoren in België) en het WASP Forum (vereniging van een aantal belangrijke zogenaamde "wireless access service providers", dit zijn bedrijven die verbonden zijn met de SMSC/MMSC-centrale van de (mobiele) operatoren met het oog op de mogelijkheid van sortering van SMS'en tussen het bedrijf dat de redactionele inhoud creëert, organiseert en commercialiseert, de operator en de eindgebruiker). Dit besluit verduidelijkt verder dat de tekst van het standaardbericht "aaneensluitend" moet worden weergegeven, wat wil zeggen dat de tekst van het bericht niet uit elkaar mag worden getrokken door spaties toe te voegen of andere methodes toe te passen

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

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

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

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

die ervoor zorgen dat bepaalde informatie over de abonnementsdienst, die normaliter op het scherm van de gsm van de eindgebruiker zou verschijnen, niet onmiddellijk verschijnt (bv. het invoeren van spaties vóór het deel van het standaardbericht over de abonnementsprijs, waardoor de eindgebruiker naar beneden moet scrollen om kennis te nemen van deze informatie).

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

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

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

De inschrijving op of de bestelling van alle betalende berichtendiensten, met inbegrip van abonnements- of alarmdiensten, wordt

apparaître sur l'écran du GSM de l'utilisateur final, n'apparaissent pas immédiatement (ex. l'introduction d'espaces pour la partie du message standard sur l'abonnement, obligeant ainsi l'utilisateur final à faire défiler son écran vers le bas pour prendre connaissance de cette information).

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

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

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

La souscription ou la commande de tous les services de messagerie payants, y compris les services d'abonnement ou d'alerte, est

bevestigd via één (of, indien nodig, meerdere) gratis SMS-bericht(en), die de informatie bevat(ten) die opgesomd wordt in artikel 33.

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

- informatie over de nummers waartussen berichten werden uitgewisseld,
- de “time stamp” van die berichten, en
- de inhoud van die berichten.

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

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

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

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

Artikel 37 met betrekking tot de bevestiging van de uitschrijving is een

confirmée via un (ou, si nécessaire, plusieurs) SMS gratuit(s) qui comprend (comprennent) les informations énumérées à l'article 33.

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

- des informations sur les numéros entre lesquels des messages ont été échangés,
- le « timestamp » de ces messages, et
- le contenu de ces messages.

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

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

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

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

L'article 37 relatif à la confirmation de la désinscription est la ‘disposition miroir’ de

spiegelbepaling van artikel 33 dat betrekking had op de bevestiging van de inschrijving.

l'article 33 qui portait sur la confirmation de la souscription.

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

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

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

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

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

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

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

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

Artikel 42 legt een link met de naleving van bepaalde principes van de privacywet. Het is vaste rechtspraak van de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer dat de telefoonnummers die door eindgebruikers worden gebruikt beschouwd worden als persoonsgegevens in de zin van de wet van 8 december 1992 tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer ten opzichte van de verwerking van persoonsgegevens. In toepassing van de bepalingen van artikel 42 is het bijvoorbeeld verboden om eindgebruikers, die zich ingeschreven hebben voor een

L'article 42 établit un lien avec le respect de certains principes de la loi sur la protection de la vie privée. La Commission pour la protection de la vie privée a établi comme jurisprudence constante que les numéros de téléphone utilisés par les utilisateurs finals sont considérés comme des données à caractère personnel au sens de la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée et à l'égard des traitements de données à caractère personnel. En application des dispositions de l'article 42, il est par exemple également interdit de contacter les utilisateurs finals,

bepaalde betalende berichtendienst, te contacteren om hen uit te nodigen om deel te nemen aan een andere betalende berichtendienst (zelfs niet door middel van een gratis SMS-bericht (een zogenaamde 'teasing-SMS')), indien zij niet uitdrukkelijk, voorafgaandelijk en op geïnformeerde wijze daarmee hebben ingestemd. Bij uitschrijving uit een dienst is deze praktijk totaal niet meer toegestaan.

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

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

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

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

Om de eindgebruiker duidelijk te maken dat er bij ontvangst van het bericht kosten aangerekend worden, vereist artikel 51 dat elk reverse charged SMS- of MMS-bericht

qui ont souscrit un service de messagerie payant défini pour les inviter à prendre part à un autre service de messagerie payant (même pas à l'aide d'un message SMS gratuit (un SMS appelé 'SMS incitatif')), s'ils n'ont pas donné leur consentement formel, préalable et informé. Cette pratique n'est plus du tout autorisée pour la désinscription à un service.

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

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

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

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

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

het korte nummer vermeldt dat aan de dienst gekoppeld is.

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

Afdeling 4 van hoofdstuk 10, bestaande uit de artikelen 57 tot en met 71, legt een reeks regels vast voor toepassingen die voornamelijk aangeboden worden in de media- en entertainmentsector (spelletjes, wedstrijden en quizen). Een deel van deze toepassingen is momenteel al gereguleerd op basis Hoofdstuk IV/2 van de wet van 7 mei 1999 op de kansspelen, de weddenschappen, de kansspelinrichtingen en de bescherming van de spelers. Om onzekerheid over het juiste toepasselijke stelsel te vermijden, bepaalt artikel 57 dat de verplichtingen van deze afdeling van het huidige besluit niet van toepassing zijn op de spelen bedoeld in Hoofdstuk IV/2 van de wet van 7 mei 1999. Een uitzondering betreft de verplichting van artikel 71 over de eventuele heruitzending, waaromtrent geen verwarring of onzekerheid mogelijk kan zijn omdat een soortgelijke regel niet opgenomen is in het betrokken Hoofdstuk van wet van 7 mei 1999. Een essentieel element in het kader van spelletjes, wedstrijden en quizen is in vele gevallen het reglement. Artikel 58 preciseert, naar analogie van artikel 14, dat dat reglement vrij en permanent raadpleegbaar moet zijn en dat een eindgebruiker gratis in het bezit dient gesteld te worden van het reglement op papier of op een andere duurzame

facturés à la réception du message.

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

La Section 4 du Chapitre 10, composée des articles 57 à 71, détermine une série de règles pour les applications principalement offertes dans les médias et le secteur du divertissement (jeux, concours et quiz). Une partie de ces applications est actuellement déjà régulée en se fondant sur le Chapitre IV/2 de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs. Afin d'éviter toute incertitude sur le régime correct d'application, l'article 57 stipule que les obligations de cette section du présent arrêté ne sont pas d'application aux jeux visés au Chapitre IV/2 de la loi du 7 mai 1999. Y fait toutefois exception, l'obligation de l'article 71 sur la retransmission éventuelle, au sujet de laquelle il ne peut pas y avoir de confusion ou d'incertitude car une règle similaire n'est pas comprise dans le Chapitre en question de la loi du 7 mai 1999. Dans beaucoup de cas, le règlement constitue un élément essentiel dans le cadre de jeux, concours et quiz. L'article 58 précise, par analogie avec l'article 14, que ce règlement doit pouvoir être consulté librement et en permanence et qu'un utilisateur final doit être mis gratuitement en possession du règlement sur papier ou sur un autre support durable

drager (dit laatste impliceert dat het reglement moet kunnen worden gedownload). De artikelen 61 tot en met 63 voeren een specifieke regeling in voor spelletjes, wedstrijden en quizzes, waarbij de eindgebruiker meer dan één maal een antwoord of een andere informatie moet versturen naar de dienstenaanbieder om uiteindelijk kans te maken op een prijs. De toegangsprocedure tot dergelijke spelletjes impliceert het verzenden van een sleutelwoord naar het SMS of MMS kort nummer dat voor de dienst gebruikt wordt (artikel 61). De toegang tot spelletjes, wedstrijden en quizzes in de zin van deze artikelen is dus niet onderworpen aan een inschrijving, waardoor deze diensten ook niet aangeboden moeten worden onder SMS of MMS korte nummers uit de 9XXX-reeks. Wel moet er, naar analogie met de regeling voor de betalende berichtendiensten tussen de verzending van het sleutelwoord en het stellen van de eerste vraag een bevestigingsbericht gestuurd worden (artikel 62). Artikel 63 tot slot bouwt het fundamentele beginsel in dat er pas een nieuwe vraag gesteld mag worden als er een antwoord gegeven is op de vorige vraag (dit staat ook gekend als het principe: “1 SMS-MO = 1 SMS-MT”, waarbij “MO” staat voor “Mobile Originated”, d.w.z. vertrekkende van de mobiele telefoon van de eindgebruiker en “MT” staat voor “Mobile Terminated”, d.w.z. ontvangen door een mobiele telefoon). Het waarschuwingsmechanisme ingebouwd in artikel 66 is geïnspireerd op soortgelijke mechanismen die ingebouwd zijn in de Ierse Code of Practice van Regtel. Het mechanisme heeft onder meer ook tot doel om de strijd aan te binden tegen spelverslaving, of althans de aandacht te vestigen op de financiële implicaties van overdadig spelen.

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

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

(ce dernier implique que le règlement doit pouvoir être téléchargé). Les articles 61 à 63 introduisent un règlement spécifique pour les jeux, concours ou quiz, suivant lequel l'utilisateur final doit envoyer plus d'une fois une réponse ou une autre information au prestataire de service pour avoir une chance de remporter un prix. La procédure d'accès à ce type de jeux implique l'envoi d'un mot-clé au numéro court SMS ou MMS utilisé pour le service (article 61). L'accès à des jeux, concours et quiz au sens de ces articles n'est donc pas soumis à une souscription et ces services ne doivent par conséquent pas être fournis sous des numéros courts SMS ou MMS de la série 9XXX. Toutefois, par analogie au règlement pour les services de messagerie payants, un message de confirmation doit être envoyé entre l'envoi du mot-clé et la première question posée (article 62). L'article 63 enfin introduit le principe fondamental qu'une nouvelle question ne peut être posée que si une réponse a été donnée à la question précédente (ce qui est déjà connu comme le principe: « 1 SMS-MO = 1 SMS-MT », où « MO » signifie « Mobile Originated », c.-à-d. au départ du téléphone mobile de l'utilisateur final et « MT » signifie « Mobile Terminated », c.-à-d. reçu par un téléphone mobile). Le mécanisme d'avertissement inséré à l'article 66 s'inspire de mécanismes similaires qui sont intégrés dans le Code of Practice irlandais de Regtel. Le mécanisme vise entre autres à embrasser la lutte contre la dépendance au jeu, ou tout au moins à attirer l'attention sur les implications financières liées au fait de jouer de manière excessive.

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

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

een betaalnummer mogelijk te maken.

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

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

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

Artikel 73 wenst de nodige transparantie te creëren door te vereisen dat de reclame, naast de vermelding van de totaalprijs van de oproep, overeenkomstig de algemene regels vastgelegd in Hoofdstuk 6, ook het

don effectué via un numéro payant.

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

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

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

L'article 73 vise à créer la transparence nécessaire en exigeant que la publicité indique, outre la mention du prix total de l'appel, conformément aux règles générales définies au Chapitre 6, également la partie

deel van de totaalprijs vermeldt dat aan het goede (of andere) doel wordt overgemaakt.

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

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

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

Artikel 77, 2°, heeft in wezen dezelfde finaliteit. Hoewel er in het kader van ontmoetingsdiensten niet noodzakelijk een gesprek van seksuele of erotische aard

du prix total indiquée qui est transférée pour l'objectif charitable (ou un autre objectif).

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

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

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

Dans le fond, l'article 77, 2°, poursuit la même finalité. Bien qu'une conversation de nature sexuelle ou érotique n'ait pas nécessairement lieu dans le cadre des

plaatsvindt, is het, naar analogie van artikel 4 van de wet van 9 maart 1993 ertoe strekkende de exploitatie van huwelijksbureaus te regelen en te controleren, niet gepast dat minderjarigen een beroep doen op dergelijke diensten.

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

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

Een derde en laatste laag is de verplichting voor de persoon die de betrokken dienst aanbiedt om gratis een waarschuwingsboodschap af te spelen of te tonen, die duidelijk maakt dat de eindgebruiker op het punt staat een voor meerderjarigen bestemde betalende dienst te raadplegen. De nadere regels voor de waarschuwingsboodschap, bedoeld in artikel 81, zijn gelijkaardig aan die van de tariefboodschap van artikel 50, § 2, van het KB Nummering, met dien verstande dat de waarschuwingsboodschap bedoeld in dit artikel ook gegeven moet worden wanneer het hoogst mogelijke eindgebruikerstarief van toepassing op de oproep beneden de drempel ligt van 1 euro per minuut of 1 euro per oproep. Het laatste lid van artikel 81 is ingevoerd omdat het in sommige

services de rencontre, il n'est, par analogie à l'article 4 de la loi du 9 mars 1993 tendant à réglementer et à contrôler les activités des entreprises de courtage matrimonial, pas approprié que des mineurs d'âge fassent appel à ce type de services.

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

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

Une troisième et dernière couche est l'obligation pour la personne qui offre le service concerné de faire jouer ou de montrer gratuitement un message d'avertissement, qui établit clairement que l'utilisateur final est sur le point de consulter un service payant destiné aux majeurs. Les modalités du message d'avertissement visées à l'article 81 sont similaires à celles du message tarifaire prévu à l'article 50, § 2 de l'AR Numérotation, étant entendu que le message d'avertissement visé dans cet article doit également apparaître lorsque le tarif utilisateur final le plus élevé possible d'application à l'appel se situe en dessous du seuil de 1 euro par minute ou de 1 euro par appel. Le dernier alinéa de l'article 81 est introduit car dans certains cas, il n'est

gevallen technisch niet mogelijk is om de waarschuwingsboodschap te laten horen of te laten bevestigen in een gedeelte van de communicatie dat niet betalend is. Dit was op het ogenblik van het aannemen van dit besluit het geval voor dataoproepen (bv. videotelefonie). Het wordt ook erkend dat het technisch niet mogelijk is om een gratis waarschuwingsbericht te sturen via SMS zonder dat de klant eerst het initiatief genomen heeft om een SMS te sturen naar het nummer uit de 7XXX-reeks, dat hem dan in voorkomend geval gefactureerd wordt.

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

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

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

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

Afdeling 9 van Hoofdstuk 10, gaande van

techniquement pas possible de faire écouter ou confirmer le message d'avertissement dans une partie de la communication qui n'est pas payante. Tel était le cas pour les appels de données (ex. vidéotéléphonie) au moment de l'adoption du présent arrêté. Il est également reconnu qu'il est techniquement impossible d'envoyer un message d'avertissement gratuit par SMS sans que le client n'ait d'abord pris l'initiative d'envoyer un SMS au numéro de la série 7XXX, qui lui est le cas échéant facturé.

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

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

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

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

La section 9 du Chapitre 10, allant de l'

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

De kanalen via dewelke de regels van aanvaardbaar gebruik volgens artikel 86 kenbaar gemaakt moeten worden aan de eindgebruikers zijn dezelfde als diegene die hierboven besproken werden onder artikel 14. Artikel 87 maakt duidelijk dat, indien een chatdienst de bedoeling heeft om zich niet specifiek tot een volwassenenpubliek te richten, de chatdienst sluitende regels moet hebben die gesprekken of berichten die vallen onder afdeling 7, verbieden. Artikel 88 legt de adverteerders van een chatdienst op om, bovenop de informatie bedoeld in Hoofdstuk 6 (en desgevallend andere hoofdstukken), bijkomende informatie in verband met de chatdienst te vermelden.

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

Ook wordt het mechanisme van de reversed charging niet toegestaan in verband met een chatdienst (zie artikel 91). De reden hiervoor is dat een chatter geen controle heeft over de berichten die hem toegezonden worden. Er zijn voorbeelden

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

Les canaux par le biais desquels les règles d'utilisation acceptable conformément à l'article 86 doivent être communiquées aux utilisateurs finals sont les mêmes que ceux qui ont été examinés ci-dessus à l'article 14. L'article précise que si un service de chat n'a pas l'intention de s'adresser spécifiquement à un public d'adultes, le service de chat doit avoir des règles cohérentes qui interdisent les conversations ou les messages relevant de la section 7. L'article 88 impose aux annonceurs du service de chat d'indiquer, en plus des informations visées au Chapitre 6 (et le cas échéant d'autres chapitres), des informations complémentaires concernant le service de chat.

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

Le mécanisme d'imputation à l'arrivée n'est pas non plus autorisé par rapport à un service de chat (voir article 91). Cela s'explique par le fait qu'un chatter n'exerce aucun contrôle sur les messages qui lui sont envoyés. Il y a des exemples de

van klachten waarin het krediet van een herlaadkaart van een chatter verschillende malen achter elkaar uitgeput werd, omdat de chatter 's nachts (tijdens het slapen) verschillende berichten, waaronder ook betalende 'teasing SMS'en waar hij niet om gevraagd had, ontving via een betalende chatdienst, die gebruikmaakt van reverse charged SMS'en.

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

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

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

Afdeling 10 van Hoofdstuk 10, bestaande uit de artikelen 98 tot en met 100, reguleert wat in het vakjargon "Location Based Services" (of LBS) genoemd wordt. Concreet gaat het hier om toepassingen

plaintes où le crédit d'une carte de rechargement d'un chatter a été épuisé plusieurs fois de suite, car le chatter recevait pendant la nuit (alors qu'il dormait), via un service de chat payant, utilisant des SMS taxés à l'arrivée, plusieurs messages dont également des 'SMS incitatifs' qu'il n'avait pas demandés.

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

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

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

La section 10 du Chapitre 10, composée des articles 98 à 100, régule ce que l'on qualifie de « Location Based Services » (ou LBS) dans le jargon spécialisé. Ici, il s'agit concrètement d'applications où un

waarbij een eindgebruiker tegen betaling via een betaalnummer bijvoorbeeld de locatie van een restaurant kan opvragen in de buurt van de plaats waar hij zich (met zijn gsm) bevindt of nog op zijn gsm een wegbeschrijving kan verkrijgen naar een bepaalde plaats, vertrekkende van de plaats waar hij zich op het ogenblik van zijn aanvraag bevindt.

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

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

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

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

Voor het eigenlijke verkrijgen van de toestemming moeten de voorwaarden van artikel 122, §3, van de Wet nageleefd worden door de dienstenaanbieder (die dus handelt "in opdracht van de operator"

utilisateur final peut contre paiement via un numéro payant par exemple demander la localisation d'un restaurant situé dans les environs de l'endroit où il se trouve (avec son GSM) ou peut recevoir encore sur son GSM un itinéraire vers un lieu défini en partant de l'endroit où il se trouve au moment de la demande.

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

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

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

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

Pour l'obtention proprement dite du consentement, les conditions de l'article 122, § 3, de la Loi, doivent être respectées par le prestataire de services (qui agit donc « sous l'autorité de l'opérateur »,

conform artikel 122, §5 van de Wet). Dit impliceert onder meer dat er voorafgaand aan het verkrijgen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker met de verwerking duidelijke informatie wordt verstrekt over de duur van de verwerking, zoals informatie over het feit of de verkeersgegevens of locatiegegevens eenmalig worden verwerkt in het kader van de LBS-dienst dan wel of de toestemming voor een langere periode geldt.

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

- wat een LBS-dienst impliceert;
- hoe de lokalisatie van de gsm van de eindgebruiker verkregen wordt en
- welke stappen de eindgebruiker moet nemen, indien hij het verwerken van de locatie van zijn gsm wil blokkeren.

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

conformément à l'article 122, § 5, de la Loi). Cela implique entre autres que, préalablement à l'obtention du consentement de l'abonné ou de l'utilisateur final au traitement, des informations claires soient fournies sur la durée du traitement, comme le fait de savoir si les données de trafic ou de localisation sont traitées une seule fois dans le cadre du service LBS ou si le consentement porte sur une période plus longue.

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

- quelles sont les implications d'un service LBS;
- la manière dont la localisation du GSM de l'utilisateur final est obtenue et
- quelles démarches l'utilisateur final doit entreprendre s'il souhaite bloquer le traitement de la localisation de son GSM.

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

voorafgaandelijk bekomen van de toestemming van de abonnee of eindgebruiker omtrent de verwerking van zijn verkeers- of locatiegegevens.

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

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

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

De overige artikelen behoeven geen commentaar.

We hebben de eer te zijn,
Sire,
van Uwe Majesteit,
de zeer eerbiedige
en zeer getrouwe dienaar,

De Minister voor Ondernemen en

le traitement de ses données de trafic ou de localisation suffit.

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

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

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

Les autres articles ne nécessitent pas de commentaires.

Nous avons l'honneur d'être,
Sire,
de Votre Majesté,
le très respectueux
et très fidèle serviteur,

Le Ministre pour l'Entreprise et la

Vereenvoudigen,

Vincent VAN QUICKENBORNE

Simplification,

Vincent VAN QUICKENBORNE

De Minister van Klimaat en Energie, belast
met Consumentenzaken,

Paul MAGNETTE

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

Paul MAGNETTE