

RvV 429

RAAD VOOR HET VERBRUIK

ADVIES

over een ontwerp KB tot wijziging van het KB van 5.09.2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's.

Brussel, 7 juni 2010

SAMENVATTING

De Raad is van mening dat het ontwerp-KB een positief initiatief is voor deze specifieke problematiek betreffende de opneming van informatie over brandstofverbruik en CO₂- uitstoot in reclamemateriaal voor auto's.

De Raad is van mening dat beweringen in boodschappen moeten gebaseerd zijn op objectieve, niet-misleidende, correcte feiten. Dit ontwerp-KB werd specifiek opgesteld om in een reeds bestaand wettelijk kader, de juridische onzekerheden weg te werken.

De vertegenwoordigers van productie, de distributie en de middenstand zijn van mening dat dit initiatief niet de aanzet mag zijn om alle reclamevoorschriften wettelijk te verankeren aangezien degelijke ethische codes ook hun effectiviteit bewijzen. **Zij** pleiten principieel voor het behoud van autoregulering en zijn tegen het afbakenen van reclamevoorschriften in een wettelijk kader. Gedragscodes kunnen veel flexibeler aangepast worden, kunnen veel gericht sectorgebonden problemen aanpakken en worden op een efficiënte en bindende manier gecontroleerd door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP).

De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties hebben reeds herhaalde malen binnen de Raad voor het Verbruik hun standpunt over de autoregulering duidelijk gesteld. **Ze** wensen hier nog eens te herhalen dat ze er geen voorstander van zijn.

De Raad stelt vast dat sinds de inwerkingtreding van de Code inzake reclame voor motorrijtuigen, hun onderdelen en toebehoren (Febiac code) op 1 september 2008 een opmerkelijke progressie is op het vlak van vermelding van het brandstofverbruik en de CO₂ – uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's .

De Raad wenst te benadrukken dat dit KB absolute zekerheid moet brengen over de milieureclamevoorschriften voor auto's en elke ruimte voor interpretatie moet vermijden. Echter in de huidige tekst kunnen enkele passages nog aanleiding geven tot verschillende interpretaties.

Aangezien internet meer en meer aan belang wint als bron voor informatie en reclame, dringt **de Raad** aan op duidelijke voorschriften om interpretatieverschillen te vermijden. **De Raad** is voorstander om de formulering in Bijlage IV punt 2 te behouden. Een samenvattende pagina waar alle gegevens staan over het officiële brandstofverbruik en de officiële specifieke CO₂- uitstoot is het meest gepast. Toch vinden **de vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** dat een samenvattend overzicht van alle modellen van een merk niet volstaat, en dat ook een tabel per model moet voorhanden zijn.

Om praktische problemen te vermijden dringt **de Raad** aan op een wachttermijn van minstens 6 maanden vanaf de publicatie in het Belgisch Staatsblad voor de inwerkingtreding van dit KB. Dit laat enerzijds toe het huidige reclamemateriaal nog verder te gebruiken. Anderzijds kunnen betrokken sectoren hun leden informeren en sensibiliseren over deze nieuwe voorschriften voor de aanmaak van nieuw reclamemateriaal.

De Raad voor het Verbruik, die op 1 april 2010 door de Minister van Klimaat en Energie belast met Consumentenzaken, verzocht werd een advies uit te brengen over een ontwerp KB tot wijziging van het KB van 5.09.2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's, heeft huidig advies op 7 juni 2010 goedgekeurd, middels een schriftelijke procedure.

De Raad voor het Verbruik heeft de voorzitter verzocht dit advies over te maken aan de Minister van Klimaat en Energie belast met Consumentenzaken en aan de Minister voor Ondernemen en Vereenvoudigen.

ADVIES

De Raad voor het Verbruik,

Gelet op de brief van 1 april 2010 van de Minister van Klimaat en Energie belast met Consumentenzaken waarin de Raad voor het Verbruik verzocht wordt een advies uit te brengen over een ontwerp KB tot wijziging van het KB van 5.09.2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's;

Gelet op de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, artikel 38;

Gelet op de wet van 21 december 1998 betreffende de productnormen ter bevordering van duurzame productie- en consumptiepatronen en ter bescherming van het leefmilieu en de volksgezondheid, art.5, §1, eerste lid, 6° en 10°;

Gelet op het KB van 5 september 2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's;

Gelet op het ontwerp KB tot wijziging van het KB van 5.09.2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's;

Gelet op de werkzaamheden van de Commissie « Handelspraktijken » voorgezeten door de heer De Bie (Test-Aankoop) tijdens haar vergaderingen van 26 april en 11 mei 2010;

Gelet op de deelname aan de werkzaamheden van de volgende leden van de Raad : Mevrouw Sepul (Raad voor de Reclame) et de heer Ducart (Test-Aankoop);

Gelet op de deelname aan de werkzaamheden van de volgende deskundigen : de dames Deville (OIVO) en Fremault (VBO), de heren Lycke (Federauto), Kaesemans (Febiac) en Storme (ABVV);

Gelet op het ontwerpadvies opgesteld door de dames Deville (OIVO) en Fremault (VBO);

Gelet op het advies van het Dagelijks Bestuur van 20 mei 2010;

Gelet op de dringendheid;

Gelet op de schriftelijke procedure, zoals voorzien in artikel 7 bis van het Huishoudelijk reglement, voor de definitieve goedkeuring door de Raad voor het Verbruik;

BRENGT HET VOLGENDE ADVIES UIT :

1. Inleiding

De Raad stelt vast dat het ontwerp-KB dat voor advies wordt voorgelegd, vooral strekt tot wijziging van “Bijlage IV – de opneming van gegevens betreffende het brandstofverbruik en de CO₂ uitstoot in reclamemateriaal en in andere reclamemiddelen” van het KB van 5 september 2001. In zijn bestaande vorm, voorziet bijlage IV dat de gegevens betreffende het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij autoreclame *gemakkelijk leesbaar en begrijpbaar* moeten zijn. De Raad meent dat deze formulering vrij abstract is en aanleiding geeft tot discussie en interpretatie. De JEP werd dan ook de afgelopen jaren geconfronteerd met talrijke klachten over deze vermeldingen.

Het nieuwe artikel 5 van de FEBIAC code (1 september 2008) legt exacte afmetingen vast qua lettergrootte van deze vermeldingen naargelang de soort en de grootte van de reamedrager. Dit ontwerp KB zet een enigszins strengere versie van artikel 5 van de FEBIAC code om in een wettelijk kader.

Behalve wat de bijlage betreft, stelt het ontwerp weinig wijzigingen voor aan het koninklijk besluit van 5 september 2001.

2. Algemene beschouwingen

De Raad is van mening dat het ontwerp-KB een positief initiatief is voor deze specifieke problematiek betreffende de opneming van informatie over brandstofverbruik en CO₂- uitstoot in reclamemateriaal voor auto's.

De Raad is van mening dat beweringen in boodschappen moeten gebaseerd zijn op objectieve, niet-misleidende, correcte feiten. Dit ontwerp-KB werd specifiek opgesteld om in een reeds bestaand wettelijk kader, de juridische onzekerheden weg te werken.

De vertegenwoordigers van productie, de distributie en de middenstand zijn van mening dat dit initiatief niet de aanzet mag zijn om alle reclamevoorschriften wettelijk te verankeren aangezien degelijke ethische codes ook hun effectiviteit bewijzen. Zij pleiten principieel voor het behoud van autoregulering en zijn tegen het afbakenen van reclamevoorschriften in een wettelijk kader. Gedragscodes kunnen veel flexibeler aangepast worden, kunnen veel gericht sectorgebonden problemen aanpakken en worden op een efficiënte en bindende manier gecontroleerd door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP).

De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties hebben reeds herhaalde malen binnen de Raad voor het Verbruik hun standpunt over de autoregulering duidelijk gesteld. Ze wensen hier nog eens te herhalen dat ze er geen voorstander van zijn, en dat België door de Europese Commissie in gebreke werd gesteld wegens ontoereikende autoregulering (FEBIAC-code). Het koninklijk besluit waarvan hier sprake biedt het antwoord op deze ingebrekestelling.

3. Specifieke opmerkingen op het ontwerp-KB

De Raad stelt vast dat sinds de inwerkingtreding van de Code inzake reclame voor motorrijtuigen, hun onderdelen en toebehoren (Febiac code) op 1 september 2008 een opmerkelijke vooruitgang is op het vlak van vermelding van het brandstofverbruik en de CO₂ – uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's .

Dit ontwerp – KB is het resultaat van onderhandelingen met de automobielsector en de reclamesector. **De Raad** steunt deze werkbenadering en is tevreden dat er voorafgaand overleg gepleegd werd met de betrokken sectoren.

De Raad wenst te benadrukken dat dit KB absolute zekerheid moet brengen over de milieureclamevoorschriften voor auto's en elke ruimte voor interpretatie moet vermijden. Echter in de huidige tekst kunnen enkele passages nog aanleiding geven tot verschillende interpretaties:

- De inleidende paragraaf van bijlage IV eindigt in de Franse versie met de zin "*Ces informations doivent, au minimum, répondre aux exigences suivantes*". In het Nederlands wordt de voorwaardelijke wijs gebruikt: "*Deze informatie zou minimaal aan de volgende vereisten moeten voldoen*". Dit benadrukt niet dat het om een verplichting gaat. **De Raad** onderstreept dat de in het Frans gebruikte formulering de juiste is.
- Bijlage IV, punt 1b i) stelt dat elke informatie "*horizontaal en onder elke andere vermelding*" vermeld moet staan. **De Raad** dringt erop aan dat bij een advertentie de lege ruimte naast de milieu - informatie opgevuld kan worden met andere informatie of logo's (vb. veiligheidsinformatie). Op deze manier blijft de milieu-informatie voldoende gescheiden van de rest. Het volledig afzonderlijk plaatsen vraagt extra publicatieruimte en maakt de kostprijs hoger.
- Bijlage IV, punt 1b i) de NL tekst stelt dat elke informatie "*horizontaal en onder elke andere vermelding*" vermeld moet staan. **De Raad** is van mening dat dit een andere betekenis heeft dan de FR tekst "*être horizontales et en dessous de toute autre mention*" en vraagt dit te verduidelijken. **De Raad** neemt aan dat de Franse tekst correct is en dat de informatie slechts één maal onderaan alle informatie moet staan en niet elke keer onder elke vermelding.
- Bijlage IV, punt 1B iv) stelt dat "*de lettergrootte van elk karakterteken moet overeenkomen met de minimumgrootte*". Dit staat ook zo vermeld in de huidige FEBIAC code maar blijkt in de praktijk verschillend geïnterpreteerd te worden. Om de leesbaarheid te vergroten wordt bijvoorbeeld "Km" gehanteerd waarbij de "m" als enige teken in de vermelding kleiner is dan de minimumgrootte. **De Raad** wenst te onderstrepen dat de doelstelling van dit KB het vergroten van de leesbaarheid van de informatie is. De aanbeveling van **de vertegenwoordigers van productie, de distributie en de middenstand** is dan ook om dergelijke uitzonderingen toe te staan. Voor **de vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties**, mag niet onder de vastgestelde minimumgrootte worden gegaan. In het voorbeeld van "Km" moet de "m" ook overeenstemmen met de in de bijlage vastgestelde minimumgrootte.
- Bijlage IV, punt 3 in de Franse versie vermeldt dat de gegevens moeten worden verstrekt " ... *pour l'ensemble des modèles ... référence par quelque moyen que ce soit*". Dat komt niet exact overeen met de Nederlandse versie, waar gesteld wordt dat die gegevens moeten worden verschaft " *voor alle verschillende automodellen... op om het even welke manier...*". Dit is een meer precieze formulering en zou dus best in het Frans worden omgezet als volgt: "... *pour chaque modèle différent de voiture auquel ... de quelque manière que ce soit*". Bovendien merkt **de Raad** op dat het KB niets zegt over wat men moet verstaan onder "*elk verschillend automodel*". Een verduidelijking lijkt **de Raad** opportuun. In de FEBIAC-code staat bv. versie met manuele versnellingsbak / versie met automatische versnellingsbak / versie met benzinemotor / versie met dieselmotor / ...

Aangezien internet meer en meer aan belang wint als bron voor informatie en reclame, dringt **de Raad** aan op duidelijke voorschriften om interpretatieverschillen te vermijden. Het principe van een scheiding tussen promotionele documentatie op een fysieke drager enerzijds, en promotioneel materiaal op het internet anderzijds, is een goede zaak. Maar **de Raad** vestigt hierbij de aandacht op mogelijke discussiepunten:

- Zo lijkt het moeilijk om exacte eisen te stellen voor de grootte van karakters op het scherm. Dit hangt immers sterk af van de resolutie die zelf ingesteld kan worden.
- Het is nuttig dat er op elke webpagina een directe en duidelijke link is naar een overzichtstabel met alle informatie inzake CO₂ uitstoot en brandstofverbruik.
- Het lijkt ook technisch moeilijk verplichtingen vast te leggen op de grootte van de karakters bij printen. Dit wordt namelijk bepaald door de configuratie van het printtoestel.
- In andere lidstaten werd een systeem ingevoerd waarbij de grootte van de lettertekens wordt opgelegd, ook al betreft het reclame verspreid via televisie of internet (bv.: Portugal legt een minimumgrootte op voor de verplichte gegevens, wanneer reclame voor financiële producten wordt gevoerd via televisie/internet). Het zou opportuun zijn dergelijke systemen te overwegen.

De Raad is voorstander om de formulering in Bijlage IV punt 2 te behouden. Een samenvattende pagina waar alle gegevens staan over het officiële brandstofverbruik en de officiële specifieke CO₂-uitstoot is het meest gepast. Toch vinden **de vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** dat een samenvattend overzicht van alle modellen van een merk niet volstaat, en dat ook een tabel per model moet voorhanden zijn.

Ten slotte verwacht **de Raad** heel wat praktische problemen bij de overgang van het huidige systeem naar dit nieuwe wetgevend kader zowel voor de invoerders, de autohandelaars als voor de betrokken overheden. Ook voor wat de controle betreft (door de JEP), wordt het ingewikkeld om de klachten te behandelen tijdens de overgangsfase. **De Raad** dringt om deze reden aan op een wachttermijn van minstens 6 maanden vanaf de publicatie in het Belgisch Staatsblad voor de inwerkingtreding van dit KB. Dit laat enerzijds toe het huidige reclamemateriaal nog verder te gebruiken. Anderzijds kunnen betrokken sectoren hun leden informeren en sensibiliseren over deze nieuwe voorschriften voor de aanmaak van nieuw reclamemateriaal.