

Guidelines

Prijsaanduiding in de horeca

Inhoud

Inleiding.....	3
1. Zijn de prijzen in de horeca gereguleerd?	3
2. Wat is de algemene wettelijke regeling over de prijsaanduiding?	3
3. Wat is de wettelijke regeling over de prijsaanduiding in de horeca?	4
4. Moet ik als hoteluitbater de prijzen van logies en restaurant ook aan de buitenzijde bekendmaken?.....	5
5. Vallen recreatiebedrijven zoals campings ook onder de wetgeving?.....	5
6. Hoe moet ik de prijzen van mijn hoteldiensten aanduiden?	5
7. Volstaat mondelinge informatie over o.a. de prijzen aan vb. de receptie van het hotel?	6
8. Ik verkoop meer dan 200 biersoorten: moet ik daarvan de prijs bekendmaken buiten de verkoopruimte?	6
9. Moet ik als caféhouder of restaurantuitbater beschikken over een prijslijst en/of menukaart?	6
10. Moet ik als horeca-uitbater op elk terras de prijzen aanduiden?.....	6
11. Wat zijn homogene en niet-homogene diensten in de horeca?	7
12. Ben ik verplicht om all-inprijzen te vermelden?.....	8
13. Ben ik verplicht uitdrukkelijk te vermelden dat mijn prijzen “btw en dienst” inbegrepen zijn?	8
14. Hoe moet ik de afrondingen op betalingen toepassen?	8
15. Ben ik verplicht om op de drankenkaart de prijs per liter te vermelden?.....	8
16. Hoe zit het met het vermelden van dagprijzen voor bepaalde gerechten?	9
17. Hoe moet ik de prijzen aanduiden bij de online boeking van verblijf- en hoteldiensten?	9
18. Zijn er bijzondere informatieverplichtingen bij online boeking?	10
19. Wat zijn de sancties in geval van inbreuk?	10

Inleiding

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 zich vooraf grondig kunnen informeren vooraleer de aankoopbeslissing te nemen. Dat is niet alleen van belang als ze een hotel boeken, maar ook als ze 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 doel van deze guidelines is de regelgeving over de prijsaanduiding te verduidelijken en een bijdrage te leveren in een meer correcte toepassing. Dat moet zowel ondernemingen als consumenten ten goede komen.

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. 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, en hoeveel u als uitbater kunt vragen voor uw diensten (de tarieven) is niet van overheidswege geregeld.

Er bestaan wel te respecteren regels over hoe de prijzen moeten worden aangeduid.

2. Wat is de algemene wettelijke regeling over de prijsaanduiding?

De wettelijke regels voor de prijsaanduiding vindt u terug in het Wetboek van economisch recht (WER).¹

Wie aan consumenten goederen of homogene diensten verkoopt moet de prijzen vooraf bekendmaken. De prijs moet schriftelijk en ondubbelzinnig worden aangeduid.

De aangeduide prijs is minstens in euro vermeld en is de totaal te betalen prijs, inclusief de btw en alle overige taksen en verplicht bij te betalen kosten.

Als u een korting wil aankondigen (bijvoorbeeld "10% korting", "€5 korting"), moet u expliciet de referentieprijs / "vorige" prijs vermelden en uw korting hierop baseren. Deze referentieprijs moet de laagste prijs zijn die u heeft toegepast tijdens de periode van 30 dagen voor de korting.² Daarnaast is elke misleidende handelspraktijk verboden (vb.: de indruk wekken dat een promotie bijna voorbij is terwijl dit niet het geval is, de indruk wekken dat er een korting is terwijl de verlaagde prijs permanent toegepast wordt, enz.).³

¹ In de artikelen VI.3, VI.4, VI.5 en VI.6 WER.

² Artikel VI.18 WER.

³ Artikelen VI.92 en volgende WER.

De diensten aangeboden in de horecasector zijn in het algemeen homogene diensten: diensten met een standaardkarakter waarvan de prijs op een prijslijst geplaatst kan worden. Gaat het echter om niet-homogene diensten dan heeft de consument het recht om voorafgaand een bestek aan te vragen.⁴ Verderop in punt 11 vindt u meer informatie over homogene en niet-homogene diensten in de horeca.

Als de uitvoering van de dienst op een later tijdstip plaatsvindt en de consument een voorschot betaalt, moet u een bestelbon opmaken. Dat is het geval wanneer vb. de datum van een trouwfeest wordt vastgelegd bij een restauranthouder met annex de uitbating van een feestzaal. In dat geval gaat het ook om een niet-homogene dienst en heeft de consument het recht om vooraf een bestek op te vragen.⁵

3. Wat is de wettelijke regeling over de prijsaanduiding in de horeca?

Een koninklijk besluit⁶ regelt specifiek voor de horeca de aanduiding van de tarieven in de zaken waar logies, maaltijden, gerechten of dranken worden verstrekt.

Dit besluit 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 de prijsaanduiding.

Wie logies, maaltijden, gerechten of dranken aanbiedt moet de prijzen van die diensten ondubbelzinnig, schriftelijk en op een van buiten de verkoopruimte goed zichtbare plaats bekendmaken.⁷

De bekendmaking op een van buiten de verkoopruimte goed zichtbare plaats houdt in dat de consument de prijzen moet kunnen raadplegen vóór hij de verkoopruimte binnengaat. Dat kan door het bekendmaken van de prijzen aan de buitenzijde van het gebouw, bijvoorbeeld via een bord aan de voorgevel of het afficheren van de prijslijst achter het raam bij de inkom, maar hoeft niet noodzakelijk zo te gebeuren.

Het begrip “buiten de verkoopruimte” wordt opgevat als bij de ingang van de ruimte waar de diensten worden aangeboden en geconsumeerd (de eigenlijke café- of restaurantruimte). Het mag ook op een andere plaats zijn waar de consument moet passeren op weg naar de verkoopruimte, zoals bijvoorbeeld in de inkomhal zelf die toegang geeft tot het café of restaurant.

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 die 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 moet de onderneming wel een volledige prijslijst van alle aangeboden maaltijden, gerechten en dranken ter beschikking stellen van de consument.⁸

⁴ Artikel VI.7, 3° WER.

⁵ Het koninklijk besluit van 30 juni 1996 betreffende de prijsaanduiding van producten en diensten en de bestelbon regelt de wettelijke vereisten bij het opmaken van een bestek en bestelbon.

⁶ Het koninklijk besluit van 7 december 2016 betreffende de prijsaanduiding in de horecasector.

⁷ Artikel 1 van het KB van 7 december 2016.

⁸ Artikel 3 van het KB van 7 december 2016.

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

Ondernemingen die logies aanbieden (hotels) mogen afwijken van het algemene principe van de prijsaanduiding op een van buiten de verkooppriimte goed zichtbare plaats.⁹ Het is dus toegelaten om 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 een hotel kan binnenstappen en bijvoorbeeld aan de receptie of bij de ingang zonder enige verplichting de prijslijst kan consulteren, zonder daarvoor bijzondere inspanningen te moeten doen.

De prijsaanduiding van de in het restaurant of in de bar van het hotel aangeboden gerechten en dranken kan bijvoorbeeld gebeuren in de lobby van het hotel, als het restaurant en/of de bar enkel toegankelijk is via de lobby, of enkel ter beschikking is van de hotelgasten. De prijs van de gerechten en dranken moet in dat geval dus niet bekendgemaakt worden aan de hoofdingang van het hotel.

5. Vallen recreatiebedrijven zoals campings ook onder de wetgeving?

Alle ondernemingen die logies aanbieden vallen onder de wetgeving. Dit zijn niet alleen hotels maar ook ondernemingen in de toeristische recreatiesector zoals vb. campings, jeugdherbergen, verhuur van chalets of ingerichte tenten.

Als algemene regel geldt dat ondernemingen die logies, maaltijden, gerechten of dranken aanbieden de prijsaanduiding schriftelijk, leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig moeten aanduiden op een van buiten de verkooppriimte goed zichtbare plaats. Op die algemene regel is een uitzondering voorzien voor de ondernemingen die logies aanbieden: de prijsaanduiding mag in dat geval ook gebeuren binnen in de verkooppriimte op een plaats die vrij toegankelijk is voor de consument.

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

U moet de prijs voor het logies per verblijfstype aanduiden. Dat betekent dat de prijs-aanduiding niet enkel moet gebeuren per kamertype (prijs voor een enkele kamer, een dubbele kamer, een kamer met balkon ...), 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 u ook de prijs van alle andere diensten die u aanbiedt (vb. roomservice, telefoon, internetverbinding, was- en strijkdienst ...) ter beschikking stellen van de consument.

De prijs per kamer- of verblijfsformule moet niet buiten, maar mag ook binnen de verkooppriimte 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 gelden de algemene regels voor de prijsaanduiding (zie vraag 2). Zo moet de prijsaanduiding van de dranken in de minibar gebeuren overeenkomstig die regels.

⁹ Artikel 2 van het KB van 7 december 2016.

7. Volstaat mondelinge informatie over o.a. de prijzen aan vb. de receptie van het hotel?

Het volstaat niet dat de prijs mondeling opvraagbaar is aan de receptie: u moet de prijzen schriftelijk aanduiden.¹⁰ “Schriftelijk” betekent echter niet noodzakelijk op papier: nieuwe informatietechnologieën laten toe om de consument correct te informeren via andere informatiedragers dan papier (vb. elektronische displays). U mag de consument echter niet doorverwijzen naar tarieven die enkel consulteerbaar zijn via de website op het internet.¹¹ De consument moet dus ter plaatse en ook kosteloos de tarieven kunnen raadplegen zonder daar bijzondere inspanningen voor te moeten leveren. Voor de prijsaanduiding specifiek bij online reservatie verwijzen we naar de vragen 17 en 18.

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

Aan de ingang mag u de prijsaanduiding van dranken beperken tot die dranken die voor elke categorie (bijvoorbeeld frisdranken, warme dranken, bieren, wijnen, sterke dranken ...) het meest representatief zijn.¹²

De indeling in categorieën hangt af van het aanbod van uw onderneming. Zo kan bijvoorbeeld een biercafé bij de ingang voldoen aan de 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.

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

Restaurants en cafés moeten binnen de verkoopruimte een volledige prijslijst van alle maaltijden, gerechten en dranken ter beschikking stellen van de consument. “Binnen” de verkoopruimte betekent 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.

10. 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. 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.

¹⁰ Artikel 1 van het KB van 7 december 2016.

¹¹ Zie Verslag aan de Koning bij het KB van 7 december 2016.

¹² Artikel 3 van het KB van 7 december 2016.

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.

Als de consument plaatsneemt op het terras, moet deze wel de volledige prijslijst ter beschikking krijgen.

11. 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 dienstverstreker of de persoon voor wie ze bestemd zijn.¹³ 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 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.¹⁴ 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, al dan niet met eigen bediening, en daarin bijvoorbeeld huwelijksfeesten organiseert, verleent homogene diensten voor de restaurantactiviteiten (tarieven menukaart) en niet-homogene diensten voor het organiseren van feesten volgens de wensen van de klant (opmaken van een bestek).

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.

De consument kan bij niet-homogene diensten dus altijd vragen een bestek op te maken. Dat is een schriftelijke opgave van de gevraagde diensten met de daar bijhorende prijzen. Voor het opstellen van het bestek moet de consument ingelicht worden over de prijs ervan, tenzij dat kosteloos is.

Het bestek moet volgende informatie bevatten:

- uw (handels)naam en/of maatschappelijke benaming, adres en ondernemingsnummer;
- de beschrijving en de aard van de te verlenen diensten en eventuele leveringen (voldoende gedetailleerd zodat de consument kan vergelijken);
- de forfaitair berekende prijs of de prijs bepaalbaar door verwijzing naar criteria die een direct verband houden met de aard van de dienst;
- de datum en geldigheidsduur van het bestek;
- de schatting van de duur van de uitvoering.

U bent als dienstverlener wettelijk niet verplicht om een bestek op te maken en de dienstopdracht te aanvaarden. U beschikt immers over de contractuele vrijheid zich al dan niet te verbinden voor

¹³ Artikel I.8, 1° WER. Artikelen 13 tot 15 van het KB van 30 juni 1996 regelen de prijsaanduiding van homogene diensten.

¹⁴ Artikelen 16 tot 18 van het KB van 30 juni 1996 regelen de prijsaanduiding van heterogene diensten.

de uitvoering van de dienst. Als u echter een bestek heeft opgemaakt en de consument heeft dat ook aanvaard, dan is er sprake van een bindend aanbod, wat geldt als een koopovereenkomst.

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

Als u goederen of diensten verkoopt aan de consument moet u de prijzen inclusief btw, taksen en eventuele kosten van andere verplichte diensten vermelden.¹⁵

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 ...). Ook van deze extra diensten of producten moet u de consument vooraf een prijslijst ter beschikking stellen.

13. 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.

14. Hoe moet ik de afrondingen op betalingen toepassen?

Sinds 1 december 2019 bent u **verplicht** om het totale bedrag af te ronden als de consument cash betaalt (muntstukken en biljetten). U moet het totaalbedrag afronden naar het dichtste veelvoud van 5 cent.

Deze verplichting is slechts van toepassing voor cashbetalingen die gebeuren in gezamenlijke fysieke aanwezigheid van de consument en de onderneming. De verkoop op afstand (bijvoorbeeld via internet) valt niet onder het toepassingsgebied.

U heeft de mogelijkheid om een algemene afronding toe te passen op andere betalingswijzen. In dat geval moet u aan uw klanten op een duidelijk zichtbare wijze volgende tekst te afficheren: [“Het totaalbedrag wordt altijd afgerond \(PDF, 524.6 KB\)”](#).

U kan meer informatie over de afrondingsregels terugvinden op de [website van de FOD Economie](#).

15. 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.¹⁶

¹⁵ Artikel VI. 4 WER.

¹⁶ De regeling vindt u in het KB van 7 februari 2000 tot wijziging van het koninklijk besluit van 30 juni 1996 betreffende de prijsaanduiding van producten en diensten en op de bestelbon.

Voor etenswaren en dranken die ter plaatse worden geconsumeerd (zoals in de horeca) is die regeling niet van toepassing.¹⁷ 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 restaurantdiensten 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 en moeten de prijs per meeteenheid vermelden.

16. 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 als het om dagprijzen gaat. De restauranthouder moet ervoor zorgen dat ook in die gevallen de consument vooraf kan kennismaken 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 in het restaurant ter beschikking moet staan van de consument.

17. Hoe moet ik de prijzen aanduiden bij de online boeking van verblijf- en hoteldiensten?¹⁸

Reizen worden in toenemende mate geboekt via het internet. Ook het reserveren van een hotel of campingplaats verloopt steeds vaker online. De prijzen 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 afhankelijk van o.a. de bezettingsgraad. Het aankondigen van last-minute kortingen is een algemeen gangbare handelspraktijk in de sector.

Opgelet: als u de prijs van uw aanbieding personaliseert voor specifieke (categorieën) consumenten aan de hand van geautomatiseerde besluitvorming en profilering van consumentengedrag, moet u de consument hier duidelijk over informeren bij het tonen van die prijs.¹⁹

In geval van veelvuldig wijzigende prijzen, zal u zich zodanig moeten organiseren dat steeds de meest actuele prijs per accommodatietype wordt aangeduid.

Om tegemoet te komen aan de praktijk van veelvuldig wijzigende prijzen, kan in de reclame een "vanaf-prijs" worden aangeduid op voorwaarde dat die prijs ook effectief wordt toegepast en de consument dus ook effectief kan reserveren aan die vanaf-prijs. Als die vanaf-prijs in de praktijk nooit of slechts uitzonderlijk wordt toegepast, dan kan er sprake zijn van een inbreuk op het verbod op oneerlijke handelspraktijken.²⁰

¹⁷ Volgens de uitzondering voorzien in artikel 11, 2° van het KB van 7 februari 2000.

¹⁸ In deze bijdrage hebben wij het niet over de wettelijke precontractuele verplichtingen (o.a. prijsaanduiding) bij pakketreizen; zie hiervoor onze [guidelines](#) m.b.t. de wet van 21 november 2017 betreffende de verkoop van pakketreizen, gekoppelde reisarrangementen en reisdiensten.

¹⁹ Artikel VI.45, §1, 21° WER.

²⁰ Volgens artikel VI.92 e.v. van het boek VI "Marktpraktijken en consumentenbescherming" van het WER.

“Vanaf-prijzen” kunnen dus enkel als het gaat om reëel toegepaste prijzen en als het gaat om de totale prijs die de consument moet betalen, inclusief alle btw, taksen en andere verplicht bij te betalen kosten. Het afficheren van fictieve prijzen is een misleidende handelspraktijk en is dus verboden.

18. Zijn er bijzondere informatieverplichtingen bij online boeking?

Wie online verkoopt, moet zich houden aan bijzondere regels.²¹ Die hebben onder meer betrekking op de wettelijk verplichte precontractuele informatie bij de verkoop op afstand zoals bij internetverkoop. Ze zijn ook van toepassing voor wie als professioneel online verblijf- en hoteldiensten aanbiedt.

De consument moet, vooraleer de hotelreservatie plaatsvindt (de online boeking), correct ingelicht worden over het dienstenaanbod en de daarbij geldende prijzen. De consument moet over alle informatie beschikken die nodig is om een weldoordachte beslissing te kunnen nemen. De consument die op een bepaald tijdstip wenst te reserveren moet dus, alvorens te boeken, ook 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.

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 waarover de consument moet beschikken vooraleer de hotelreservatie te bevestigen en de betaling via de “betaalknop” uit te voeren.

De wet beoogt een transparantie in de prijsaanduiding en de te betalen prijs. Dit is niet alleen in het belang van de consument maar ook in het belang van de onderneming.

19. 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) en zelfs tot 400.000 euro bij kwade trouw (of tot 6% van de jaaromzet als dat een hoger bedrag is).²²

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;

²¹ Artikel VI.45 e.v. WER.

²² De strafbepalingen zijn opgenomen onder de artikelen XV.70, XV.83, XV.85 en XV.85/1 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.

Sanctie van niveau 3: geldboete van 26 tot 25.000 euro, d.w.z. met opdecimen: een geldboete van 208 tot 200.000 euro, of tot 6% van de totale jaaromzet als dit een hoger bedrag is.

Sanctie van niveau 4: geldboete van 26 tot 50.000 euro, d.w.z. met opdecimen: een geldboete van 208 tot 400.000 euro, of tot 6% van de totale jaaromzet als dit een hoger bedrag is.

- 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.²³

²³ 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).