

RvV 484

RAAD VOOR HET VERBRUIK

ADVIES

over oneerlijke handelspraktijken en aankondigingen van prijsverminderingen.

Brussel, 25 juni 2015

SAMENVATTING

Een arrest van het Hof van Justitie van de EU van 10 juli 2014 verklaarde de bepalingen m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen uit de Belgische Wet Marktpraktijken, zoals overgenomen door de artikelen VI.18, VI.19 en VI.26, §2-3 van het Wetboek van economisch recht (WER), strijdig met het Unierecht, meer bepaald met de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. De minister vroeg **de Raad** voor het Verbruik meer specifiek om in samenwerking met de FOD Economie, een ontwerp van guidelines op te stellen m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen ten opzichte van consumenten.

De Raad is tevreden dat hij werd betrokken bij het opstellen en ontwikkelen van deze guidelines. **Hij** benadrukt echter dat er gewaakt moet worden over de concurrentiepositie van de Belgische ondernemingen ten overstaan van de buurlanden. De guidelines mogen dus niet belemmerend werken.

De vertegenwoordigers van de distributie en de productie menen echter dat het voorbarig is om op dit moment al guidelines op te maken. **Deze vertegenwoordigers** menen dat guidelines opgesteld dienen te worden op basis van administratieve- en rechtspraktijk en dat het meer aangewezen is om deze op EU niveau uit te brengen. Tevens zijn **deze vertegenwoordigers** van oordeel dat de algemene verbodsbepaling inzake misleidende handelspraktijken de bedrijven voldoende houvast biedt.

De Raad is van oordeel dat de guidelines voldoende algemeen moeten zijn zodat ze in overeenstemming zijn met zowel het arrest als de bestaande wetgeving. Daarentegen moeten ze duidelijk en concreet zijn om rechtsonzekerheid rond de aankondiging van prijsverminderingen te vermijden. Aan het voorstel van guidelines m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen (cfr. bijlage) worden daarom, ter illustratie, voorbeelden uit de praktijk toegevoegd.

Tot slot stelt **de Raad** voor om na een periode van twee jaar deze guidelines te evalueren. Na een voldoende lange periode waarin de guidelines effectief zullen worden toegepast zal een beter zicht verkregen kunnen worden op de moeilijkheden in de praktijk. **De Raad** wordt graag betrokken bij deze evaluatie en zal dan opnieuw een advies geven.

Het voorstel van guidelines met betrekking tot de aankondiging van prijsverminderingen wordt als bijlage bij dit advies gevoegd.

De Raad voor het Verbruik, die op 17 september 2014 door de toenmalige Minister van Economie en Consumenten verzocht werd een advies uit te brengen over goede praktijken inzake aankondigingen van prijsverminderingen ten opzichte van consumenten, is op 25 juni 2015 in plenaire vergadering bijeengekomen, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot en heeft huidig advies goedgekeurd.

Gelet op het feit dat de materie waarop het advies betrekking heeft nog steeds actueel is en de huidige minister voorstander is van het gebruik van guidelines, heeft de Raad voor het Verbruik de voorzitter verzocht dit advies over te maken aan de Minister van Economie en Consumenten en aan de Minister van Middenstand.

ADVIES

De Raad voor het Verbruik,

Gelet op de brief van 17 september 2014 van de toenmalige minister van Economie en Consumenten Johan Vande Lanotte waarin hij de Raad voor Verbruik om een advies verzoekt over goede praktijken inzake aankondigingen van prijsverminderingen ten opzichte van consumenten;

Gelet op het arrest van het Europees Hof van Justitie van 10 juli 2014 (C-421/12);

Gelet op de richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken;

Gelet op artikelen 20, 21 en 29 van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming;

Gelet op de artikelen VI, 18 tot 21, 23§4, 26 §2 en §3 en XIV, 10 tot 13 van het Wetboek van economisch recht;

Gelet op de werkzaamheden van de Commissie "Handelspraktijken" voorgezeten door de heer Ducart (Test-Aankoop) en Steennot (Voorzitter van de Raad) tijdens haar vergaderingen van 9 oktober 2014, 29 januari 2015, 26 maart 2015 en 30 april 2015;

Gelet op de deelname aan de werkzaamheden van de volgende leden van de Raad: de dames Dammekens (VBO), De Roeck-Isebaert (Gezinsbond), Frère (Test-Aankoop), Gillis (Unizo), Kowalsky (Test-Aankoop), Neijts (NSZ) en Pint (Comeos), de heer Grumelli (CSC);

Gelet op de deelname aan de werkzaamheden van de volgende deskundigen: de dames Bruggeman (Test-Aankoop), Declercq (Gezinsbond), Lemaigre, Masen, Tomson, Toujour en Vandecavey (FOD Economie), de heren De Koning (OIVO) en Lesceux (UCM);

Gelet op de uitwerking van het ontwerpadvies door de heer De Koning (OIVO) en mevrouw Dammekens (VBO);

Gelet op het advies van het Dagelijks Bestuur van 21 mei 2015;

Gelet op de inhoudelijke opmerkingen van Unizo tijdens de schriftelijke procedure ter definitieve goedkeuring van het advies;

BRENGT HET VOLGENDE ADVIES UIT:

I. Inleiding

Een arrest van het Hof van Justitie van de EU van 10 juli 2014¹ verklaarde de bepalingen m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen uit de Belgische Wet Marktpraktijken, zoals overgenomen door de artikelen VI.18, VI.19 en VI.26, §2-3 van het Wetboek van economisch recht (WER), strijdig met het Unierecht, meer bepaald met de richtlijn oneerlijke handelspraktijken².

Bij brief van 17 september 2014 heeft de toenmalige minister van Economie en Consumenten, de Heer Johan Vande Lanotte, de Raad voor Verbruik om een advies gevraagd. De minister vroeg de Raad voor het Verbruik meer specifiek om in samenwerking met de FOD Economie, een ontwerp van guidelines op te stellen m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen ten opzichte van consumenten. Gelet op het feit dat de materie waarop het advies betrekking heeft nog steeds actueel is en de huidige minister voorstander is van het gebruik van guidelines, werd de adviesaanvraag van de vorige minister aangehouden en wordt het advies overgemaakt aan de huidige minister van Economie.

Het ontwerp van guidelines wordt als bijlage bij dit advies gevoegd.

II. Voorafgaande opmerkingen

De Raad is tevreden dat hij werd betrokken bij het opstellen en ontwikkelen van deze guidelines.

Hij benadrukt echter dat er gewaakt moet worden over de concurrentiepositie van de Belgische ondernemingen ten overstaan van de buurlanden. De guidelines mogen dus niet belemmerend werken.

De vertegenwoordigers van de distributie en de productie menen echter dat het voorbarig is om op dit moment al guidelines op te maken. Guidelines dienen opgemaakt te worden op basis van administratieve- en rechtspraktijk. Gezien de korte tijdsperiode tussen het arrest en het verzoek om guidelines op te stellen, is deze er echter nog niet. Bovendien zijn **deze vertegenwoordigers** van oordeel dat het meer aangewezen zou zijn om dergelijke guidelines op EU niveau uit te brengen. Om deze redenen zijn **deze vertegenwoordigers** van oordeel dat de algemene verbodsbepaling inzake misleidende handelspraktijken de bedrijven voldoende houvast biedt, ook na de afschaffing van de specifieke wetsbepalingen m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen. Ondernemingen dienen m.a.w. eerlijk, correct en transparant te zijn bij het aankondigen van prijsverminderingen.

De Raad, met uitzondering van de vertegenwoordigers van de distributie, is van mening dat de guidelines niet enkel betrekking dienen te hebben op de artikelen die rechtstreeks door het arrest van het Hof van Justitie als strijdig met het Unierecht werden verklaard, maar ook op deze artikelen uit het boek VI. WER die verwijzen

¹ In de zaak C-421/12, Europese Commissie t/ Koninkrijk België, beschikbaar op <http://curia.europa.eu>

² RICHTLIJN 2005/29/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad

naar het aankondigen van prijsverminderingen en aldus uit het wetboek zullen gehaald worden. Het betreft de artikelen VI.18 tot VI.21, VI.23§4 en VI.26, §2 en §3, evenals de artikelen XIV.10 tot XIV.13.

De afschaffing van deze artikelen heeft niet voor gevolg dat prijsverminderingen van nu af aan op eender welke manier aangekondigd kunnen worden. De aankondiging van prijsverminderingen is immers een handelspraktijk die onder meer getoetst kan worden aan de artikelen VI.92 WER e.v. en de artikelen XIV.59 WER e.v. Meer specifiek kan verwezen worden naar de artikelen VI.97 en VI.100 WER en de artikelen XIV.64 en XIV.67 WER m.b.t. het verbod op misleidende handelspraktijken.

De Raad is dan ook van oordeel dat guidelines voldoende algemeen moeten zijn zodat ze in overeenstemming zijn met zowel het arrest als de bestaande wetgeving. Daarentegen moeten ze duidelijk en concreet zijn om rechtsonzekerheid rond de aankondiging van prijsverminderingen te vermijden.

De Raad meent bovendien dat de guidelines zelf geen cijfers (e.g. 1 maand als refentieperiode) moeten bevatten. De guidelines verduidelijken immers de manier waarop de wettelijke principes m.b.t. misleidende handelspraktijken in het kader van de aankondiging van prijsverminderingen, ingevuld kunnen worden.

Aan het voorstel van guidelines m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen (cfr. bijlage) worden, ter illustratie, voorbeelden uit de praktijk toegevoegd.

De Raad benadrukt dat de guidelines niet dezelfde waarde hebben als een wettekst. Ze zijn evolutief, indicatief en geven de ondernemingen een idee van de manier waarop de wetsbepalingen geïnterpreteerd kunnen worden door de economische inspectie, dit uiteraard onder voorbehoud van een controle door de hoven en rechtbanken.

Tot slot stelt **de Raad** voor om na een periode van twee jaar deze guidelines te evalueren. Na een voldoende lange periode waarin de guidelines effectief zullen worden toegepast zal een beter zicht verkregen kunnen worden op de moeilijkheden in de praktijk. **De Raad** wordt graag betrokken bij deze evaluatie en zal dan opnieuw een advies geven.

III. Guidelines

Het voorstel van guidelines met betrekking tot de aankondiging van prijsverminderingen wordt als bijlage bij dit advies gevoegd.

BIJLAGE

Inleiding

In 2015 werden de wettelijke regels m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen, zoals kortingen, afgeschaft. Deze regels voorzagen bijvoorbeeld dat een korting op de prijs tenminste één volle verkoopdag en maximaal één maand mocht aangekondigd worden.

Vandaag gelden deze regels niet meer.

Dit betekent echter niet dat van nu af aan alles toegelaten is. Een onderneming moet immers op een eerlijke, correcte en transparante manier met consumenten communiceren over prijsverminderingen. Anders kan de consument misleid worden en dit is niet toegelaten. De algemene regels m.b.t. oneerlijke handelspraktijken uit het Wetboek Economisch Recht blijven dus uiteraard gelden.

De elementen die voor een consument van belang zijn om een beslissing te nemen ingeval van een aankondiging van prijsvermindering kunnen als volgt samengevat worden:

1. De referentieprijs
2. De prijsvermindering (vast bedrag of percentage)
3. De nieuwe prijs (incl. prijsvermindering)
4. De begindatum van de prijsvermindering
5. De duur van deze prijsvermindering

Op basis van deze elementen kan een consument over het algemeen beslissen of hij tot aankoop zal overgaan naar aanleiding van een dergelijke aankondiging van prijsvermindering. Deze elementen dienen niet per se cumulatief aanwezig te zijn, maar er werd wel rekening mee gehouden bij het opstellen van deze guidelines.

Guidelines

1. Deze guidelines hebben betrekking op elke aankondiging van een prijsvermindering van een product in het kader van een promotionele actie, met inbegrip van solden en uitverkopen.

Let op! : met *product* worden zowel roerende, als onroerende goederen, alsook diensten bedoeld.

Zijn echter geen aankondigingen van prijsverminderingen:

- Permanente prijsverlagingen

Bijvoorbeeld: een grote meubelzaak brengt haar jaarlijkse catalogus uit en kondigt hierin voor x-aantal producten een permanente prijsverlaging aan. M.a.w. deze producten zijn vanaf de publicatie van de catalogus verkrijgbaar aan een lagere prijs dan de prijs waaraan ze voorheen verkocht werden.

Indien deze prijs echter na slechts 1 maand opnieuw verhoogd wordt, kan dergelijke praktijk, rekening houdend met het gegeven dat het om een jaarlijkse catalogus gaat, wel degelijk als een misleidende handelspraktijk beschouwd worden.

- Lanceringsprijzen

Het aankondigen van kennismakingsprijzen/lanceringsprijzen,... die gepaard gaan met kortingen bij bijvoorbeeld de opening van een nieuwe handelszaak of het aanbieden van een nieuw product (bijv. nieuw model wagen wordt op de markt gebracht en dit aan een tijdelijk gunstiger prijs) wordt niet als een aankondiging van prijsvermindering beschouwd.

- Gezamenlijke aanbiedingen

Het gezamenlijk aanbieden van producten, wordt niet als een prijsvermindering beschouwd. Het voordeel dat de consument kan bekomen wanneer hij ingaat op een voorstel tot gezamenlijk aanbod, bijvoorbeeld "2de artikel aan halve prijs" of "30% bij aankoop van 3 stuks" vormt derhalve geen prijsvermindering.

- Bonnen die recht geven op terugbetaling of prijsverminderingen

2. Er is sprake van een aankondiging van een prijsvermindering wanneer voor hetzelfde product een lagere prijs aangekondigd wordt dan de referentieprijs.

Bijvoorbeeld:

- Alles aan de helft van de prijs!
- 20% korting op alle broeken!
- Oude prijs 100 euro, nieuwe prijs 60 euro!
- 30 % op de groene sticker en 50 % bij producten met een rode sticker!
- - 2 euro korting op alle wasproducten!

3. De referentieprijs is de prijs waaraan het product door een onderneming te koop wordt aangeboden gedurende een normale periode vóórafgaand aan de prijsvermindering.

Bijvoorbeeld:

Een kledingzaak verkoopt gedurende de maanden februari tot en met juni de nieuwe zomercollectie aan een welbepaalde prijs. In juli kondigt zij solden aan, met name 30% op de volledig collectie, waarbij dus 30% korting wordt verrekend op die welbepaalde prijs, de referentieprijs, die zij gedurende de maanden februari tot en met juni heeft gehanteerd.

4. De normale periode tijdens dewelke de referentieprijs gehanteerd wordt, moet voldoende lang zijn om fictieve prijsverminderingen te vermijden .

Er is sprake van een aankondiging van een fictieve prijsvermindering wanneer bij de consument de indruk wordt gewekt dat hij een bepaalde korting krijgt ten opzichte van de referentieprijs terwijl hij in de realiteit geen korting of een kleinere korting krijgt.

Prijsverhogingen die worden doorgevoerd vlak voor een promotionele periode en die dus slechts voor een korte periode worden toegepast, zullen vaak als misleidend beschouwd worden.

Bijvoorbeeld:

vb: Een onderneming verkoopt een regenjas aan 100 euro gedurende de maanden augustus tot december. Eind december verkoopt ze diezelfde regenjas echter twee weken aan 150 euro. Wanneer deze onderneming de regenjas vanaf januari wil verkopen met een korting van 30% dan is de referentieprij 100 euro en niet 150 euro. Hanteert zij toch deze laatste (en dus hoogste) referentieprij dan kan dit worden beschouwd als een misleidende handelspraktijk. De referentieprij vlak voor een prijsvermindering slechts een korte periode verhogen om dan op deze laatste de prijsvermindering toe te passen levert in dit geval geen reëel prijsvoordeel op voor de consument en misleidt hem.

5. Of de normale periode voldoende lang is, is afhankelijk van de feitelijke omstandigheden.

Bijvoorbeeld:

- Zo kan de termijn variëren naargelang het al dat niet gaat om bederfbare goederen.
- Voor paas-, kerst- of carnavalsartikelen is de referentieprij de prijs die deze periode voorafgaat. Deze hoeft dus niet even lang te zijn als bijvoorbeeld voor een collectie winterkledij.

6. Een verwijzing naar een via een ander verkoopkanaal gehanteerde prijs kan, doch enkel indien het voor de consument voldoende duidelijk is welke prijs via welk verkoopkanaal gehanteerd wordt.

Bijvoorbeeld:

Een onderneming verkoopt een stereo in haar fysieke verkooppunt aan € 500 gedurende een voldoende lange periode. Zij beslist een prijsvermindering op diezelfde stereo te geven, maar enkel wanneer die online op de webshop wordt gekocht. De verkoper mag op de webstek verwijzen naar de prijs die gehanteerd wordt in het fysiek verkooppunt. Het moet voor de consument voldoende duidelijk zijn dat de korting enkel geldt wanneer hij de stereo online aankoopt en dat de referentieprij de prijs is die gehanteerd wordt en/of werd in het fysiek verkooppunt.

7. Veranderingen in prijs die van korte duur zijn worden niet in rekening gebracht om de referentieprij te bepalen. Het kan zowel om prijsverhogingen als prijsverlagingen gaan.

Bijvoorbeeld:

Een prijsvermindering die wordt toegepast omwille van een occasionele manifestatie, bijv. braderij, opendeurdag, wordt niet doorgerekend om de referentieprij te berekenen. Gezien de duur van de korting, die geen normale periode bestrijkt, dient er geen rekening gehouden te worden met deze prijsvermindering.

8. Wanneer de prijsvermindering niet redelijk in de tijd beperkt is, wordt de promotieprij de referentieprij.

Het aankondigen van een prijsvermindering is erop gericht de consument op dat ogenblik te doen kopen en zijn aankoop niet uit te stellen. Van belang zal dan zijn de manier waarop wordt aangekondigd. Indien de

aankondiging de indruk wekt dat het prijsvoordeel slechts heel tijdelijk is, terwijl dit in de praktijk niet het geval is, zal dit, in vele gevallen, als misleidend beschouwd worden.

Bijvoorbeeld:

Een onderneming voert een Lenteactie en geeft 40 % op alle tuinmeubelen, terwijl deze korting (met name 40%) bijna maandelijks wordt toegepast onder het mom van een andere actie. In dat geval zal de referentieprijs de prijs zijn na aftrek van de 40%.

Cijfervoorbeeld: wanneer een tuinmeubelenset in dergelijk geval 5000 euro kost en telkens, door allerlei acties verkocht wordt aan 3000 euro ($5000 - 40\% = 3000$), dan wordt deze 3000 euro de referentieprijs en niet de prijs van 5000 euro.

9. Het moet duidelijk zijn voor de consument wanneer de prijsvermindering van toepassing is.

Bijvoorbeeld:

- De slogan 'paasactie 30% korting' die van begin januari tot eind mei loopt, kan als misleidend beschouwd worden.
- Een brasserie die elke ochtend tussen 9 uur en 11 uur haar koffie aan 1 euro verkoopt in plaats van aan de gebruikelijke 2 euro moet dit duidelijk zo vermelden.

10. Het moet voor de consument steeds duidelijk zijn of op de prijs die vermeld wordt de prijsvermindering reeds werd toegepast, dan wel deze aan de kassa zal worden verrekend.

11. De consument moet in staat zijn het prijsvoordeel ten opzichte van de referentieprijs eenvoudig te berekenen, ook wanneer opeenvolgende prijsverminderingen worden toegepast.

ORGANISATIES AANWEZIG
OP DE PLENAIRE VERGADERING
VAN DE
RAAD VOOR HET VERBRUIK VAN 25 JUNI 2015
VOORGEZETEN DOOR DE HEER STEENNOT

1. Consumentenorganisaties

ABVV
TEST-AANKOOP
GEZINSBOND
CHRISTELIJKE MUTUALITEITEN
VERBRAUCHERSCHUTZZENTRALE

2. Productieorganisaties

AGORIA
ASSURALIA
FEBELFIN

3. Distributieorganisaties

COMEOS

4. Middenstand organisaties

UCM
UNIZO