



AVENUE DE LA
**JOYEUSE ENTRÉE
BLIJDE INKOMST**
LAAR

17-21

AVIS

CCE 2022-2930

**Conditions restrictives lors de la
commercialisation de monnaies
virtuelles auprès des
consommateurs**

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





Avis
Conditions restrictives lors de la commercialisation de monnaies
virtuelles auprès des consommateurs

Bruxelles
21.11.2022

Saisine

Par mail du 12 octobre 2022, l'Autorité des services et des marchés financiers (ci-après la FSMA) a saisi la commission consultative spéciale Consommation d'une demande d'avis sur un projet de règlement de la FSMA subordonnant à des conditions restrictives la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs. L'avis de la CCS Consommation est demandé conformément à l'article 30bis de la loi du 2 août 2002 relative à la surveillance du secteur financier et aux services financiers.

La sous-commission Services financiers, qui a été chargée de préparer un projet d'avis, s'est réunie à cet effet sous la présidence de M. Van Bulck, le 8 novembre 2022. Ont participé aux travaux : Mmes Kowalsky (Test-Achats) et Van Overbeke (AB-REOC) et MM. Boghaert (ACLVB), Denoiseux (FEB), Gielens (Febelbin) et Van Hoe (FEB).

La sous-commission a également pu faire appel à la collaboration experte de MM. Greindl et Van Cotte (représentants de la FSMA).

Après un vote à distance, conformément à l'article 8 du règlement d'ordre intérieur de la CCS Consommation, le projet d'avis a été approuvé à l'unanimité le 21 novembre 2022 par l'assemblée plénière, sous la présidence de M. Reinhard Steennot.

Introduction

Le présent projet de règlement vise à subordonner à des conditions restrictives la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs.

Depuis maintenant plusieurs années, les monnaies virtuelles telles que par exemple le Bitcoin, l'Ether etc, font l'objet d'une très large promotion auprès du grand public et constituent maintenant un objet d'investissement disposant d'une grande popularité. La promotion des monnaies virtuelles est non seulement effectuée par le biais de canaux classiques de marketing, mais également par le biais des réseaux sociaux ou d'applications telles que Tik Tok ou Instagram. Il arrive qu'interviennent dans ce cadre des personnalités connues du grand public (influenceurs), rémunérées pour promouvoir des monnaies virtuelles auprès des personnes qui les suivent.

Les monnaies virtuelles comportent cependant des caractéristiques qui en font un objet d'investissement particulièrement risqué. Les monnaies virtuelles sont en effet dépourvues de valeur sous-jacente liée au monde réel et peuvent être sujettes à des variations brutales de valeur. Le prix qui peut être obtenu pour une monnaie virtuelle déterminée dépend par conséquent exclusivement du montant qu'un autre investisseur sera, subjectivement, prêt à offrir pour l'acheter. Certains autres cryptoactifs pouvant être qualifiés de monnaies virtuelles, comme lesdits stablecoins, disposent cependant d'une valeur sous-jacente, qui peut aussi bien être constituée d'actifs du monde réel (une devise nationale par exemple) que d'autres cryptoactifs ou monnaies virtuelles. L'actualité financière récente a toutefois démontré que ce type d'instrument recèle également des risques très importants et peut également – nonobstant le qualificatif 'stable' - subir des variations très brutales de valeur en très peu de temps. Par ailleurs, aucun mécanisme légal permettant d'éviter les manipulations de marché ou les délits d'initiés n'a été mis en place sur le marché des monnaies virtuelles, l'intégrité du processus de formation des prix n'étant donc pas garantie. La volatilité très importante du cours des monnaies virtuelles fin 2021 et début 2022 a eu pour conséquence que des pertes significatives ont été subies par les personnes ayant investi dans ces monnaies. Une proportion importante de ces personnes est constituée de consommateurs 'ayant pris le train en route' lorsque le marché était haut, influencés par le climat d'euphorie qui régnait à ce moment.

Le secteur des monnaies virtuelles présente également des vulnérabilités importantes aux activités illégales. Un certain nombre de plateformes de négociation ou de porte-monnaie digitaux ont ainsi déjà été piratés, ce qui a entraîné la perte des monnaies virtuelles qui y étaient négociées ou stockées. En outre, il est également question d'une large présence d'acteurs véreux sur le marché des monnaies virtuelles, visant particulièrement les consommateurs en raison de leur manque de connaissance et d'expérience. Il est également apparu que les monnaies virtuelles sont largement utilisées afin de contourner les règles relatives au blanchiment d'argent et de financer des activités illégales.

Sur le plan technique enfin, les monnaies virtuelles sont également exposées à des risques particuliers. Il convient ainsi de faire remarquer que les monnaies virtuelles sont entièrement dépendantes d'une technologie et d'une infrastructure informatique bien particulière.

La commercialisation des monnaies virtuelles auprès de consommateurs, et plus particulièrement la publicité qui accompagne celle-ci, ne fait l'objet d'aucun encadrement au niveau belge ou au niveau européen, autre que la réglementation générale prévue par la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales¹. Cette directive permet aux Etats membres d'imposer des exigences plus prescriptives ou plus sévères pour ce qui est des services financiers.

Le présent projet de règlement s'applique à la publicité diffusée auprès des consommateurs dans le cadre de la commercialisation, à titre d'activité professionnelle habituelle ou à titre occasionnel contre rémunération, de monnaies virtuelles en Belgique.

Le régime proposé repose sur trois éléments :

- le projet de règlement précise que les informations données aux consommateurs par le biais de la publicité ne peuvent être trompeuses ou inexactes. De la règle générale précitée découlent une série d'applications (article 3 du projet de règlement);
- étant donné la nature très particulière de l'investissement en monnaies virtuelles, la FSMA estime qu'il est opportun que chaque publicité diffusée auprès de consommateurs lors de la commercialisation de monnaies virtuelles contienne un message d'avertissement standardisé (notamment « Monnaie virtuelle, risques réels. L'investissement n'est pas un jeu d'enfant. »). La publicité devra donc également indiquer si la personne morale ou physique qui figure dans la publicité ou dont l'image est autrement utilisée dans celle-ci est rémunérée ou perçoit un autre avantage quel qu'il soit (article 4 du projet de règlement);
- enfin, les publicités devront également contenir un avertissement sur les risques, destiné à attirer l'attention sur les différents risques encourus par les consommateurs qui investissent en monnaies virtuelles. Cet avertissement devra être repris in extenso dans la publicité, sauf dans le cas où le format de celle-ci ne le permet techniquement pas. Dans ce dernier cas, l'avertissement devra toutefois pouvoir être consulté en cliquant sur un lien ou une autre référence similaire telle qu'un QR code (article 4 du projet de règlement).

En ce qui concerne le contrôle, une distinction est faite entre les publicités diffusées dans le cadre d'une campagne de masse, et celles qui sont diffusées dans un cadre plus restreint. La notion de campagne de masse vise la diffusion de publicités auprès de 25.000 consommateurs au moins. Le dispositif de contrôle mis en place pour les campagnes de masse repose sur une obligation de notification préalable auprès de la FSMA. Les publicités diffusées hors du contexte d'une campagne

¹ [Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement \(CE\) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil \(«directive sur les pratiques commerciales déloyales»\).](#)

de masse font l'objet d'un contrôle a posteriori par la FSMA, dans le cadre de l'approche basée sur les risques mentionnée ci-dessus (article 5 du projet de règlement).

AVIS

La CCS Consommation a soumis à une analyse le projet de règlement soumis pour avis. Elle soutient pleinement le fait que la commercialisation de monnaies virtuelles auprès des consommateurs soit soumise à des conditions restrictives, afin que ceux-ci soient mieux protégés.

En ce qui concerne l'avertissement standardisé, la CCS Consommation fait remarquer que la version néerlandaise du slogan (t.w. "Virtuele munten komen met reële risico's. Investeren is geen kinderspel.") ne correspond pas à la version française (t.w. « Monnaie virtuelle, risques réels. L'investissement n'est pas un jeu d'enfant. ») et qu'une adaptation linguistique de la version néerlandaise est nécessaire. La CCS Consommation estime qu'il serait préférable de formuler la version néerlandaise du slogan comme suit : "Virtuele munten, reële risico's. Investeren is geen kinderspel."

La CCS Consommation comprend que, d'un point de vue juridique, le champ d'application du projet de règlement ne peut couvrir que la publicité destinée à - ou ayant un critère de rattachement à la Belgique. C'est le cas, par exemple, lorsqu'une entreprise étrangère fait de la publicité pour des monnaies virtuelles auprès du public belge par le biais d'un influenceur belge, mais pas lorsqu'il s'agit d'une publicité mondiale sur les médias sociaux, qui ne vise pas spécifiquement le public belge. Bien qu'il n'y ait pas de solution à ce problème au niveau national, il est regrettable que, par conséquent, une grande partie de la publicité pour les monnaies virtuelles échappe aux dispositions de ce projet de règlement.

Pour le reste, la CCS Consommation n'a pas d'autres commentaires sur le projet de règlement soumis à son avis et approuve par conséquent ce projet.