

RVV 520

RAAD VOOR HET VERBRUIK

ADVIES

inzake etikettering van schoenen.

Brussel, 7 december 2017

SAMENVATTING

De Raad voor het Verbruik werd op 5 september 2017 door de Minister van Economie en Consumenten verzocht een advies uit te brengen over de etikettering van schoenen.

De Raad is het erover eens dat de regelgeving met betrekking tot de etikettering van schoenen kan vereenvoudigd worden. De vereiste van een bord om de betekenis van pictogrammen uit te leggen, is niet meer aangepast aan de huidige praktijken.

De vertegenwoordigers van de productie, distributie en middenstand vragen dat de pictogrammen kunnen verduidelijkt worden via diverse informatiedragers, zowel fysieke (bord, uithangbord, schoendoos, ...) als digitale (digitale affichering, QR code, ...). **De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** vragen wel dat de verplichting van een fysieke informatiedrager blijft. Niet alle consumenten kunnen ten allen tijde gebruik maken van een digitale informatie-toegang. Een verduidelijking op geschrift blijft daarom aangewezen.

De Raad voor het Verbruik, die, op 5 september 2017 door de Minister van Economie en Consumenten verzocht werd een advies uit te brengen inzake etikettering van schoenen, heeft huidig advies goedgekeurd op 7 december 2017 middels een schriftelijke procedure.

De Raad voor het Verbruik heeft de voorzitter verzocht dit advies voor te leggen aan de minister van Economie en Consumenten en aan de Minister van Middenstand, Zelfstandigen en KMO's.

ADVIES

De Raad voor het Verbruik;

Gelet op de adviesaanvraag van 5 september 2017 van de Minister van Economie en Consumenten inzake etikettering van schoenen;

Gelet op de richtlijn 94/11 /EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 maart 1994 betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de Lid-Staten inzake de etikettering van de in de belangrijkste onderdelen van voor de verbruiker bestemd schoeisel gebruikte materialen;

Gelet op het Koninklijk besluit van 8 juli 1996 tot regeling van de etikettering van in voor de verbruiker bestemd schoeisel verwerkte materialen;

Gelet op de schriftelijke procedure binnen de "Handelspraktijken Commissie";

Gelet op het ontwerpadvies opgesteld door de dames De Cort (BV-OECO) en Dammekens (VBO);

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:

I. Inleiding

Het Koninklijk Besluit van 8 juli 1996 alsook de Europese Richtlijn 94/11/EG betreffen regelgeving omtrent de etikettering van de gebruikte materialen voor schoenen. Deze regelgeving bepaalt welke elementen de etikettering moet bevatten en op welke onderdelen van de schoen de etikettering betrekking moet hebben. De richtlijn bepaalt in artikel 4 dat de schoenenfabrikant kan kiezen tussen pictogrammen of tekstuele indicaties.

Artikel 6, derde alinea van het Koninklijk Besluit bepaalt dat de verkoper gehouden is om de consument correct te informeren over de betekenis van pictogrammen (de etikettering) door middel van een bord geplaatst in een omgeving die goed zichtbaar is voor de consument in de nabijheid van de schoenen.¹ Deze bepaling geldt niet voor e-commerce en verkoop via catalogi, maar enkel voor traditionele “fysieke” winkels.

De adviesaanvraag van de Minister bevat het voorstel om de verplichting om te informeren via een geschrift op te heffen en zo de verkopers toe te staan om andere middelen te gebruiken om de consument te informeren over de pictogrammen.

II. Opmerkingen ten gronde

De vertegenwoordigers van de productie, distributie en middenstand gaan akkoord met voornoemd voorstel. Ze staan positief tegenover de afschaffing van het bord als enige instrument om de consument in te lichten en pleiten, met het oog op de doelmatigheid, voor het gebruik van andere modernere communicatiemiddelen om de consument in te lichten.

In de detailhandel zijn de informatiekkanalen en -dragers, in het bijzonder de digitale, de laatste jaren toegenomen, gediversifieerd en verbeterd. De consumenten kunnen via diverse kanalen ingelicht worden en kunnen aldus op elk ogenblik de kwaliteit van de producten vergelijken en de producten zoeken die het best aan hun behoeften voldoen.

In deze context menen **de vertegenwoordigers van de productie, distributie en middenstand** dat de informatie die aan de consument moet worden verstrekt over de componenten van het schoeisel niet meer uitsluitend via één drager, meer bepaald het bord, mag worden meegedeeld, zoals voorzien in artikel 6, laatste alinea, van het koninklijk besluit van 8 juli 1996 tot regeling van de etikettering van in voor de verbruiker bestemd schoeisel verwerkte materialen. Dit enige communicatiemiddel is op heden immers enigszins voorbijgestreefd en beantwoordt niet meer aan de verwachtingen van de consument.

De vertegenwoordigers van de productie, distributie en middenstand menen dat het nieuwe ontwerp van koninklijk besluit niet enkel rekening moet houden met de huidige en toekomstige technologische evoluties, maar dat het ook een zekere flexibiliteit moet toekennen aan de verkopers op het vlak van de instrumenten die zij gebruiken om informatie te verstrekken over de samenstelling van het schoeisel. Zij moeten de mogelijkheid hebben volledige informatie te verstrekken aan hun cliënteel via diverse informatiedragers, zowel fysieke (bord, uithangbord, schoendoos, ...) als digitale (digitale affichering, QR

¹ De Europese richtlijn bevat geen dergelijke bepaling.

code, ...). Er moeten dus alternatieve afficheringswijzen voorzien worden om de verkoper toe te laten de drager(s) te kiezen die het best beantwoord(t)(en) aan de behoeften van de onderneming.

De geboden vrijheid inzake de informatiedrager ontslaat de verkoper echter niet van de verplichting om de consument steeds via het meest geschikte middel zo goed mogelijk te informeren over de aard en kwaliteit van het schoeisel.

De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties menen dat het onduidelijk is waarom er op heden voor de informatie over pictogrammen een onderscheid wordt gemaakt tussen fysieke schoenenwinkels en e-commerce en verkoop via catalogi. Artikel 6 van het KB lijkt enkel van toepassing te zijn op fysieke schoenenwinkels. Deze bepaling strookt dan ook niet met de werkelijkheid. Elke verkoper van schoenen, zij het via overeenkomst op afstand, buiten de verkooppriimte of in de fysieke winkel, zou moeten voldoen aan de verplichting om de consument te informeren over de pictogrammen. Er zou dus ook op websites en in catalogi een verplichting moeten zijn om de consument te informeren over de betekenis van de pictogrammen. In die zin staan **de vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** achter de voorgestelde wijziging, die beoogt andere middelen toe te staan aan de fysieke verkoper om de consument te informeren. **De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** zijn evenwel van oordeel dat de consument steeds via een betrouwbaar middel moet worden geïnformeerd. In fysieke winkels is een geschrift (**of elke andere** drager waarop alle informatie rechtstreeks en zonder bijkomende handelingen van de consument aanwezig is) nog steeds het meest betrouwbare middel. Uiteraard staat niets de verkoper in de weg om in fysieke winkels aanvullend andere middelen te voorzien voor de consument die daarvan gebruik wenst te maken.