

Guidelines

over

prijsaanduiding in de horeca

1.	Waarom guidance over de prijsaanduiding in de horeca?.....	2
2.	Zijn de prijzen in de horeca gereguleerd?	2
3.	Waar vinden wij de algemene wettelijke regeling over de prijsaanduiding?	2
4.	Waar vinden wij de wettelijke regeling over de prijsaanduiding in de horeca?	3
5.	Wat zijn de algemene principes voor de prijsaanduiding in de horeca?.....	3
6.	Welke specifieke regels voor prijsaanduiding gelden bij hotels?.....	4
7.	Moet ik als hoteluitbater de prijzen van logies en restaurant aan de buitenzijde bekendmaken? .	4
8.	Moet ik als hoteluitbater de prijzen van mijn diensten vooraf bekendmaken?	4
9.	Hoe moet ik de prijzen van mijn hoteldiensten aanduiden?.....	4
10.	Welke specifieke regels voor prijsaanduiding zijn van toepassing voor restaurants en cafés?	5
11.	Ik verkoop meer dan 200 biersoorten: moet ik daarvan de prijs bekendmaken buiten de verkoopruimte?.....	5
12.	Moet ik als caféhouder of restaurantuitbater beschikken over een prijslijst en/of menukaart? ...	6
13.	Moet ik als horeca-uitbater op elk terras de prijzen aanduiden?	6
14.	Hoe zit het met de prijsaanduiding als ik naast een restaurant ook een feestzaal uitbaat?	6
15.	Wat zijn homogene en niet-homogene diensten in de horeca?.....	6
16.	Ben ik verplicht om all-inprijzen te vermelden?.....	7
17.	Ben ik verplicht uitdrukkelijk te vermelden dat mijn prijzen “btw en dienst” inbegrepen zijn?	8
18.	Ben ik verplicht om op de drankenkaart de prijs per liter te vermelden?	8
19.	Hoe zit het met het vermelden van dagprijzen voor bepaalde gerechten?	8
20.	Hoe de prijzen aanduiden bij online boeking?	8
21.	Wat zijn de strafsancties voorzien in de wet?.....	9
22.	Hoe treedt de Economische Inspectie op?.....	9
23.	De guidelines voor de prijsaanduiding in de horeca kort samengevat	10

1. Waarom guidance over de prijsaanduiding in de horeca?

De bevoegdheid van de Economische Inspectie is geregeld in boek XV van het Wetboek van economisch recht. Dat boek handelt over de rechtshandhaving. Rechtshandhaving gaat echter verder dan het louter repressief optreden door voor de vastgestelde inbreuken pv's op te stellen. De wetgever heeft hierop willen inspelen door een aanvullende bevoegdheid toe te kennen aan de ambtenaren van de Economische Inspectie. Naast de kernopdracht om repressief op te treden, moeten zij ook de stakeholders op gepaste wijze informeren en voorlichten over de economische reglementering door passende guidance.

De prijsaanduiding in handelszaken is belangrijk zowel voor ondernemingen als voor de consument. Een correcte prijsaanduiding van goederen en diensten moet in de eerste plaats zorgen voor de nodige markttransparantie. De prijs is wellicht een van de belangrijkste koopmotieven voor de consument. Consumenten moeten in de mogelijkheid gesteld worden om zich vooraf grondig te informeren vooraleer de aankoopbeslissing te nemen. Dat is niet alleen van belang wanneer zij een hotel boeken maar ook als zij op restaurant of café gaan.

Correcte en duidelijke informatie over de te betalen prijs vormt een van de belangrijkste wettelijk geregelde informatieverplichtingen voor de onderneming. Open communicatie hierover versterkt het vertrouwen bij de klant.

Het verduidelijken van de regelgeving over de prijsaanduiding via guidance wil een bijdrage leveren in een meer correcte toepassing. Dat moet zowel ondernemingen als consumenten ten goede komen.

2

2. Zijn de prijzen in de horeca gereguleerd?

Er bestaat geen van overheidswege opgelegde prijzenreglementering voor de horeca. Ondernemers hebben dus de vrijheid om hun prijzen te bepalen rekening houdend met de marktomstandigheden (handelsgebruiken, concurrentie, imago van de zaak, doelgroep, ...) en financieel-economische overwegingen (kostprijs, verkoopmarges, ...).

Wettelijk opgelegde verkoopprijzen met minima en maxima zijn dus voor alle duidelijkheid niet van toepassing in de horeca. Er bestaat bijvoorbeeld geen opgelegde bierprijs voor café-uitbaters. Hoeveel u als uitbater kunt vragen voor uw diensten (de tarieven), is dus niet van overheidswege geregeld. Er bestaan wel te respecteren regels over hoe de prijzen moeten worden aangeduid.

3. Waar vinden wij de algemene wettelijke regeling over de prijsaanduiding?

De wettelijke regels voor de prijsaanduiding vindt u terug in de artikelen VI.3, VI.4, VI.5 en VI.6 van het Wetboek van economisch recht (WER) (zie [art. VI. 3 tot 6 WER](#)).

De wetgever stelt dat wie aan consumenten goederen of homogene diensten verkoopt zijn prijzen vooraf moet bekendmaken. De prijs moet schriftelijk en ondubbelzinnig worden aangeduid (art. VI. 3. § 1. en §2 WER).

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

Het [koninklijk besluit van 30 juni 1996](#) regelt de wettelijke vereisten bij het opmaken van een bestek en bestelbon.

Er moet een bestelbon opgemaakt worden wanneer de uitvoering van de dienst op een later tijdstip plaatsvindt en een voorschot wordt betaald. Dat is het geval wanneer vb. de datum van een trouwfeest wordt vastgelegd bij een restauranthouder met annex de uitbating van een feestzaal.

4. Waar vinden wij de wettelijke regeling over de prijsaanduiding in de horeca?

Specifiek voor de horeca regelt het [KB van 7 december 2016](#) de aanduiding van de tarieven in de zaken waar logies, maaltijden, gerechten of dranken worden verstrekt. Dat KB vervangt het oude KB van 15 juni 1988.

Het KB van 7 december 2016 is enkel van toepassing op ondernemingen waar de diensten in de verkoopruimte zelf worden geconsumeerd zoals cafés, restaurants en hotels. Ondernemingen die geen mogelijkheid bieden om die diensten ter plaatse te consumeren (zoals afhaalrestaurants) vallen onder de gewone regels van prijsaanduiding.

5. Wat zijn de algemene principes voor de prijsaanduiding in de horeca?

Wie logies, maaltijden, gerechten of dranken aanbiedt moet de prijzen van zijn diensten ondubbelzinnig, schriftelijk en op een van buiten de verkoopruimte goed zichtbare plaats bekendmaken (artikel 1 van het KB van 7 december 2016).

De bekendmaking op een van buiten de verkoopruimte¹ goed zichtbare plaats houdt in dat de consument de prijzen vooraf moet kunnen raadplegen vóór hij de verkoopruimte binnengaat. Dat kan maar hoeft niet noodzakelijk te gebeuren door het bekendmaken van de prijzen aan de buitenzijde van het gebouw.

Het begrip “buiten de verkoopruimte” moet worden opgevat als bij de ingang van de ruimte waar de diensten worden aangeboden en geconsumeerd (de eigenlijke café- of restaurantruimte). Het mag zelfs op een andere plaats zijn waar de consument moet passeren op weg naar de verkoopruimte.

Voor horecazaken met verschillende afdelingen zoals een café-restaurant of een hotel-restaurant volstaat het dat de prijzen op een goed zichtbare wijze worden aangeduid bij de toegang tot de betrokken afdeling.

Elke onderneming die maaltijden, gerechten of dranken aanbiedt, mag de prijsaanduiding van de dranken op een van buiten goed zichtbare plaats beperken tot die dranken die voor elke categorie het meest representatief zijn. Binnen in de verkoopruimte

¹ Voor de definitie van verkoopruimte zie artikel 1.8, 32°, van het Wetboek van economisch recht. Verkoopruimte 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.”

moet de onderneming wel een volledige prijslijst van alle aangeboden maaltijden, gerechten en dranken ter beschikking stellen van de consument (art. 3 van het [KB van 7 december 2016](#)).

6. Welke specifieke regels voor prijsaanduiding gelden bij hotels?

Artikel 2 van het [KB van 7 december 2016](#) voorziet in de mogelijkheid om af te wijken van het algemene principe van de prijsaanduiding buiten de verkooppriimte voor de ondernemingen die logies aanbieden (hotels).

Hotels kunnen voldoen aan de wettelijke verplichting tot prijsaanduiding door enkel binnen de verkooppriimte de prijzen aan te duiden. De prijsaanduiding binnen de verkooppriimte 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 binnenstappen om daar zonder enige verplichting de prijslijst te consulteren, zonder dat hij daarvoor bijzondere inspanningen moet doen.

7. Moet ik als hoteluitbater de prijzen van logies en restaurant aan de buitenzijde bekendmaken?

Neen, het kan maar het hoeft niet aan de buitenzijde van het gebouw. Het volstaat dat u de prijzen van logies bekendmaakt aan de receptie of bij de ingang van het hotel.

4 De prijsaanduiding van de in het hotel-restaurant aangeboden gerechten kan bijvoorbeeld gebeuren in de lobby van het hotel, wanneer het restaurant enkel toegankelijk is via de lobby. De **prijs van de gerechten** moet dus niet bekendgemaakt worden aan de hoofdingang van het hotel.

8. Moet ik als hoteluitbater de prijzen van mijn diensten vooraf bekendmaken?

De prijsinformatie van de aangeboden hoteldiensten moet vooraf beschikbaar zijn voor het binnengaan van de verkooppriimte. Dat kan bij de ingang van de hotelruimte (vb. **de prijzen van het logies aan** de receptie van het hotel). Het mag zelfs gebeuren op de plaats waar de consument voorbijkomt, wanneer hij zich naar de verkooppriimte begeeft (vb. de patio van een hotel om naar het restaurant te gaan).

Een hotel met restaurant en/of bar beschikt soms niet 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. De hoteluitbater kan er ook voor kiezen om zijn bar en/of restaurant enkel ter beschikking te stellen van de hotelgasten. In dat geval voldoet de onderneming aan haar verplichting tot prijsaanduiding van de te koop aangeboden gerechten en dranken "buiten de verkooppriimte" wanneer de prijzen aangeduid zijn aan de ingang van het restaurant zelf, dus in de lobby van het hotel. Het hoeft dus niet noodzakelijk aan de hoofdingang van het hotel.

9. Hoe moet ik de prijzen van mijn hoteldiensten aanduiden?

De prijs voor het logies moet per verblijfstype worden aangeduid. Dat betekent dat de prijsaanduiding niet enkel moet gebeuren per kamertype (prijs voor een enkele kamer, een dubbele

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

kamer, een kamer met balkon, enz....), maar ook volgens de aangeboden verblijfsformule (prijzen enkel logies, logies met ontbijt of logies met pension of halfpension).

Naast de prijs per kamer- en verblijfsformule, moet de onderneming ook de prijs van alle andere diensten die zij aanbiedt (vb. roomservice, telefoon, internetverbinding, was- en strijkdienst ...) ter beschikking stellen van de consument.

De prijs per kamer- of verblijfsformule moet niet van buitenaf maar mag ook binnen de verkoopsruimte zelf worden aangeduid (vb. in de inkomhal, aan de receptie).

De onderneming is vrij de plaats te bepalen waar de consument de informatie over de andere (eerder facultatieve) diensten kan raadplegen. Dat kan in de hotelkamer zelf (bijvoorbeeld via een brochure, het informatiekanaal op de televisie, ...) of bij de receptie.

De prijzen enkel ter beschikking stellen via de website is niet voldoende: de consument moet vooraleer de dienst te gebruiken inzage kunnen krijgen in de prijslijst.

Voor de verkoop van goederen zijn de regels van het boek VI van het Wetboek van economisch recht van toepassing. Zo moet de prijsaanduiding van de dranken in de minibar gebeuren overeenkomstig de vereisten van de artikelen VI.3 tot VI.6 WER.

10. Welke specifieke regels voor prijsaanduiding zijn van toepassing voor restaurants en cafés?

Restaurants en cafés moeten het algemene principe van prijsaanduiding van artikel 1 van het KB van 7 december 2016 respecteren. Er wordt echter een uitzondering gemaakt voor de prijsaanduiding van dranken. De prijsaanduiding mag worden beperkt tot die van de meest representatieve dranken per categorie ([art. 3 van het KB van 7 december 2016](#)).

5

De prijzen moeten ondubbelzinnig, schriftelijk en op een van buiten de verkoopsruimte² goed zichtbare plaats bekendgemaakt worden. Dat kan via een bord aan de voorgevel of het afficheren van de prijslijst achter het raam bij de inkom maar ook bijvoorbeeld in de inkomhal zelf die toegang geeft tot het café of restaurant.

11. Ik verkoop meer dan 200 biersoorten: moet ik daarvan de prijs bekendmaken buiten de verkoopsruimte?

Aan de ingang mag de prijsaanduiding van dranken worden beperkt 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 kan bijvoorbeeld een biercafé bij de ingang voldoen aan zijn 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.

² Buiten de verkoopsruimte moet opgevat worden als bij de ingang van de ruimte waar de diensten worden aangeboden en geconsumeerd (de eigenlijke restaurant- of caféruimte). Dat hoeft dus niet noodzakelijk aan de buitenzijde van het gebouw te zijn.

12. Moet ik als caféhouder of restaurantuitbater beschikken over een prijslijst en/of menukaart?

Restaurants en cafés moeten binnen de verkoopruimte wel een volledige prijslijst van alle maaltijden, gerechten en dranken ter beschikking stellen van de consument. “Binnen” de verkoopruimte heeft betrekking op de plaats waar de consument effectief de aangeboden diensten consumeert. Concreet betekent dat dat de consument die plaatsneemt in de café- of restaurantruimte, de volledige prijslijst ter beschikking moet hebben.

In de eetruimte zelf moeten de consumenten kunnen kennisnemen van de prijzen van alle aangeboden dranken en gerechten door een goed zichtbare aanduiding in de zaak (vb. bij een beperkt aanbod) en/of door vermelding op een dranken- en/of menukaart.

Er bestaan geen wettelijk opgelegde modellen voor tarieflijsten in de horeca.

13. Moet ik als horeca-uitbater op elk terras de prijzen aanduiden?

Als een restaurant of een café een terras heeft, dan behoort het terras tot de verkoopruimte. Dat volgt uit de wettelijke definitie van verkoopruimte (zie voetnoot 1). Ook de verplaatsbare ruimte zoals een terras aan de overkant van de dijk of een zomerterras aan de overkant van de straat op het marktplein wordt beschouwd als de ‘interne’ verkoopruimte van de onderneming. Een tijdelijk opgesteld terras maakt dus integraal deel uit van de verkoopruimte.

6 Concreet betekent dat 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. Het is dus volgens de wet niet vereist om de prijsaanduiding te herhalen aan de ingang van elk terras. Sommige terrassen hebben ook niet echt een aparte ingang.

Op het terras kan dus perfect enkel het promotieaanbod vb. “Menu van de week” aangekondigd worden, maar het volledige aanbod van de gerechten moet goed zichtbaar aan de ingang van het gebouw worden bekendgemaakt. Het aanbod van de dranken kan bij de hoofdingang beperkt worden tot de meest representatieve dranken per categorie.

14. Hoe zit het met de prijsaanduiding als ik naast een restaurant ook een feestzaal uitbaat?

Bij de combinatie van een café of restaurant met andere diensten zoals feestzaalverhuur, al dan niet met eigen bediening, is er volgens de regelgeving sprake van 2 soorten diensten. De wetgever maakt een onderscheid tussen homogene diensten en niet-homogene diensten.

15. Wat zijn homogene en niet-homogene diensten in de horeca?

Homogene diensten zijn alle diensten waarvan de eigenschappen en de modaliteiten identiek of gelijkaardig zijn, ongeacht onder meer het ogenblik, de plaats van de uitvoering, de dienstverstrekker of de persoon voor wie ze bestemd zijn ([art. 1.8, 1° WER](#)). De dienstverlening vertoont een standaardkarakter en de prijsaanduiding gebeurt via het ter beschikking stellen van een prijslijst. Voorbeelden hiervan zijn de diensten van kappers, textielreinigers, fotografen, schoorsteenvegers, banken, ... en ook horeca.

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

Het [KB van 30 juni 1996](#)³ regelt de prijsaanduiding van homogene diensten (art. 13-15) en van niet-homogene diensten (art. 16-18). De gewone activiteiten van café, taverne, restaurant, hotel, ... worden beschouwd als homogene diensten.

In eerder uitzonderlijke gevallen zou er sprake kunnen zijn van niet-homogene diensten (vb. de bereiding van speciale gerechten in een restaurant op bijzondere vraag van de klant). Niet-homogene diensten vertonen specifieke kenmerken en zijn meestal volgens de wensen en op maat van de klant. Wie naast een restaurant ook een feestzaal uitbaat en daarin bijvoorbeeld huwelijksfeesten organiseert verleent homogene diensten voor zijn restaurantactiviteiten (tarieven menukaart) en niet-homogene diensten voor het organiseren van feesten volgens de wensen van de klant (opmaken van een bestek).

[Art. 16 van het KB van 30 juni 1996](#) stelt: *In geval van een te koop aanbidding van niet-homogene diensten van hoofdzakelijk niet-intellectuele aard moet een bestek worden afgeleverd aan de consument, voor zover die hierom verzoekt en de verkoper bereid is de dienst te verlenen.*

Het [artikel 17 van het koninklijk besluit van 30 juni 1996](#) legt de wettelijk verplichte vermeldingen vast.

De consument kan bij niet-homogene diensten dus altijd vragen dat een bestek wordt opmaakt. Alvorens een bestek opgesteld wordt, moet de consument ingelicht worden over de prijs van het bestek, tenzij dat kosteloos is. Het bestek moet voldoende gedetailleerd zijn zodat de consument kan vergelijken. De dienstenverlener is wettelijk niet verplicht om een bestek op te maken en de dienstopdracht te aanvaarden. Hij beschikt immers over de contractuele vrijheid zich al dan niet te verbinden voor de uitvoering van de dienst. Als hij echter een bestek heeft opgemaakt en de koper heeft dat ook aanvaard, dan is er sprake van een bindend aanbod. Een bindend aanbod geldt als een koopovereenkomst.

7

16. Ben ik verplicht om all-inprijzen te vermelden?

Wie goederen of diensten verkoopt aan de consument moet zijn prijzen inclusief btw, taksen en eventuele kosten van andere verplichte diensten vermelden. Art. VI. 4. WER stelt: *De aangeduide prijs is de door de consument totaal te betalen prijs, waaronder is begrepen: de belasting over de toegevoegde waarde, alle overige taksen en de kosten van alle diensten die door de consument verplicht moeten worden bijbetaald.*

De aangeduide prijs is de door de consument totaal te betalen prijs (dus inclusief btw, belastingen en alle diensten), minstens in euro aangeduid.

Bovenop de aangeduide prijzen mogen dus geen andere kosten worden aangerekend. Er mogen enkel andere kosten aangerekend worden als het gaat om extra diensten of producten die de klant er niet verplicht bij moet nemen (vb. een extra portie friet in een restaurant, een was- en strijkdienst in een hotel,...). Daarvan moet ook een prijslijst vooraf ter beschikking gesteld worden.

³ Het KB van 30 juni 1996 kunt u consulteren via http://www.ejustice.just.fgov.be/cqi_loi/loi_a.pl?language=nl&caller=list&cn=1996063039&la=n&fromtab=wet&sql=dt='koninklijk%20besluit

17. Ben ik verplicht uitdrukkelijk te vermelden dat mijn prijzen “btw en dienst” inbegrepen zijn?

Wie aan consumenten goederen of diensten verkoopt, moet altijd prijzen vermelden inclusief btw en andere verplichte diensten (zoals de bediening). De consument mag er dus altijd van uitgaan dat de geafficheerde prijs ook de te betalen prijs is.

De aangeduide prijs is de totaal door de consument te betalen prijs. Het is bijgevolg niet nodig, noch verplicht om te vermelden dat de prijzen “btw en dienst inbegrepen” zijn.

18. Ben ik verplicht om op de drankenkaart de prijs per liter te vermelden?

In bepaalde gevallen moeten handelaars de prijs per meeteenheid vermelden bij de verkoop van bepaalde goederen aan consumenten. De regeling vindt u in het [KB van 7 februari 2000](#).

Voor etenswaren en dranken die ter plaatse worden geconsumeerd (zoals in de horeca) is die regeling evenwel niet van toepassing (zie uitzonderingen voorzien in art 11, 2°). Op uw drankenkaart kunt u dus gewoon de prijs per stuk vermelden (vb. prijs per fles, per karaf of per glas) zonder te vermelden hoeveel de prijs per liter bedraagt.

Wie naast restaurant- ook traiteurdiensten aanbiedt, valt wel onder de regeling prijsaanduiding per gebruikelijke meeteenheid (vb. per liter, per kg, per 100, 250 of 500 gram). Ook afhaalrestaurants vallen onder die regeling.

19. Hoe zit het met het vermelden van dagprijzen voor bepaalde gerechten?

Restaurants zijn verplicht om de prijzen van de gerechten aan te duiden op een van buiten goed zichtbare plaats. De consument moet zich vooraf een beeld kunnen vormen van het volledige aanbod en de prijzen daarvan. Soms hanteren bepaalde restauranthouders dagprijzen. Dat kan het geval zijn voor bepaalde verse producten waarvan de aankooprijzen sterk variëren volgens het aanbod. Voor dagverse garnalen en bepaalde andere vissoorten zoals zeetong kunnen de dagprijzen sterk schommelen volgens het seizoen en de aanvoer in de visveiling.

Alle prijzen moeten worden aangeduid op een van buiten goed zichtbare plaats, ook wanneer het om dagprijzen gaat. De restauranthouder moet er voor zorgen dat ook in die gevallen de consument vooraf kan kennisnemen van de toegepaste verkoopprijzen. Naast de vermelding van de dagprijzen op een van buiten goed zichtbare plaats, kan bijvoorbeeld een bijlage van de gerechten aan dagprijzen worden toegevoegd aan de volledige prijslijst die binnen het restaurant ter beschikking moet staan van de consument.

20. Hoe de prijzen aanduiden bij online boeking?

Reizen worden in toenemende mate geboekt via het internet. Ook het reserveren van een hotel verloopt steeds vaker online. De prijzen in de hotelsector kunnen sterk schommelen, niet alleen volgens het seizoen maar van week tot week en zelfs van dag tot dag. Aparte tarieven voor midweek- en weekendreservaties zijn zeer gebruikelijk. Ook naar aanleiding van evenementen worden de prijzen vaak verhoogd. Wie bij bepaalde hotels online boekt, krijgt zelfs tarieven te zien die van uur tot uur kunnen verschillen.

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

Wie online verkoopt, moet zich houden aan bijzondere regels. Die hebben onder meer betrekking op de wettelijk verplichte precontractuele informatie bij de verkoop op afstand zoals bij internetverkoop. De wettelijke voorschriften vindt u onder art. VI.45 e.v. van het Wetboek van economisch recht (WER). Die zijn ook van toepassing voor wie als professioneel online verblijven en hoteldiensten aanbiedt.

De consument moet, vooraleer de hotelreservatie plaatsvindt (de online boeking), correct ingelicht worden over het dienstenaanbod en de daarbij geldende prijzen (cf. [art. VI. 45,5° WER](#)). De consument die op een bepaald tijdstip wenst te reserveren moet dus voor zijn boeking de op dat moment geldende prijs kunnen consulteren. Dat kan gaan over de prijs voor de reservatie van een of meerdere nachten, de reservatie voor een onmiddellijk verblijf of een verblijf in de nabije of verdere toekomst.

“Vanaf prijzen” kunnen enkel als het gaat om reëel toegepaste prijzen. Dat is ook het geval bij het aankondigen van prijskortingen. Het afficheren van fictieve prijzen is een misleidende handelspraktijk en is dus verboden.

Bij het boeken zelf moet de door de consument totaal te betalen prijs duidelijk weergegeven worden in het bestelproces van de boeking. Het is een van de essentiële elementen vooraleer de hotelreservatie te bevestigen en de betaling via de “betaalknop” uit te voeren. De wet beoogt een transparante prijsaanduiding niet alleen in het belang van de consument maar ook in het belang van de onderneming.

21. Wat zijn de strafsancties voorzien in de wet?

9

Inbreuken op de prijsaanduiding worden strafrechtelijk gesanctioneerd met een geldboete die kan oplopen tot 60.000 euro en zelfs tot 150.000 euro bij kwade trouw. De strafbepalingen zijn opgenomen onder de artikelen XV.70 en XV.83, 1°, WER.

Art. XV.70. [1] De inbreuken op de bepalingen van dit Wetboek worden bestraft met een sanctie tussen niveau 1 en niveau 6. De sanctie van niveau 1 bestaat uit een strafrechtelijke geldboete van 26 tot 5.000 euro. De sanctie van niveau 2 bestaat uit een strafrechtelijke geldboete van 26 tot 10.000 euro. De sanctie van niveau 3 bestaat uit een strafrechtelijke geldboete van 26 tot 25.000 euro.

Art. XV.83.[1] Met een sanctie van niveau 2 worden gestraft, zij die de bepalingen overtreden: 1° van de artikelen VI. 3 tot VI. 6 betreffende de prijsaanduiding en van de besluiten ter uitvoering van artikel VI. 7;

Die bedragen moeten nog verhoogd worden met de zgn. opdecimen. Sinds januari 2017 is dat x 8. De boete voor het sanctieniveau 2 bedraagt dus minimaal 208 euro en maximaal 80.000 euro.

Wanneer er sprake is van kwade trouw is het sanctieniveau 3 van toepassing.

22. Hoe treedt de Economische Inspectie op?

De Economische Inspectie kan onderzoeken instellen naar aanleiding van een klacht of een melding of op eigen initiatief.

Bij het vaststellen van inbreuken kan een proces-verbaal van waarschuwing worden opgesteld. De overtreder krijgt in dat geval een voorafgaande verwittiging met de mogelijkheid zich binnen een bepaalde periode in regel te stellen.

De regels over de prijsaanduiding zijn fundamenteel voor de transparantie van de markt. Zij bestaan al sinds vele jaren en dus worden zij verondersteld goed gekend te zijn in de sector. Om die reden wordt bij inbreuken op de prijsaanduiding vaak direct een pro justitia opgesteld met een voorstel van minnelijke schikking.

Wanneer aan het proces-verbaal van waarschuwing geen passend gevolg gegeven wordt, wordt eveneens een pro justitia opgesteld.

De betaling van de geldboete doet de strafvordering vervallen. Wordt de geldboete niet betaald, dan gaat het dossier voor verder gevolg naar het ter zake bevoegde parket.

23. De guidelines voor de prijsaanduiding in de horeca kort samengevat

1. Er bestaat geen van overheidswege opgelegde prijzenreglementering voor de horecasector. De prijsbepaling is vrij.
2. De prijzen moeten inclusief btw, taksen en eventuele kosten van andere verplichte diensten (zoals bediening en fooien) worden vermeld.
3. Wie horecadiensten verleent moet zijn prijzen vooraf bekendmaken. De prijs moet schriftelijk op een goed zichtbare plaats en ondubbelzinnig worden aangeduid.
4. Naast de algemene regels voor prijsaanduiding, opgenomen in de artikelen 3 tot 6 van het boek VI van het Wetboek van economisch recht, voorziet het KB van 7 december 2016 in een aantal specifieke regels over de prijsaanduiding in de zaken waar logies, maaltijden, gerechten of dranken (hotels, restaurants en cafés) worden verstrekt.
5. Voor restaurants en cafés moeten de prijzen op een van buiten de verkooppuimte goed zichtbare plaats worden aangeduid. Voor hotels voorziet de regelgeving in een uitzondering: de prijzen van de aangeboden diensten mogen aan de ingang van de eigenlijke verkooppuimte worden aangeduid. De consument moet echter in alle vrijheid kunnen kennisnemen van het aanbod en de prijzen.
6. “Buiten de verkooppuimte” moet worden opgevat als bij de ingang van de ruimte waar de diensten worden aangeboden en geconsumeerd (vb. de eigenlijke restaurant- of caféruimte). Dat hoeft dus niet noodzakelijk aan de buitenzijde van het gebouw te zijn.
7. Voor hotels volstaat het dat de consument aan de receptie de prijslijst van de aangeboden hoteldiensten (per type kamer en per type logies) kan raadplegen, zonder dat hij daarvoor bijzondere inspanningen moet doen. De gereguleerde tariefmodellen voor hotels zijn afgeschaft.
8. Restaurants en cafés mogen de prijsaanduiding op een van buitenaf goed zichtbare plaats beperken tot de prijs van de meest representatieve dranken per categorie.
9. Voor restaurants is geen uitzondering voorzien voor de gerechten. Een volledige lijst van de aangeboden gerechten moet op een goed zichtbare plaats buiten de verkooppuimte zelf (de restaurantruimte), worden bekendgemaakt.
10. Vaste of tijdelijke terrassen worden ook beschouwd als behorend tot de verkooppuimte. Voor uitbaters van terrassen volstaat het dat de consument de prijzen kan inkijken aan de hoofdingang. De prijzen hoeven niet bij de ingang van elk terras aangeduid te worden.
11. De prijzen moeten ook binnen de verkooppuimte worden aangeduid. Dat is de ruimte waar de diensten worden verbruikt. Dat kan door de prijzen uit te hangen en/of een prijslijst

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

(menukaart, drankenkaart, prijslijst logies, ...) van het volledige aanbod ter beschikking te stellen.