

# Guidelines

Direct marketing per telefoon

## Inhoud

Inleiding.....	3
1. Wanneer ben ik onderworpen aan de regels voor direct marketing per telefoon? .....	3
2. Wie geniet de bescherming waarin de wet voorziet op het vlak van direct marketing per telefoon?.....	3
3. Wat moet ik doen als ik bepaalde abonnees wil (laten) opbellen om hen een product/dienst aan te bieden, om hen op de hoogte te brengen van een promoactie ...? .....	3
4. Wat raadt u mij aan te doen? .....	4
5. Wat zijn de sancties in geval van inbreuk? .....	5

## Inleiding

Als onderneming wordt u ertoe gebracht reclame te maken, ofwel rechtstreeks, ofwel via een onderaannemer. Die reclame kan algemeen zijn, maar ook specifiek gericht op bepaalde personen. Op die manier onderhoudt u een handelsrelatie met uw klanten en probeert u er nieuwe te overtuigen.

Om ervoor te zorgen dat uw marketingdoelstelling kan worden bereikt zonder dat dat de individuele consument stoort, bestaan er wettelijke regels die moeten worden nageleefd. We herhalen ze hieronder en geven u er praktische tips bovenop, want het is beter moeilijkheden te vermijden voor ze opduiken!

*De hoven en rechtbanken behouden steeds hun soevereine beoordelingsbevoegdheid over de aanbevelingen, standpunten en andere informatie in deze guidelines. Dit betekent dat hoven en rechtbanken in een juridisch geschil kunnen afwijken van de inhoud van deze guidelines.*

*Deze guidelines hebben een evolutief karakter en kunnen dus op elk moment worden bijgewerkt.*

## 1. Wanneer ben ik onderworpen aan de regels voor direct marketing per telefoon?

Direct marketing is een ruim begrip. Het gaat niet enkel over commerciële acties van ondernemingen voor hun klanten, maar ook over het opnemen van contact met *prospects*, potentiële klanten dus.

Wanneer organisaties bijvoorbeeld mensen contacteren met acties om geld in te zamelen voor goede doelen of om leden aan te werven, wordt dat ook beschouwd als direct marketing.

Maar “contacteren” wordt niet altijd beschouwd als direct marketing.

Bijvoorbeeld:

- een onderneming die een klant contacteert om een afspraak te bevestigen;
- een onderneming die een klant informeert over een mogelijk probleem met een product dat hij heeft gekocht.

**Direct marketing is ruimer dan wat wordt bedoeld met “reclame”.** Niet-commerciële boodschappen vallen ook onder dat begrip.

## 2. Wie geniet de bescherming waarin de wet voorziet op het vlak van direct marketing per telefoon?

Elke Belgische telefoonabonnee geniet die bescherming, ongeacht of het een consument, onderneming, vzw ... betreft.

## 3. Wat moet ik doen als ik bepaalde abonnees wil (laten) opbellen om hen een product/dienst aan te bieden, om hen op de hoogte te brengen van een promoactie ...?

Op grond van de artikelen VI.111 tot 115 van het [Wetboek van economisch recht](#) (WER) moet u **eerst** de [lijst](#) raadplegen die wordt beheerd door de vereniging “Do not call me”. Die vzw werd erkend om een lijst up-to-date te houden met telefoonnummers van abonnees **die uitdrukkelijk**

aan hun telefoonoperator of aan die vereniging te kennen gegeven hebben dat ze niet willen worden gecontacteerd voor redenen van direct marketing per telefoon.

Alle telefoonoperators werken samen met deze vereniging.

**De telefoonnummers die u wenst op te bellen, mogen niet op die lijst voorkomen.**

Dat is wat men noemt een recht op **algemeen verzet** dat wordt uitgedrukt door de abonnee: hij wil geen enkele telefoonoproep ontvangen van wie dan ook om hem producten of diensten aan te bieden of voor promotionele acties via telefoon.

U moet **vervolgens in uw eigen klantenlijsten nakijken** of:

- de personen die niet zijn opgenomen in de "[Bel me niet meer](#)"-lijst en die u wilt contacteren niet hebben laten weten dat ze die vorm van contact via telefoon **niet wensen**;
- de personen die u wilt contacteren u misschien hebben laten weten, **nadat** ze zich hebben ingeschreven op de "Bel-me-niet-meer"-lijst, dat ze akkoord gaan met die vorm van contact via telefoon. Dat is de **specifieke toestemming** van de consument.

**Opgelet**, het is erg belangrijk goed te letten op de datum waarop de klant zijn specifieke toestemming heeft gegeven om door uw onderneming telefonisch te worden gecontacteerd. Dateert die toestemming van na het algemeen verzet via de "Bel-me-niet-meer"-lijst, dan **mag** u die klant contacteren. Anders mag u hem niet contacteren, of u loopt het risico een sanctie te krijgen.

**Concreet voorbeeld:**

De heer X, consument, wil niet telefonisch worden gecontacteerd voor reclame of de verkoop van goederen en diensten, ongeacht de firma in kwestie; hij registreert zich op 03.03.2016 op de "Bel-me-niet-meer"-lijst.

Op 02.11.2016 surft hij naar de site van onderneming Y, waar hij zich inschrijft voor reclame en andere promoties van Y.

Resultaat: als Y vanaf 01.12.2016 een promoactie lanceert, mag ze de heer X contacteren in het kader daarvan, **voor zover hij sinds 02.11.2016 niet aan Y heeft laten weten dat hij van mening is veranderd**. Y mag dat dus doen, omdat de specifieke toestemming werd gegeven **nadat** het recht op algemeen verzet werd uitgeoefend.

**Tip:** Denk eraan uw (toekomstige) klant er duidelijk op te wijzen **dat hij het recht heeft om te aanvaarden of te weigeren** dat hij reclameacties van u ontvangt, en dat gedurende de hele duur van zijn commerciële relatie met u.

## 4. Wat raadt u mij aan te doen?

Zorg voor een systeem dat toelaat:

- aan uw klanten de permanente, eenvoudige en gratis mogelijkheid te bieden om reclame van u te aanvaarden of te weigeren. Bijvoorbeeld wanneer de klant een account aanmaakt, als hij om informatie vraagt, na het uitvoeren van een bestelling, in het kader van een tevredenheidsonderzoek of een wedstrijd ...;
- de toestemming en het verzet van al uw klanten voor marketingacties te verzamelen;
- te beschikken over schriftelijke en gedateerde bewijzen, aangezien u moet kunnen aantonen dat u de verplichte lijsten wel degelijk hebt geraadpleegd en de mening van de consument hebt gerespecteerd;
- **vóór** elke marketingactie de "[Bel me niet meer](#)"-lijst te controleren en de namen te verwijderen die zowel op die lijst voorkomen als op uw lijst met potentiële doelen;
- uw potentiële doelen te kruisen met uw eigen lijsten.

**Tip: Zorg ervoor** dat al die lijsten gemakkelijk toegankelijk zijn voor de personen die instaan voor de marketingacties, en dat ze **altijd up-to-date zijn en een datum dragen**.

In het kader van een controle moet u kunnen aantonen dat u de bovenvermelde lijsten hebt geraadpleegd en gecontroleerd. Als de klager voorkomt op de lijst van algemeen verzet tegen

reclame ([Bel me niet meer](#)) en hij vervolgens niet de wens te kennen heeft gegeven om door u te worden gecontacteerd, maar u hebt hem toch gecontacteerd, riskeert u een sanctie.

## 5. Wat zijn de sancties in geval van inbreuk?

Inbreuken worden strafrechtelijk gesanctioneerd met een geldboete die kan oplopen tot 80.000 euro (of tot 4% van de jaaromzet als dat een hoger bedrag is).<sup>1</sup>

De Economische Inspectie kan onderzoeken instellen naar aanleiding van een melding die zij via het [Meldpunt](#) ontvangt. Ze kan ook op eigen initiatief een onderzoek opstarten of het kaderen in een grootschalig algemeen onderzoek in de sector. Onderzoeken kunnen ook op vraag van de minister of het parket plaatsvinden.

Als een inbreuk wordt vastgesteld, heeft de Economische Inspectie voornamelijk de volgende mogelijkheden:

- een waarschuwing geven met de aanmaning de situatie te regulariseren;
- haar bevindingen doorgeven aan de procureur des Konings;
- gebruikmaken van een transactie (voorstel van een geldsom waarvan de vrijwillige betaling en de staking van de inbreuk de strafvordering doen vervallen);
- een administratieve geldboete opleggen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> De strafbepalingen zijn opgenomen onder de artikelen XV.70 en XV.83 WER.

Jaaromzet: de totale jaaromzet in het laatst afgesloten boekjaar voorafgaand aan het opleggen van de geldboete waarover gegevens beschikbaar zijn die toelaten om de jaaromzet vast te stellen.

Sanctie van niveau 2: geldboete van 26 tot 10.000 euro, wat na vermenigvuldiging met de opdecimen neerkomt op een geldboete van 208 tot 80.000 euro, of tot 4% van de totale jaaromzet als dit een hoger bedrag is.

<sup>2</sup> De minimale en maximale bedragen van de administratieve geldboete stemmen overeen met de respectieve minimale en maximale bedragen van de strafrechtelijke geldboete die hetzelfde feit sanctioneert. De opdecimen zijn eveneens van toepassing op deze administratieve geldboeten (artikel XV.60/20 WER).