

KONINKRIJK BELGIE

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

Koninklijk besluit betreffende de  
prijsaanduiding in de horecasector

**VERSLAG AAN DE KONING**

Sire,

Dit ontwerp strekt er toe gebruik te maken van de machtiging die U is verleend krachtens het artikel VI.7, 1°, van het Wetboek van economisch recht.

Krachtens dit artikel kan de Koning voor de producten of categorieën van producten die Hij aanwijst, bijzondere regels stellen inzake prijsaanduiding.

Een gelijkaardige machtiging was eveneens voorzien in de vroegere wetten op de handelspraktijken. Op grond van artikel 3 van de wet van 14 juli 1971 betreffende de handelspraktijken werd het koninklijk besluit van 15 juni 1988 betreffende de aanduiding van de tarieven in de zaken waar logies, maaltijden, gerechten of dranken worden verstrekt, genomen.

Dit besluit, dat na meer dan 25 jaar nog steeds van kracht is, voorziet voor de bedoelde sectoren in de manier waarop de prijsaanduiding moet gebeuren, onder meer door het gebruik van de modellen vastgelegd in bijlage bij dit koninklijk besluit.

Dit ontwerp past de regels inzake prijsaanduiding aan de geëvolueerde praktijken in de betrokken sectoren aan.

Het ontwerp heeft onder meer tot doel om de lasten van de ondernemingen te verlichten, onder andere door niet langer te voorzien in verplichte modellen voor prijsaanduiding. Op die manier wordt de prijsaanduiding

ROYAUME DE BELGIQUE

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

Arrêté royal relatif à l'indication des prix  
dans le secteur horeca

**RAPPORT AU ROI**

Sire,

Le présent projet vise à utiliser l'habilitation qui Vous est octroyée en vertu de l'article VI.7, 1°, du Code de droit économique.

En vertu de cet article, le Roi peut prescrire des modalités particulières de l'indication des prix pour les produits ou catégories de produits qu'Il détermine.

Une habilitation similaire était également prévue dans les anciennes lois sur les pratiques du commerce. Sur la base de l'article 3 de la loi du 14 juillet 1971 sur les pratiques du commerce, l'arrêté royal du 15 juin 1988 relatif à l'indication des tarifs dans les établissements qui fournissent de l'hébergement, des repas, des plats ou des boissons avait été pris.

Cet arrêté, qui après plus de 25 ans est toujours en vigueur, prévoit pour les secteurs visés la manière dont l'indication des prix doit se faire, notamment en utilisant les modèles fixés dans l'annexe de cet arrêté royal.

Le présent projet adapte les règles en matière d'indication des prix à l'évolution des pratiques dans les secteurs concernés.

Le projet a notamment pour but d'alléger les charges des entreprises, notamment en ne prévoyant plus de modèles obligatoires pour l'indication des prix. De cette manière, l'indication des prix est assouplie.

versoepeld.

Het ontwerp is van toepassing op de horecasector. Bedoeld worden enerzijds de ondernemingen die logies aanbieden en anderzijds de ondernemingen die maaltijden, gerechten en/of dranken aanbieden waarbij de mogelijkheid bestaat om deze ter plaatse te consumeren. Voor ondernemingen die gelijkaardige diensten aanbieden maar waarbij consumptie ter plaatse niet mogelijk is, gelden de algemene bepalingen van het boek VI van het Wetboek van economisch recht en van het koninklijk besluit van 30 juni 1996 betreffende de prijsaanduiding van producten en diensten en de bestelbon.

Artikel 1 vertrekt vanuit het algemene principe dat de prijsaanduiding van de verstrekte diensten schriftelijk moet gebeuren op een leesbare, goed zichtbare en ondubbelzinnige wijze op een van buiten de verkooppriimte goed zichtbare plaats.

De notie “verkooppriimte” dient begrepen te worden in de zin van artikel I.8, 32°, van het Wetboek van economisch recht. Verkooppriimte is “a) *iedere onverplaatsbare ruimte voor detailhandel waar de onderneming op permanente basis zijn activiteiten uitvoert; of b) iedere verplaatsbare ruimte voor detailhandel waar de onderneming gewoonlijk zijn activiteiten uitvoert.*”. De verkooppriimte is dus de verplaatsbare of onverplaatsbare ruimte waar, in het kader van de bedoelde sector, logies, maaltijden, gerechten of dranken worden aangeboden.

Deze definitie heeft tot gevolg dat de notie “van buiten de verkooppriimte goed zichtbare plaats” voor de toepassing van het voorliggende ontwerp begrepen moet worden in die zin dat de consument de prijs moet kunnen raadplegen vóór het binnentreden van de verkooppriimte. De informatie moet dus met andere woorden beschikbaar zijn voor het binnengaan van de verkooppriimte. De notie “buiten de verkooppriimte” moet begrepen worden als

Le projet s’applique au secteur horeca. Sont visées d’une part, les entreprises qui offrent de l’hébergement et d’autre part, les entreprises qui offrent des repas, des plats et/ou des boissons avec la possibilité de les consommer sur place. Pour les entreprises qui offrent des services similaires mais où la consommation sur place n’est pas possible, les dispositions générales du livre VI du Code de droit économique et de l’arrêté royal du 30 juin 1996 relatif à l’indication du prix des produits et des services et au bon de commande sont d’application.

L’article 1er part du principe général que l’indication des prix des services fournis doit se faire par écrit d’une manière lisible, apparente et non équivoque, à un endroit nettement visible de l’extérieur de l’établissement commercial.

La notion “d’établissement commercial” doit être comprise au sens de l’article I.8, 32°, du Code de droit économique. Un établissement commercial est “a) *tout site commercial immeuble où l’entreprise exerce son activité en permanence; ou b) tout site commercial meuble où l’entreprise exerce son activité de manière habituelle.*”. L’établissement commercial est donc le site commercial meuble ou immeuble où, dans le cadre du secteur visé, de l’hébergement, des repas, des plats ou des boissons sont proposés.

Cette définition a pour conséquence que la notion de “visible de l’extérieur de l’établissement commercial” pour l’application du présent projet doit être comprise en ce sens que le consommateur doit pouvoir consulter le prix avant d’entrer dans l’établissement commercial. En d’autres termes, les informations doivent être disponibles avant d’entrer dans l’établissement commercial. La notion d’ “extérieur de l’établissement commercial”

bij de ingang van de ruimte of het lokaal waar de diensten worden aangeboden en waar ze kunnen worden geconsumeerd, of bv. op een andere plaats waar de consument voorbijkomt, wanneer hij zich naar de verkoopruimte begeeft. Dit impliceert niet noodzakelijk aan de buitenkant van het gebouw waarin de verkoopruimte zich bevindt. Een hotel met restaurant en/of bar beschikt niet noodzakelijk over een aparte van buiten het gebouw toegankelijke ingang voor het restaurant en/of de bar. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat het restaurant en/of de bar enkel toegankelijk is via de lobby van het hotel. In dergelijk geval voldoet de onderneming aan haar verplichting tot prijsaanduiding van de te koop aangeboden gerechten en dranken 'buiten de verkoopruimte' met de aanduiding van de prijzen aan de ingang van het restaurant zelf, dus in de lobby van het hotel. Het hoeft dit niet te doen aan de hoofdingang van het hotel.

Als een restaurant of een café een terras heeft, dan behoort het terras tot de verkoopruimte; het vormt er één geheel mee. Dit blijkt uit de geciteerde definitie van het begrip "verkoopruimte": ook de verplaatsbare ruimte is de verkoopruimte van de onderneming. Dit impliceert dat een terras wordt beschouwd als een verkoopruimte en dus als een integraal onderdeel van - 'binnenin' - de verkoopruimte. In toeristische centra bijvoorbeeld zijn er restaurants/café's die over een terras beschikken niet alleen onmiddellijk voor het gebouw maar ook aan de overkant van de straat of de dijk. In dat geval worden de beide terrassen beschouwd als zijnde binnen in de verkoopruimte. Concreet betekent dit dat aan de verplichting tot prijsaanduiding 'op een van buiten goed zichtbare plaats' voldaan is indien de prijsaanduiding gebeurt aan de hoofdingang van het gebouw, en dat het dus niet vereist is deze prijsaanduiding te herhalen aan de ingang van elk terras.

doit être comprise comme étant à l'entrée de l'établissement ou du local où les services sont proposés et où ils peuvent être consommés ou, par exemple, à un autre endroit où le consommateur passe lorsqu'il se rend à l'établissement commercial. Ceci n'implique pas nécessairement de se situer à l'extérieur du bâtiment où se trouve l'établissement commercial. Un hôtel avec restaurant et/ou un bar ne dispose pas nécessairement d'une entrée distincte accessible de l'extérieur du bâtiment pour les restaurants et/ou le bar. Il est, par exemple, possible que le restaurant et/ou le bar soit uniquement accessible via le hall de l'hôtel. Dans un tel cas, l'entreprise satisfait à ses obligations en matière d'indication des prix des plats et boissons offerts en vente à 'l'extérieur de l'établissement commercial' en indiquant les prix à l'entrée du restaurant même, donc dans le hall de l'hôtel. Elle ne doit pas le faire à l'entrée principale de l'hôtel.

Lorsqu'un restaurant ou un café a une terrasse, la terrasse fait partie de l'établissement commercial ; il s'agit d'un ensemble. Ceci ressort de la définition précitée d'"établissement commercial": le site commercial meuble constitue également l'établissement commercial de l'entreprise. Cela implique qu'une terrasse est considérée comme un établissement commercial et donc comme faisant partie intégrante - 'à l'intérieur' - de l'établissement commercial. Dans les centres touristiques, par exemple, il y a des restaurants/café's qui disposent d'une terrasse non seulement immédiatement devant le bâtiment mais également de l'autre côté de la rue ou de la digue. Dans ce cas, les deux terrasses sont considérées comme étant à l'intérieur de l'établissement commercial. Concrètement, cela signifie que l'obligation d'indiquer les prix 'à un endroit nettement visible de l'extérieur' est satisfaite si l'indication des prix se fait à l'entrée principale du bâtiment et qu'il n'est donc pas nécessaire de répéter cette indication des prix à l'entrée de chaque terrasse.

Artikel 2 voorziet in de facultatieve mogelijkheid om af te wijken van het algemene principe voor de ondernemingen die logies aanbieden. Hotels kunnen voldoen aan hun verplichting tot prijsaanduiding door enkel binnen in de verkoopruimte de prijzen aan te duiden. Dergelijke prijsaanduiding binnen in de verkoopruimte moet dan wel gebeuren op een plaats die vrij toegankelijk is voor de consument. De bedoeling is dat de consument bijvoorbeeld de lobby van een hotel kan binnenwandelen en daar gemakkelijk de prijs kan consulteren, zonder dat hij daarvoor bijzondere inspanningen moet doen.

De prijs voor de logies moet per verblijfstype worden aangeduid. Dit impliceert dat de prijsaanduiding niet enkel betrekking heeft op de prijs per kamertype (enkele kamer, dubbele kamer, kamer met balkon, enzovoort), maar eveneens op de mogelijkheden om te kiezen voor enkel logies, logies met ontbijt of logies met pension of halfpension. Naast de prijs per verblijfstype, moet de onderneming ook de prijs van alle andere diensten die zij aanbiedt – bijvoorbeeld, roomservice, telefoon, internetverbinding, enzovoort – ter beschikking stellen van de consument. De onderneming is vrij de plaats te bepalen waar de consument deze informatie kan raadplegen: in de kamer (bijvoorbeeld via een brochure, het informatiekanaal op de televisie,...), bij de lobby, ...

Voor de verkoop van goederen zijn de regels van het boek VI van het Wetboek van economisch recht van toepassing. Zo moet bijvoorbeeld de prijsaanduiding van de dranken in de minibar gebeuren overeenkomstig de vereisten van de artikelen VI. 3 tot VI. 7 WER.

Artikel 3 bepaalt dat restaurants en cafés het algemene principe moeten respecteren. Er wordt echter wel een uitzondering voorzien voor de dranken. Aan de ingang mag de prijsaanduiding van dranken worden beperkt

L'article 2 prévoit la possibilité facultative de déroger au principe général pour les entreprises qui offrent de l'hébergement. Les hôtels peuvent satisfaire à leur obligation d'indication des prix en indiquant uniquement le prix à l'intérieur de l'établissement commercial. Une telle indication de prix à l'intérieur de l'établissement commercial doit cependant se faire à un endroit librement accessible pour le consommateur. L'intention est que le consommateur puisse, par exemple, entrer dans le hall d'un hôtel et y consulter facilement le prix, sans devoir faire des efforts particuliers à cet effet.

Le prix de l'hébergement doit être indiqué par type de séjour. Ceci implique que l'indication des prix concerne non seulement le prix par type de chambre (chambre seule, chambre double, chambre avec balcon, etc), mais également les possibilités de choisir uniquement l'hébergement, l'hébergement avec petit-déjeuner ou l'hébergement avec pension ou demi-pension. En plus du prix par type de séjour, l'entreprise doit également mettre à la disposition du consommateur le prix de tous les autres services qu'elle propose, par exemple, le service de chambre, le téléphone, une liaison internet, etc. L'entreprise est libre de déterminer l'endroit où le consommateur peut consulter ces informations : dans la chambre (par exemple via une brochure, le canal d'information à la télévision,...), dans le hall, ...

Pour la vente de biens, les règles du livre VI du Code de droit économique sont d'application. C'est ainsi, par exemple, que l'indication du prix des boissons contenues dans le minibar doit se faire conformément aux exigences des articles VI.3 à VI.7 CDE.

L'article 3 stipule que les restaurants et les cafés doivent respecter le principe général. Une exception est cependant prévue pour les boissons. A l'entrée, l'indication du prix des boissons peut être limitée aux boissons les

tot die dranken die voor elke categorie – bijvoorbeeld frisdranken, warme dranken, bieren, wijnen, sterke dranken,... – het meest representatief zijn. De indeling in categorieën hangt af van het aanbod van de betrokken onderneming. Zo zal bijvoorbeeld een biercafé bij de ingang kunnen voldoen aan haar verplichting tot prijsaanduiding door de aangeboden bieren op te delen in verschillende categorieën en de prijsaanduiding te beperken tot de prijs van de meest representatieve bieren per categorie.

Restaurants en cafés moeten binnen in de verkoopruimte wel een volledige prijslijst van alle maaltijden, gerechten en dranken ter beschikking stellen van de consument. “Binnen” in de verkoopruimte heeft betrekking op de plaats waar de consument effectief de aangeboden diensten consumeert. Concreet betekent dit dat de consument die plaatsneemt op om het even welke terras of binnen in het gebouw de volledige prijslijst tot zijn beschikking moet hebben.

Artikel 4 heft het voornoemde koninklijk besluit van 15 juni 1988 op, dat vervangen wordt door dit ontwerp.

Wij hebben de eer te zijn,  
Sire,  
van Uwe Majesteit,  
de zeer eerbiedige  
en zeer getrouwe dienaren,

De Minister van Economie en Consumenten,

plus représentatives pour chaque catégorie, par exemple, boissons rafraîchissantes, boissons chaudes, bières, vins, boissons fortes,... La répartition en catégories dépend de l'offre de l'entreprise concernée. Ainsi, par exemple, un bar à bières pourra satisfaire à son obligation d'indication des prix en scindant les bières proposées en différentes catégories et en limitant l'indication du prix au prix des bières les plus représentatives de leur catégorie.

Les restaurants et les cafés doivent mettre à disposition du consommateur, à l'intérieur de l'établissement commercial, une liste de prix complète de tous les repas, plats et boissons offerts. “A l'intérieur” de l'établissement commercial porte sur le lieu où le consommateur consomme effectivement les services offerts. Concrètement, cela signifie que le consommateur qui prend place à n'importe quelle terrasse ou à l'intérieur du bâtiment doit avoir la liste de prix complète à sa disposition.

L'article 4 abroge l'arrêté royal du 15 juin 1988 précité que le présent projet vient remplacer.

Nous avons l'honneur d'être,  
Sire,  
de Votre Majesté,  
les très respectueux  
et très fidèles serviteurs

Le Ministre de l'Economie et des  
Consommateurs,

Kris PEETERS

De Minister van Middenstand, Zelfstandigen  
en K.M.O.'s,

Le Ministre des Classes moyennes, des  
Indépendants et des P.M.E.,

Willy BORSUS