

VERSLAG VAN HET OVERLEG MET DE HULPSECTOR OVER RECLAME VOOR KANSSPELEN 7 SEPTEMBER 2021 VAN 10 TOT 12 UUR - NH COLLECTION GRAND SABLON

Sprekers: Magali Clavie (KSC), Caroline Jeanmart (OCE), Jolien Moernaut en Femke Wijgaerts (VAD vzw), François Mertens (Le Pélican asbl), Ariane Lakaye (Hôpital de jour La Clé), Gaetan Devos (Centre Confluence –UCL), Ronny Willemen (zorGGgroep Zin vzw), Xavier Noël (Clinique du Jeu du CHU Brugmann –ULB)

Deelnemers: De vergadering werd gehouden in hybride vorm. Vertegenwoordigers van de hulpverleningssector, leden van de Kansspelcommissie (KSC) en leden van het Secretariaat van de KSC waren aanwezig.

Context: De minister van Justitie heeft aangekondigd de regels die van toepassing zijn op reclame in de nabije toekomst te willen herzien. Om in dit verband een gefundeerd advies te kunnen uitbrengen, wenste de voorzitter dat de KSC het standpunt van de spelers in het veld over de vereisten en prioriteiten op dit gebied zou vernemen. De verschillende sprekers werd verzocht hun mening te geven over de vooruitgang die is geboekt met betrekking tot het koninklijk besluit van 25 oktober 2018, over de resterende tekortkomingen en over de toekomstige uitdagingen. Elke spreker kreeg de gelegenheid zijn of haar belangrijkste bezorgdheden en suggesties naar voren te brengen. Het overleg werd afgesloten met een gedachtenwisseling. De vergadering van 7 september 2021 valt binnen het kader van artikel 24/1 §1 van de wet van 7 mei 1999.

Inhoud:

De hulpsector wijst op de noodzaak de volgende kwesties aan te pakken:

- 1) Regelgeving moet in de eerste plaats **preventief** en niet repressief zijn. Reclame mag niet aanzetten tot gokken.
- 2) Er dient rekening gehouden te worden met alle vormen van reclame.
- 3) Reclame draagt ertoe bij dat gokken in de samenleving wordt **gebagatelliseerd** en dat het gevaar ervan dus wordt verborgen. Tegenover beloftes om snel rijk te worden, moeten mensen worden **gewezen op de risico's** van gokken, bv. via reclamespots. Het is ook noodzakelijk dat de hulpsector zijn eigen zichtbaarheid heeft en niet wordt geassocieerd met operatoren. (zie punt 12 over de preventieboodschap). Reclame is alomtegenwoordig (etalages, affiches, sponsoring, TV, pers, sociale netwerken). Het



heeft ook de neiging meer doelgroepsgericht te worden dankzij influencers en wedstrijdvoorspeller. Ook de ontwikkeling van gratis¹ spelletjes of casinospelletjes waarvan het rendement wordt vervalst, is verontrustend.

- 4) **Digitale reclame op sociale netwerken** moet worden omkaderd, waarbij rekening moet worden gehouden met **influencers** en **product placement**, aangezien deze **gericht zijn op jongeren** en **risicoprofielen**². Het KB moet aan dit soort reclame worden aangepast.
- 5) Voor de meeste sprekers moet een **vermindering van de hoeveelheid reclame** worden overwogen³, en moet het eventuele verbod ervan worden geëvalueerd⁴. De VAD beveelt een totaalverbod op reclame in digitale media aan.
- 6) Er is behoefte aan een duidelijk **regelgevend kader dat afschrikkende sancties** mogelijk maakt in geval van overtreding. Wat sancties betreft, betreurt men bijvoorbeeld dat de huidige wetgeving niet voorziet in een gelijke behandeling voor inbreuken op het KB en inbreuken op de wet.
- 7) Reclame is zeer aanwezig in de **sportwereld**. Dit verschijnsel treft vooral **jongeren** en **risicoprofielen**. Er wordt gewezen op de tegenstrijdigheden betreffende de uitzendtijden of de truien van minderjarigen of volwassenen. Minderjarigen kijken namelijk vooral naar de wedstrijden van volwassenen. Er is, gezien de verschillende soorten kwesties die aan de orde zijn, behoefte aan een duidelijk kader voor sponsoring op federaal niveau.
- 8) Reclame tijdens wedstrijden ("in-play gambling") is ook gevaarlijk omdat het impulsief gokken bevordert.
- 9) Er mag **geen onderscheid** meer worden gemaakt **tussen "wedden" en "gokken"**, vooral niet wat de **leeftijd** betreft. Het signaal dat wordt gegeven is dat wedden minder gevaarlijk is. Dat is niet waar. Men geeft aan dat de consultaties ongeveer 50% van de tijd over weddenschappen gaat. **Bonussen** en hun tegenhangers (bv. 'odd-boosts', 'power-ups', ...) beïnvloeden kwetsbare mensen, zetten hen aan tot gokken en gaan in tegen "gematigd" gokken.
- 10) Er moet vermeden worden dat reclame (bv. **150% cash-backs**) probleemspelers aanzet tot spelen of hen doet hervallen in probleemgedrag.
- 11) We moeten nagaan hoe we **mensen die willen stoppen met gokken, beter kunnen beschermen**. We moeten ervoor zorgen dat er geen gepersonaliseerde reclame wordt gestuurd naar mensen die een verbod op gokken hebben aangevraagd en verder gaan door mensen die hun spelersaccount sluiten, gericht te benaderen om ze niet opnieuw

¹ Bv.: tijdens het EK werd een gratis spel "MonPetitProno" gebaseerd op de kansen van Unibet.

² De VAD geeft volgende cijfers: • 90% van alle Vlaamse jongeren (16-24j) maakt dagelijks gebruik van sociale media • 65% beschouwt zichzelf als een actief volger van influencers • Top 3: Facebook, YouTube en Instagram. Het OCE meldt dat 40% al ervaring heeft met digitale gokreclame (Velghe).

³ In Frankrijk is een maximumquotum voor reclame in het openbaar vervoer vastgesteld om het totale volume te beperken.

⁴ Volgens de VAD is een van de meest doeltreffende beschermingsmaatregelen het verminderen of verbieden van reclame. Er wordt een parallel getrokken met de regulering van tabak of alcohol.



te activeren. Spelers die ervoor kiezen hun spelersaccount af te sluiten, moeten ook gemakkelijk hun geld kunnen terugkrijgen.

- 12) De sprekers waren het erover eens dat de doeltreffendheid van **preventieboodschappen** (omvang, boodschap, enz.) moet worden geëvalueerd. De meerderheid was van mening dat de preventieboodschap "Speel met mate" te vaag is en zijn doel voorbijschiet. De sprekers deden diverse voorstellen, waaronder sloganvoorstellen⁵. Er zou moeten worden verwezen naar financiële risico's en/of mogelijke steun. Er wordt voorgeteld de hulp te centraliseren door bv. een uniek oproepnummer (0800) of url te vermelden en de boodschap systematisch te maken. Men wil duidelijke waarschuwingsberichten wat betreft de risico's (bv. financieel of op het gebied van welzijn) en een duidelijkere weergave van de leeftijdsgrenzen.
- 13) De **inhoud van reclame** is in principe gereguleerd, maar moet beter worden gecontroleerd. Vaak wordt gebruik gemaakt van populaire of jongerentaal, zie: Winamax en Betfirst – First in Fast. Bepaalde verwijzingen moeten worden vermeden, bv. gokken als antwoord op financiële moeilijkheden, verwijzingen naar kinderachtige karakters, het bendadrukken van de bekwaamheid van de spelers of seksueel succes suggereren. Sport in verband brengen met gokken is hetzelfde als succesvolle mensen (sporters) in verband brengen met gokken. (zie punt 16 over het idee van een *onafhankelijke instantie*)
- 14) Er moet bijzondere aandacht worden besteed aan **minderjarigen** en **risicoprofielen, waaronder jongeren**, vooral omdat het internet de toegankelijkheid van gokken voor de jongsten vergroot. Wat televisieprogramma's en minderjarigen betreft, stelt men voor om verder te gaan en zich ook te richten op gezinsprogramma's zoals "Les Enfoirés". (zie de punten 4 inzake digitale reclame, 7 inzake sport en 13 inzake reclame-inhoud)
- 15) Er zijn meer **wetenschappelijke studies** nodig om na te gaan welke maatregelen doeltreffend zijn, waaronder follow-upstudies, bv. over blootstelling aan gokreclame.
- 16) Een **onafhankelijke instantie** zou toezicht moeten houden op de praktijken op dit gebied, zoals dat ook in het VK het geval is. Er moet een doeltreffend klachtensysteem worden ingevoerd.
- 17) Een verdere verlaging van de **weekliem** (art. 6 van KB van 25.10.2018), is erg wenselijk (gezien risicoprofiel online spelen en % spelers die in problemen riskeren te

⁵ VAD wijst naar een studie in Engeland over "safer gambling messages" van 2021. Onderzoek wijst uit dat een slogan zoals "when the fun stops, stop!" niét effectief is en zelfs een tegenovergesteld effect kan hebben. Er is nood aan duidelijkere informatie over verantwoord gokken in gokadvertenties, indien het niet tot een verbod zou komen.

Referentie: Newall, P., Weiss-Cohen, L., Singmann, H., Walasek, L., & Ludvig, E. (2021). No credible evidence that UK safer gambling messages reduce gambling. PsyArXiv. [PsyArXiv Preprints | No credible evidence that UK safer gambling messages reduce gambling.](#)

Mevr. Lakaye geeft de voorkeur aan de formulering: "Verantwoord spelen is spelen wat je kunt veroorloven te verliezen". Voor Le Pélican, « met mate » past niet. We hebben iets explicieters nodig (schuld / verslaving).



komen). Een max. weeklimiet lager dan €500/week, over alle sites én ook afdwingbaar, alsook het niet kunnen verhogen van de limiet, zou meer effectief zijn. Het terugbetalen van verloren geld indien de limiet niet gerespecteerd werd, dient eenvoudig mogelijk gemaakt worden.

Werkpunten:

Aan het eind van het overleg werden verschillende prioritaire punten en acties vastgesteld:

- Er is nood aan meer wetenschappelijke studies om goede beslissingen te kunnen nemen, waaronder inzicht in wat er in het buitenland wordt gedaan.
- Wat de regelgeving betreft, is het beter een stelsel van gedetailleerde uitzonderingen te vermijden.
- Het onderscheid tussen "wedden" en "gokken" moet verdwijnen (leeftijdsverschil).
- Jongeren moeten worden beschermd, evenals het kwetsbare publiek (voornamelijk spelers die om hun uitsluiting verzoeken).
- Het probleem van influencers en wedstrijdvoorspellers moet worden aangepakt.
- De preventieslogan moet worden versterkt.
- Er moet worden nagedacht over de bevoegdheden van het KSC (zie de Engelse of Franse regelgevers) en over de oprichting van een multidisciplinair ethisch comité.

De presentaties van de sprekers kunnen worden geraadpleegd op de website van de KSC, onder de rubriek "De bescherming van de speler – Overleg hulpverlening".

