

**SERVICE PUBLIC FEDERAL ECONOMIE,
P.M.E., CLASSES MOYENNES ET ENERGIE**

F. 2003 — 2157

[C — 2003/11238]

**4 AVRIL 2003. — Arrêté royal visant à réglementer
l'envoi de publicités par courrier électronique**

RAPPORT AU ROI

Sire,

L'arrêté qui est soumis à Votre signature vise à exécuter l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, qui donne la possibilité au Roi de prévoir des exceptions à l'interdiction d'utiliser du courrier électronique à des fins de publicité et délègue au Roi la détermination des modalités selon lesquelles les prestataires respectent la volonté du destinataire de ne plus recevoir des publicités par courrier électronique.

Ce texte tient compte, en ce qui concerne le courrier électronique, des exigences européennes, désormais fixées, depuis le 12 juillet 2002, par l'article 13 de la directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques).

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1^{er}. Le présent article a pour objectif d'apporter des exceptions à l'interdiction prévue au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, de l'article 14 de la loi.

La première exception est prévue à l'article 1^{er}, 1^o, selon lequel le prestataire est dispensé de solliciter auprès de ses clients, personnes physiques ou morales, leur consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique, moyennant le respect de trois conditions cumulatives.

Selon la première condition, le prestataire peut envoyer des publicités par courrier électronique, sans consentement préalable, aux personnes avec lesquelles il a déjà entretenu une relation contractuelle, c'est-à-dire ses clients. Il semble en effet légitime de permettre à un prestataire, ayant obtenu directement de ses clients leurs coordonnées électroniques dans le cadre de la vente d'un produit ou d'un service, de leur envoyer des publicités afin de les tenir informés de ses activités. Dans cette hypothèse, l'internaute communique volontairement ses coordonnées électroniques, à l'occasion de la conclusion d'un contrat avec une entreprise, par exemple via un site web. Bien entendu, les coordonnées électroniques doivent avoir été obtenues du client dans le respect de la législation de protection de la vie privée.

La deuxième condition ajoute que seul le prestataire ayant obtenu les coordonnées électroniques du client pourra exploiter ces coordonnées pour faire la promotion de produits ou de services que lui-même fournit. Il n'est donc pas permis de communiquer ces coordonnées à des tiers à des fins publicitaires sans le consentement préalable de la personne concernée. A cet égard, sont considérés comme des tiers les entreprises appartenant au même groupe de sociétés que le prestataire ayant obtenu le consentement de la personne (filiales, sociétés sœurs, société mère...), étant donné qu'il s'agit de personnes juridiques différentes.

De plus, pour pouvoir exploiter les coordonnées électroniques qu'il a directement obtenues auprès d'un client, le prestataire doit limiter cette exploitation à des opérations de publicité qui ne concernent que des produits ou des services analogues à ceux qu'il a initialement vendus à son client. Dès lors, s'il désire envoyer à ses clients des publicités concernant d'autres produits ou services, il doit préalablement obtenir leur consentement. Sont considérés comme produits ou services analogues ceux qui appartiennent à une même catégorie de produits ou de services. Par exemple – et, pour l'heure, à titre conjectural –, on pourrait considérer comme produits analogues les CDs, les DVDs, les cassettes vidéo et, éventuellement, les livres. De même, les assurances incendie et les assurances vie peuvent être considérées comme des produits analogues, appartenant à la catégorie des assurances. Toutefois, il ne sera pas toujours facile pour le prestataire de déterminer si deux produits ou services appartiennent à la même catégorie (ex. : une entreprise de banque-assurance autorisée à envoyer des publicités par courrier électronique pour des produits d'assurance peut-elle également adresser de semblables publicités pour des produits bancaires ?). L'exigence de produit ou service «analogue» ayant été posée par le législateur européen, il conviendra d'attendre qu'une interprétation se développe progressivement au niveau européen pour pouvoir trancher certaines questions plus délicates.

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

N. 2003 — 2157

[C — 2003/11238]

**4 APRIL 2003. — Koninklijk besluit tot reglementering
van het verzenden van reclame per elektronische post**

VERSLAG AAN DE KONING

Sire,

Het besluit dat U ter ondertekening wordt voorgelegd is bedoeld om artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij uit te voeren, dat aan de Koning de mogelijkheid biedt om te voorzien in uitzonderingen op het verbod elektronische post te gebruiken voor reclame en dat aan de Koning opdraagt om vast te stellen hoe de dienstverleners de wil van de bestemming eerbiedigen om geen reclame per elektronische post te ontvangen.

Deze tekst houdt rekening, wat de elektronische post betreft, met de Europese eisen, die thans vanaf 12 juli 2002 vastgesteld zijn in artikel 13 van de richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector van de elektronische communicatie (richtlijn betreffende privacy en elektronische communicatie).

ARTIKELSGEWIJZE BESPREKING

Artikel 1. Dit artikel is bedoeld om uitzonderingen vast te stellen op het verbod dat bepaald is bij § 1, eerste lid, van artikel 14 van de wet.

De eerste uitzondering is bepaald in artikel 1, 1^o, volgens hetwelk de dienstverlener vrijgesteld wordt van de toestemming van zijn klanten, natuurlijke of rechtspersonen, om reclame per elektronische post te ontvangen, mits hij cumulatief aan drie voorwaarden voldoet.

Krachtens de eerste voorwaarde mag de dienstverlener reclame per elektronische post versturen, zonder voorafgaande toestemming, aan de personen met wie hij reeds een contractuele band gehad heeft, met name zijn klanten. Het lijkt immers verantwoord om een dienstverlener toe te staan reclame te versturen aan zijn klanten van wie hij in de context van de verkoop van een product of dienst de elektronische contactgegevens verkregen heeft, om hen te informeren over zijn activiteiten. In deze hypothese geeft de internetgebruiker vrijwillig zijn elektronische contactgegevens, ter gelegenheid van het sluiten van een overeenkomst met een onderneming, bijvoorbeeld via een webstek. Het is duidelijk dat men de elektronische contactgegevens moet krijgen overeenkomstig de wetgeving ter bescherming van de private levenssfeer.

De tweede voorwaarde voegt eraan toe dat slechts de dienstverlener die de elektronische contactgegevens van de klant gekregen heeft, deze gegevens mag gebruiken om de producten of diensten te promoten die hijzelf levert. Het is dus niet toegestaan deze gegevens om publicitaire doeleinden aan derden mede te delen zonder de voorafgaande toestemming van de betrokken persoon. In dit opzicht worden als derden beschouwd de ondernemingen die tot dezelfde economische groep behoren als de dienstverlener die de toestemming van de persoon gekregen heeft (dochter-, zuster- of moedervennootschappen), aangezien het om verschillende rechtspersonen gaat.

Daarenboven moet de dienstverlener om de contactgegevens te kunnen benutten die hij rechtstreeks verkregen heeft van een klant, het gebruik ervan beperken tot reclame die slechts producten of dienst betreft die gelijkaardig zijn met wat hij oorspronkelijk aan zijn klant verkocht heeft. Indien hij aan zijn klanten reclame voor andere producten of diensten wil versturen, moet hij bijgevolg vooraf hun toestemming krijgen. De producten of diensten die tot dezelfde categorie van producten of diensten behoren, beschouwt men als gelijkaardig. Men kan bijvoorbeeld - en tegenwoordig nog bij wijze van veronderstelling - CD's, DVD's of videocassettes en eventueel boeken als gelijkaardige producten beschouwen. Brandverzekeringen en levensverzekeringen mag men eveneens aanzien als gelijkaardige producten, behorend tot de categorie van de verzekeringen. Het zal echter niet steeds gemakkelijk zijn voor de dienstverlener om uit te maken of twee producten al dan niet tot dezelfde categorie behoren (bv. : mag een bank- en verzekeringsonderneming die reclame voor verzekeringen per elektronische post mag versturen eveneens gelijkaardige reclame versturen voor bankproducten ?). Aangezien de vereiste inzake gelijkaardige producten of diensten gesteld is door de Europese wetgever, is het wenselijk te wachten tot er geleidelijk op Europees niveau een rechtspraak tot stand komt om de delicaatste vragen te kunnen beslechten.

La troisième condition oblige le prestataire à fournir à ses clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont recueillies, la faculté de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation à des fins publicitaires. Ainsi, lors de la collecte des coordonnées électroniques auprès du client, le prestataire doit clairement informer celui-ci de l'utilisation ultérieure de ses coordonnées à des fins de publicité, et lui donner la possibilité de s'opposer d'emblée à une telle exploitation, par exemple au moyen d'une case à cocher.

La deuxième exception, prévue à l'article 1^{er}, 2°, concerne les personnes morales. Il n'est pas nécessaire d'obtenir auprès des personnes morales leur consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique. En pratique, les personnes morales peuvent être titulaires d'une ou de plusieurs adresses de courrier électronique, afin de permettre d'entrer en contact avec elles, ou avec certains de leurs services ou branches d'activité (info@..., contact@..., privacy@..., sales@..., commandes@..., service-clientele@..., etc.). Des publicités non sollicitées par courrier électronique peuvent être envoyées à ces adresses, dans la mesure où, en raison des circonstances, il est manifeste que ces adresses concernent des personnes morales. Par contre, lorsqu'une personne morale attribuée à ses employés des adresses de courrier électronique liées à son nom de domaine (p. ex. nom.prenom@company.be), il s'agit d'adresses de personnes physiques, peu importe qu'elles les utilisent à des fins professionnelles ou privées. Il n'est donc pas permis d'envoyer de publicités à ces adresses sans l'accord préalable des personnes physiques concernées. Il revient à chaque annonceur d'apprécier avec prudence s'il se trouve en présence de l'adresse d'une personne morale. En tout état de cause, c'est à lui de prouver qu'il est dispensé d'obtenir le consentement. En outre, les produits ou services offerts à travers les publicités ainsi envoyées doivent viser des personnes morales, et non des personnes physiques. En effet, un annonceur ne saurait se prévaloir de l'exception pour envoyer à des adresses de personnes morales des publicités visant en réalité des personnes physiques, contournant ainsi l'obligation de solliciter le consentement préalable de ces dernières.

Toute personne morale bénéficie néanmoins d'un droit d'opposition, qu'elle peut exercer en notifiant individuellement à un prestataire son souhait de ne plus recevoir de courrier électronique publicitaire de sa part (art. 2). Elles devront être informées de ce droit lors de chaque publicité par courrier électronique, conformément à l'article 14, § 2, de la loi. Concrètement, lors de l'envoi de tout courrier électronique publicitaire, tout prestataire doit fournir une adresse électronique de réponse afin de permettre au destinataire de lui notifier son souhait de ne plus recevoir ce type de courrier.

Il convient en outre de souligner que la notion de courrier électronique reprise dans la présente disposition doit s'entendre de manière extrêmement large. En effet, le régime mis en place entend viser, notamment, également les messages courts envoyés sur un téléphone mobile (Short Message Service ou SMS). En effet, il faut comprendre la notion de courrier électronique conformément à la définition de la loi, à savoir "tout message sous forme de texte, de voix, de son ou d'image envoyé par un réseau public de communications qui peut être stocké dans le réseau ou dans l'équipement terminal du destinataire jusqu'à ce que ce dernier le récupère".

Parallèlement, il convient de se référer à l'article 13 de la directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques) qui associe étroitement les notions de courrier électronique et de coordonnées électroniques puisqu'il fait référence à l'obtention par le prestataire de « coordonnées électroniques en vue d'un courrier électronique ». Les termes « coordonnées électroniques » ont été préférés à ceux de « adresse de courrier électronique », afin de rester aussi neutre que possible sur le plan technologique, et d'englober dans cette notion d'autres types de point de contact électronique. Ainsi, la notion de coordonnée électronique vise non seulement l'adresse de courrier électronique d'une personne, mais également son numéro de téléphone mobile, ainsi que toute autre coordonnée permettant de lui envoyer des publicités par courrier électronique.

De derde voorwaarde verplicht de dienstverlener ertoe op het ogenblik dat hij de elektronische contactgegevens van de klant verzamelt, hem de mogelijkheid te bieden zich, kosteloos en op gemakkelijke wijze, te verzetten tegen het gebruik ervan met de bedoeling reclame te maken. Ter gelegenheid van het verzamelen van elektronische contactgegevens bij de klant moet de dienstverlener hem duidelijk informeren over het latere gebruik van zijn contactgegevens met de bedoeling reclame te maken, en hem de mogelijkheid geven om zich van bij het begin tegen dergelijk gebruik te verzetten, bijvoorbeeld door middel van een aan te kruisen vak.

De tweede uitzondering, bepaald in artikel 1, 2°, heeft betrekking op rechtspersonen. Het is niet nodig om van een rechtspersoon de voorafgaande toestemming te krijgen om reclame per elektronische post te ontvangen. In de praktijk kunnen rechtspersonen titularis zijn van een of verscheidene elektronische postadressen om met hen of met bepaalde van hun diensten of afdelingen in contact te kunnen treden (info@..., contact@..., privacy@..., sales @..., bestelling @..., klantendienst@... enz.). Ongevraagde reclames per elektronische post mogen aan deze adressen verstuurd worden, in de mate dat de omstandigheden doen blijken dat het duidelijk betrekking heeft op adressen van rechtspersonen. Daarentegen, wanneer een rechtspersoon aan zijn personeel elektronische postadressen toekent die verbonden zijn aan zijn domeinnaam (bv. naam.voornaam@company.be), dan gaat het om adressen van natuurlijke personen, ongeacht of ze dit adres voor professionele of private doelstellingen gebruiken. Het is dus niet toegestaan aan deze adressen reclame te versturen zonder de voorafgaande toestemming van de betrokken natuurlijke personen. Het behoort elke uitgever van reclame met de nodige voorzichtigheid na te gaan of hij te maken heeft met het adres van een rechtspersoon. Hij moet alleszins bewijzen dat hij vrijgesteld is van het verkrijgen van een toestemming. Verder moeten de via de reclame aangeboden producten of diensten bestemd zijn voor rechtspersonen, en niet voor natuurlijke personen. De uitgever van reclame mag zich immers niet op deze uitzondering beroepen om aan het adres van rechtspersonen reclame te versturen die in werkelijkheid bedoeld is voor natuurlijke personen, waardoor hij de verplichting om de voorafgaande toestemming te verkrijgen zou omzeilen.

Elke rechtspersoon heeft echter een recht van verzet, dat hij kan uitoefenen door persoonlijk aan een dienstverlener zijn wens te notificeren geen reclame per elektronische post van hem te ontvangen (art. 2). Zij moeten over dit recht geïnformeerd worden bij elke reclame per elektronische post, in overeenstemming met artikel 14, § 2, van de wet. Concreet moet de dienstverlener bij het verzenden van elke reclame per elektronische post een elektronisch adres opgeven om de bestemming de mogelijkheid te bieden hem zijn wens kenbaar te maken dergelijke berichten niet meer te ontvangen.

Het is verder nuttig te onderstrepen dat het begrip elektronische post dat voorkomt in deze bepaling, een zeer ruime betekenis heeft. De voorgestelde regeling heeft onder meer betrekking op korte berichten die men op een mobiele telefoon verzendt (Short Message Service of SMS). Men moet het begrip elektronische post immers in de zin van zijn wettelijke definitie begrijpen, met name "tekst-, spraak-, geluids- of beeldbericht dat over een openbaar communicatienetwerk wordt verzonden en in het netwerk of in de eindapparatuur van de ontvanger kan worden opgeslagen tot het door de ontvanger kan wordt opgehaald".

Daarnaast is het dienstig te verwijzen naar artikel 13 van de richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector van de elektronische communicatie (richtlijn betreffende privacy en elektronische communicatie) die de begrippen elektronische post en elektronische contactgegevens nauw met elkaar verbindt. Dit artikel refereert aan de "elektronische contactgegevens voor elektronische post". De bewoordingen "elektronische contactgegevens" zijn verkozen boven "elektronisch postadres" om op technologisch gebied zo neutraal mogelijk te blijven en om in dit concept andere soorten van elektronische contactpunten te begrijpen. Met het begrip elektronisch contactgegevens bedoelt men dus niet enkel het elektronisch postadres van een persoon, maar ook het nummer van zijn mobiele telefoon, alsook elk ander contactgegeven dat het mogelijk maakt hem reclame per elektronische post te versturen.

Enfin, il faut préciser que le prestataire peut envoyer des publicités par courrier électronique à ses clients et/ou à des personnes morales tant qu'ils ne lui ont pas notifié directement leur souhait de ne plus recevoir, de sa part, de telles publicités (voyez l'article 2 du présent arrêté). Il convient de rappeler que l'article 14, § 2, de la loi impose au prestataire, lors de chaque envoi d'un courrier électronique publicitaire, de fournir une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir des publicités, et d'indiquer et de mettre à disposition un moyen approprié d'exercer efficacement ce droit par voie électronique. Concrètement, lors de l'envoi de tout courrier électronique publicitaire, tout prestataire doit fournir une adresse électronique de réponse afin de permettre au destinataire de lui notifier son souhait de ne plus recevoir ce type de courrier.

Art. 2. L'article 2 vise l'hypothèse où un prestataire s'est vu notifier directement par une personne son souhait de ne plus recevoir, de sa part, des publicités par courrier électronique.

Dans ce cas, le prestataire doit adresser à cette personne, dans un délai raisonnable, un accusé de réception par courrier électronique, lui confirmant que sa demande a été prise en compte. Cette obligation se justifie notamment par le souci de favoriser la confiance de la personne concernée. Dans la mesure où cette dernière ne veut plus être importunée par des courriers électroniques publicitaires, il ne faut pas la laisser ignorante du sort réservé à sa demande. Le caractère «raisonnable» du délai s'appréciera en fonction de l'évolution des techniques et des usages. Il va de soi que cet ultime courrier électronique ne peut en aucun cas revêtir un quelconque caractère promotionnel.

Le prestataire doit en outre respecter la volonté de cette personne et mettre ses listes internes à jour. Cela signifie qu'il doit cesser tout envoi de publicités par courrier électronique à cette personne. Si celle-ci avait en outre consenti, à l'origine, à ce que ses données soient transmises à des tiers, le prestataire ne peut plus transmettre ces données à qui que ce soit après la notification.

Aucun frais ni aucune indication de motifs ne peuvent être demandés par le prestataire à la personne concernée. La personne concernée ne paiera que les frais liés à la notification (p. ex., les frais d'utilisation d'un service de recommandé électronique, les frais liés à la communication par courrier électronique...).

Nous avons l'honneur d'être,
Sire,
de Votre Majesté,
le très respectueux
et très fidèles serviteurs,
Le Ministre de l'Economie,
Ch. PICQUE
Le Ministre de la Justice,
M. VERWILGHEN

AVIS 35.077/1

DE LA SECTION DE LEGISLATION DU CONSEIL D'ETAT

Le Conseil d'Etat, section de législation, première chambre, saisi par le Ministre de l'Economie, le 14 mars 2003, d'une demande d'avis, dans un délai ne dépassant pas trois jours, sur un projet d'arrêté royal "visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électroniques", a donné le 20 mars 2003 l'avis suivant :

Conformément à l'article 84, alinéa 1^{er}, 2^o, des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat, la demande d'avis doit indiquer les motifs qui en justifient le caractère urgent.

En l'occurrence, l'urgence est motivée par :

"la nécessité, pour les prestataires de services de la société de l'information, de connaître, dès l'entrée en vigueur de la loi, les exceptions à l'interdiction de l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité, sans le consentement du destinataire des messages. En l'absence de telles exceptions, l'activité de certains prestataires risque, en effet, d'être paralysée".

*
**

En application de l'article 84, alinéa 2, des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat, la section de législation s'est essentiellement limitée à "l'examen du fondement juridique, de la compétence de l'auteur de l'acte ainsi que de l'accomplissement des formalités prescrites".

Tenslotte moet men opmerken dat de dienstverlener reclame aan zijn klanten en/of aan rechtspersonen per elektronische post mag versturen, zolang ze hem niet rechtstreeks hun wens kenbaar gemaakt hebben om dergelijke reclame niet meer te ontvangen (zie artikel 2 van dit besluit). Men moet eraan herinneren dat artikel 14, § 2, van de wet de dienstverlener ertoe verplicht om bij elke verzending van reclame per elektronische post een duidelijke en begrijpelijke informatie te geven over het recht zich voor de toekomst te verzetten tegen het ontvangen van reclame en een aangepast middel aan te geven en ter beschikking te stellen om dit recht effectief uit te oefenen per elektronische weg. Concreet moet de dienstverlener bij het verzenden van elke reclame per elektronische post een elektronisch adres opgeven om de bestemming de mogelijkheid te bieden hem zijn wens kenbaar te maken dergelijke berichten niet meer te ontvangen.

Art. 2. In artikel 2 beschouwt men de situatie van de dienstverlener die rechtstreeks van een persoon de kennisgeving ontving dat hij van hem geen reclame meer per elektronische post wenst te ontvangen.

In dit geval moet de dienstverlener aan deze persoon binnen een redelijke termijn een ontvangstbewijs per elektronische post versturen, die hem bevestigt dat hij met zijn verzoek rekening houdt. Deze verplichting is onder meer verantwoord om het vertrouwen van de bedoelde persoon te wekken. In de mate dat hij niet meer lastig gevallen wil worden met reclame per elektronische post, moet men hem meedelen welk gevolg men geeft aan zijn aanvraag. De "redelijke" aard van de termijn wordt beoordeeld naargelang de evolutie van de techniek en de gebruiken. Het is duidelijk dat dit laatste elektronisch bericht geenszins promotioneel mag zijn.

De dienstverlener moet verder de wil van deze persoon naleven en zijn interne lijsten bijwerken. Dit betekent dat hij elke verzending van reclame aan deze persoon per elektronische post moet stopzetten. Indien hij verder in het begin ermee ingestemd had om zijn gegevens aan derden door te geven, dan mag deze dienstverlener deze gegevens aan niemand meer doorgeven na de notificatie.

De dienstverlener mag aan de betrokkene geen motivering of geen kostenvergoeding vragen. De betrokkene betaalt enkel de kosten eigen aan de notificatie (bv. de kosten van gebruik van een dienst van een elektronisch aangetekende brief, de kosten verbonden aan het gebruik van elektronische post...).

Wij hebben de eer te zijn,
Sire,
van Uwe Majesteit,
de zeer eerbiedige
en zeer getrouwe dienaars,
De Minister van Economie,
Ch. PICQUE
De Minister van Justitie,
M. VERWILGHEN

ADVIES 35.077/1

VAN DE AFDELING WETGEVING VAN DE RAAD VAN STATE

De Raad van State, afdeling wetgeving, eerste kamer, op 14 maart 2003 door de Minister van Economie verzocht hem, binnen een termijn van ten hoogste drie dagen, van advies te dienen over een ontwerp van koninklijk besluit "tot reglementering van het verzenden van reclame per elektronische post", heeft op 20 maart 2003 het volgende advies gegeven :

Volgens artikel 84, eerste lid, 2^o, van de gecoördineerde wetten op de Raad van State moeten in de adviesaanvraag de redenen worden opgegeven tot staving van het spoedeisende karakter ervan.

In het onderhavige geval wordt het verzoek om spoedbehandeling gemotiveerd door de omstandigheid dat :

"la nécessité, pour les prestataires de services de la société de l'information, de connaître, dès l'entrée en vigueur de la loi, les exceptions à l'interdiction de l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité, sans le consentement du destinataire des messages. En l'absence de telles exceptions, l'activité de certains prestataires risque, en effet, d'être paralysée".

*
**

De afdeling wetgeving heeft zich, met toepassing van het bepaalde in artikel 84, tweede lid, van de gecoördineerde wetten op de Raad van State, in hoofdzaak beperkt tot "het onderzoek van de rechtsgrond, van de bevoegdheid van de steller van de handeling alsmede van de vraag of aan de voorgeschreven vormvereisten is voldaan".

PORTEE ET FONDEMENT LEGAL DU PROJET

Le projet soumis pour avis entend mettre en oeuvre deux dispositions de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information (ci-après : la loi), à savoir l'article 14, § 1^{er}, alinéa 2, et l'article 14, § 2, alinéa 2. Ces dispositions constituent également le fondement légal du projet. Celui-ci s'inscrit ainsi dans le cadre de la mise en oeuvre, dans l'ordre juridique belge, de la directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (ci-après : la directive).

L'article 14, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la loi prévoit une interdiction de principe concernant l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages. En exécution de l'article 14, § 1^{er}, alinéa 2, de la loi, l'article 1^{er} du projet prévoit des dispenses concernant cette interdiction.

Selon l'article 14, § 2, alinéa 1^{er}, de la loi, le prestataire doit, lors de l'envoi de toute publicité par courrier électronique, (1°) fournir une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir les publicités et (2°) indiquer et mettre à disposition un moyen approprié d'exercer efficacement ce droit par voie électronique. En exécution de l'article 14, § 2, alinéa 2, de la loi, l'article 2 du projet soumis pour avis détermine les modalités selon lesquelles les prestataires respectent la volonté du destinataire de ne plus recevoir des publicités par courrier électronique.

EXAMEN DU TEXTE

Préambule

Dans la référence au fondement légal, inscrite au premier alinéa du préambule, il convient de faire également état de l'article 14, § 2, alinéa 2, de la loi.

Art. 3. 1. Vu l'article 13, § 5, de la directive et la règle énoncée à l'article 1^{er}, 2°, du projet, il vaut mieux préciser au 1° que le mot "clients" vise tant les personnes physiques que les personnes morales.

2. En ce qui concerne la seconde exception pour les personnes morales (2°), le rapport au Roi opère une distinction entre les adresses électroniques de la personne morale proprement dite, de ses implantations, branches d'activité, services, etc., pour lesquelles s'applique l'exception, et les adresses électroniques des travailleurs de la personne morale, pour lesquelles l'exception ne s'applique pas. Cette distinction doit être inscrite dans le texte du dispositif.

Art. 4. En vue d'aligner le texte néerlandais de l'article 2, alinéa 1^{er}, du projet sur le texte français, il convient d'écrire "om niet langer reclame per elektronische post te ontvangen" ou "om van hem geen reclame per elektronische post meer te ontvangen".

La chambre était composée de :

Messieurs

M. Van Damme, président de chambre,

J. Baert, J. Smets, conseillers d'Etat,

G. Schrans, A. Spruyt, assesseurs de la section de législation,

Mme A.-M. Goossens, greffier assumé.

La concordance entre la version néerlandaise et la version française a été vérifiée sous le contrôle de M. J. Baert.

Le rapport a été présenté par M. P. Depuydt, premier auditeur. La note du Bureau de coordination a été rédigée par Mme M.-C. Ceule, premier référendaire chef de section.

Le président — De voorzitter,
M. Van Damme

STREKKING EN RECHTSGROND VAN HET ONTWERP

Het om advies voorgelegde ontwerp strekt tot uitvoering van twee bepalingen van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij (hierna : de wet), namelijk artikel 14, § 1, tweede lid, en artikel 14, § 2, tweede lid. Deze bepalingen vormen ook de rechtsgrond voor het ontwerp. Aldus kadert het ontwerp in de implementatie van de richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie (hierna : de richtlijn) in de Belgische rechtsorde.

Artikel 14, § 1, eerste lid, van de wet voorziet in een principieel verbod op het gebruik van elektronische post voor reclame zonder de voorgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen. Artikel 1 van het ontwerp bepaalt, ter uitvoering van artikel 14, § 1, tweede lid, van de wet, vrijstellingen betreffende dit verbod.

Volgens artikel 14, § 2, eerste lid, van de wet moet de dienstverlener bij het versturen van reclame per elektronische post ervoor zorgen dat hij (1°) duidelijke en begrijpelijke informatie verschaft over het recht zich te verzetten tegen het ontvangen, in de toekomst, van reclame en dat hij (2°) een geschikt middel aanduidt en ter beschikking stelt om dit recht langs elektronische weg efficiënt uit te oefenen. Artikel 2 van het om advies voorgelegde ontwerp bepaalt, ter uitvoering van artikel 14, § 2, tweede lid, van de wet, de nadere regels volgens welke de dienstverleners de wil van de bestemmeling respecteren om niet langer reclame via elektronische post te ontvangen.

ONDERZOEK VAN DE TEKST

Aanhef

In de verwijzing naar de rechtsgrond, in het eerste lid van de aanhef, dient ook te worden gerefereerd aan artikel 14, § 2, tweede lid, van de wet.

Art. 3. 1. Gelet op artikel 13, lid 5, van de richtlijn en het bepaalde in artikel 1, 2°, van het ontwerp, wordt in 1° beter geëxpliciteerd dat met "klanten" zowel natuurlijke personen als rechtspersonen worden bedoeld.

2. Wat de tweede uitzondering voor rechtspersonen betreft (2°), wordt in het verslag aan de Koning een onderscheid gemaakt tussen de e-mailadressen van de rechtspersoon zelf, zijn vestigingen, afdelingen, diensten, enzovoort, waarvoor de uitzondering geldt, en de e-mailadressen van de werknemers van de rechtspersoon, waarvoor de uitzondering niet geldt. Dat onderscheid dient in de tekst van het dispositief te worden opgenomen.

Art. 4. Om de Nederlandse tekst van artikel 2, eerste lid, van het ontwerp af te stemmen op de Franse tekst, dient te worden geschreven "om niet langer reclame per elektronische post te ontvangen" of "om van hem geen reclame per elektronische post meer te ontvangen".

De kamer was samengesteld uit :

de Heren

M. Van Damme, kamervoorzitter,

J. Baert, J. Smets, staatsraden,

G. Schrans, A. Spruyt, assessoren van de afdeling wetgeving,

Mevr. A.-M. Goossens, toegevoegd griffier,

De overeenstemming tussen de Nederlandse en de Franse tekst werd nagezien onder toezicht van de heer J. Baert.

Het verslag werd uitgebracht door de H. P. Depuydt, eerste auditeur. De nota van het Coördinatiebureau werd opgesteld door Mevr. M.-C. Ceule, eerste referendaris-afdelingshoofd.

Le greffier — De griffier,
A.-M. Goossens

4 AVRIL 2003. — Arrêté royal visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électronique

ALBERT II, Roi des Belges,
A tous, présents et à venir, Salut.

Vu la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, notamment l'article 14, § 1^{er}, alinéa 2 et l'article 14, § 2, alinéa 2;

Vu l'urgence motivée par la nécessité, pour les prestataires de services de la société de l'information, de connaître, dès l'entrée en vigueur de la loi, les exceptions à l'interdiction de l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité, sans le consentement du destinataire des messages et, qu'en l'absence de telles exceptions, l'activité de certains prestataires risque d'être paralysée;

Vu l'avis 35.077/1 du Conseil d'Etat, donné le 20 mars 2003, en application de l'article 84, alinéa 1^{er}, 2^o, des lois coordonnées sur le Conseil d'Etat;

Sur la proposition de Notre Ministre de l'Economie et de Notre Ministre de la Justice,

Nous avons arrêté et arrêtons :

Article 1^{er}. Par dérogation à l'article 14, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et sans préjudice de l'article 2 du présent arrêté, tout prestataire est dispensé de solliciter le consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique :

1^o auprès de ses clients, personnes physiques ou morales, lorsque chacune des conditions suivantes est remplie :

a) il a obtenu directement leurs coordonnées électroniques dans le cadre de la vente d'un produit ou d'un service, dans le respect des exigences légales et réglementaires relatives à la protection de la vie privée;

b) il exploite lesdites coordonnées électroniques à des fins de publicité exclusivement pour des produits ou services analogues que lui-même fournit;

c) il fournit à ses clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont recueillies, la faculté de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation.

2^o auprès de personnes morales si les coordonnées électroniques qu'il utilise à cette fin sont impersonnelles.

Art. 2. Toute personne peut notifier directement à un prestataire déterminé, sans frais ni indication de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités par courrier électronique.

Le prestataire concerné est tenu de :

1^o délivrer, dans un délai raisonnable, un accusé de réception par courrier électronique confirmant à cette personne l'enregistrement de sa demande;

2^o prendre, dans un délai raisonnable, les mesures nécessaires pour respecter la volonté de cette personne;

3^o tenir à jour des listes reprenant les personnes ayant notifié leur volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités par courrier électronique.

Art. 3. Le présent arrêté entre en vigueur le jour de sa publication au *Moniteur belge*.

Art. 4. Notre Ministre qui a la Justice dans ses attributions et Notre Ministre qui a l'Economie dans ses attributions sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté.

Donné à Bruxelles, le 4 avril 2003.

ALBERT

Par le Roi :

Le Ministre de l'Economie,
Ch. PICQUE

Le Ministre de la Justice,
M. VERWILGHEN

4 APRIL 2003. — Koninklijk besluit tot reglementering van het verzenden van reclame per elektronische post

ALBERT II, Koning der Belgen,
Aan allen die nu zijn en hierna wezen zullen, Onze Groet.

Gelet op de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, inzonderheid op artikel 14, § 1, tweede lid en artikel 14, § 2, tweede lid;

Gelet op het verzoek om spoedbehandeling, gemotiveerd door het feit dat de dienstverleners van de informatiemaatschappij de uitzonderingen op het verbod van gebruik van elektronische post voor reclame zonder toestemming van de bestemming, moeten kennen vanaf de inwerkingtreding van de wet; en dat bij gebreke aan dergelijke uitzonderingen, de activiteit van bepaalde dienstverleners verlamd dreigt te worden;

Gelet op het advies 35.077/1 van de Raad van State, gegeven op 20 maart 2003, met toepassing van artikel 84, eerste lid, 2^o, van de gecoördineerde wetten op de Raad van State;

Op de voordracht van Onze Minister van Economie en van Onze Minister van Justitie,

Hebben Wij besloten en besluiten Wij :

Artikel 1. In afwijking van artikel 14, § 1, eerste lid van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, en onverminderd hetgeen bepaald is in artikel 2 van dit besluit, is elke dienstverlener ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen om reclame per elektronische post te ontvangen :

1^o bij zijn klanten, natuurlijke of rechtspersonen, indien elk van de volgende voorwaarden vervuld is :

a) hij heeft rechtstreeks hun elektronische contactgegevens verkregen in het kader van de verkoop van een product of een dienst, mits de wettelijke en reglementaire voorwaarden betreffende de bescherming van de private levenssfeer nageleefd zijn;

b) hij gebruikt de beschouwde elektronische contactgegevens uitsluitend voor gelijkaardige producten of diensten die hijzelf levert;

c) hij geeft aan de klanten, op het ogenblik waarop hun elektronische contactgegevens worden verzameld, de mogelijkheid om zich kosteloos en op gemakkelijke wijze tegen de uitbating te verzetten.

2^o bij rechtspersonen als de elektronische contactgegevens die hij met dat doel gebruikt onpersoonlijk zijn.

Art. 2. Ieder persoon kan rechtstreeks aan een bepaalde dienstverlener zonder kosten en zonder een reden op te geven, zijn wil kenbaar maken om van hem geen reclame per elektronische post meer te ontvangen.

De dienstverlener is ertoe verplicht :

1^o binnen een redelijke termijn per elektronische post een ontvangstbewijs te geven dat aan de betrokken persoon de registratie van zijn aanvraag bevestigt;

2^o binnen een redelijke termijn de nodige maatregelen te nemen om de wil van deze persoon na te leven;

3^o lijsten bij te werken met personen die hun wil kenbaar gemaakt hebben om van hem geen reclame per elektronische post te ontvangen.

Art. 3. Dit besluit treedt in werking de dag waarop het in het *Belgisch Staatsblad* wordt bekendgemaakt.

Art. 4. Onze Minister bevoegd voor Justitie en Onze minister bevoegd voor Economie zijn, ieder wat hem betreft, belast met de uitvoering van dit besluit.

Gegeven te Brussel, 4 april 2003.

ALBERT

Van Koningswege :

De Minister van Economie,
Ch. PICQUE

De Minister van Justitie,
M. VERWILGHEN