

Guidelines

Aankondigingen van prijsverminderingen: hoe ze toepassen?

Het Europees Hof van Justitie heeft in een arrest van 10 juli 2014 geoordeeld dat de artikelen 20, 21 en 29 van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming in strijd zijn met de richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken. Die artikelen gaan over de manier waarop de prijsverminderingen moeten worden aangekondigd: te gebruiken referentieprijs en maximale duur die ze mogen worden toegepast.

De wet betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming werd opgeheven, maar de bepalingen in kwestie zijn overgenomen in boek VI van het Wetboek van economisch recht in de artikelen 18, 19 en 26, § § 2 en 3. De FOD Economie heeft aan de minister van Economie voorgesteld om die artikelen op te heffen. Dit gebeurde via de wet van 26 oktober 2015¹ houdende wijziging van het Wetboek van economisch recht en houdende diverse andere wijzigingsbepalingen, gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad van 30 oktober 2015.

De handelaars **blijven verplicht om zich te houden aan de bepalingen van het Wetboek van economisch recht (WER), boek VI over oneerlijke handelspraktijken** (met name artikel VI.92 en volgende, en in het bijzonder artikel VI.97, 4°, WER).

Die bepalen dat misleidende handelspraktijken, d.w.z. handelspraktijken die de consument onder andere kunnen misleiden over de prijs, de berekeningswijze ervan of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel, verboden zijn.

Het doel van deze aanbevelingen is duidelijkheid te scheppen over de manier waarop professionals in verschillende gevallen prijsverminderingen kunnen aankondigen.

¹ De [wet van 26 oktober 2015](#) houdende wijziging van het Wetboek van economisch recht en houdende diverse andere wijzigingsbepalingen.

Inhoud

1. Worden bij de hieronder beschreven handelspraktijken de bepalingen van het Wetboek van economisch recht inzake oneerlijke handelspraktijken ten aanzien van consumenten gerespecteerd?3
2. Een handelaar biedt voor de eerste keer een bepaald model van mantel te koop aan, voor 100 euro. Na een week stelt hij vast dat hij er geen enkele verkocht heeft, en hij verlaagt de prijs naar 50 euro en afficheert een korting van 50 %. Mag hij op die manier te werk gaan?.....3
3. Een handelaar verkoopt gedurende de eerste 3 weken van december een bepaald model van sjaal voor 75 euro, en gedurende de laatste week voor 100 euro, aangezien de verkoop van sjaals piekt door een koudegolf. In januari verkoopt hij de sjaal dan voor 50 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert. Mag hij op die manier te werk gaan?3
4. Een handelaar verkoopt een bepaald model van jeans voor 100 euro gedurende de maanden oktober, november en december. Op 1 en 2 januari verkoopt hij dat model voor 200 euro, en van 3 tot 31 januari voor 100 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert. Mag hij dat?.....4
5. Een handelaar verkoopt een paar laarzen voor 120 euro van januari tot mei. Gedurende de maand juni verlaagt hij de prijs tijdelijk naar 60 euro voor een speciaal aanbod. In juli verkoopt hij het paar laarzen voor 90 euro en afficheert daarbij een korting van 25 % (als referentieprijis neemt hij zijn eerste prijs).....4
6. Een handelaar verkoopt een horlogemodel voor 60 euro gedurende de maanden januari en februari. Omdat hij zo snel mogelijk zijn voorraad van dat model wil uitverkopen, verlaagt hij van maart tot mei de prijs naar 30 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert.4
- 2 7. Een handelaar verkoopt een bepaald model van bril voor 100 euro van januari tot mei. Dan verlaagt hij de prijs naar 75 euro en kondigt een korting aan van 25 % in juni (op dat artikel, maar op voorwaarde dat de klant minstens twee artikels koopt) en in juli.....5
8. Een handelaar biedt in de maanden januari tot juni een lederen salon te koop aan voor 1000 euro. Aangezien hij het niet verkocht krijgt, verlaagt hij de prijs in juli naar 500 euro en afficheert een korting van 50 %. Hij wordt de tweede week van juli gecontroleerd en bewijst de van januari tot juni toegepaste prijs door middel van een foto van dat salon in zijn toonzaal.5
9. Een handelaar biedt gedurende heel het jaar 2012 een jurk te koop aan voor 100 euro, maar krijgt ze niet verkocht. Hij legt ze terug in zijn voorraad. In 2014 komt het model weer in de mode, en hij biedt de jurk opnieuw te koop aan, voor 75 euro, waarbij hij een korting van 25 % aankondigt. Hij krijgt controle, hoe kan hij de effectieve verkoopprijs aantonen?.....5
10. Wanneer een handelaar kortingen toekent tijdens de toegelaten periodes of nadat hij verlaagde prijzen heeft toegepast (ronde prijzen, rode prijzen), vindt hij dat hij die artikelen opnieuw tegen de normale prijs zou moeten mogen verkopen, en vervolgens weer een vermindering op die prijs zou mogen toepassen.6
11. Hoe mag de referentieprijis worden aangetoond, aangezien de bewijslast bij de handelaar ligt? Kunt u een lijst geven van de toegelaten bewijsmiddelen?.....6
12. Wat zijn de mogelijke sancties?6

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

1. Worden bij de hieronder beschreven handelspraktijken de bepalingen van het Wetboek van economisch recht inzake oneerlijke handelspraktijken ten aanzien van consumenten gerespecteerd?

Er moet in de eerste plaats op worden gewezen dat de volgende voorbeelden worden gegeven onder voorbehoud van de soevereine beoordelingsbevoegdheid van de rechter ten gronde. Met andere woorden, elke rechter kan geval per geval beslissen of een welbepaalde situatie al dan niet een oneerlijke handelspraktijk uitmaakt in de zin van de artikelen VI.93 en volgende van het Wetboek van economisch recht (WER).

De onderstaande concrete gevallen werden zo duidelijk mogelijk geanalyseerd. Toch willen we benadrukken dat elke praktijk geval per geval moet worden onderzocht, rekening houdend met de volledige context ervan. Aangezien de contexten van deze concrete gevallen niet volledig bekend zijn, geldt bij de volgende analyse enig voorbehoud. Het misleidende karakter van een praktijk moet vanuit het oogpunt van de gemiddelde consument (d.w.z. de normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende consument) in abstracto worden onderzocht, rekening houdend met de concrete omstandigheden van elk geval.

2. Een handelaar biedt voor de eerste keer een bepaald model van mantel te koop aan, voor 100 euro. Na een week stelt hij vast dat hij er geen enkele verkocht heeft, en hij verlaagt de prijs naar 50 euro en afficheert een korting van 50 %. Mag hij op die manier te werk gaan?

Ja.

Een dergelijke aankondiging is niet misleidend, op voorwaarde dat de prijsvermindering in verhouding tot de “referentieprijs” (die in casu slechts een week heeft geduurd) **niet gedurende te lange tijd wordt toegekend**.

Na de week waarin een prijsvermindering van 50 % werd aangekondigd, mag diezelfde prijs (namelijk 50 euro) nog worden toegekend, **maar de aankondiging van prijsvermindering moet worden weggehaald**.



Het aankondigen van een prijsvermindering heeft als doel de consument ertoe te brengen dan te kopen en zijn aankoop niet uit te stellen. **De manier waarop de prijsvermindering wordt aangekondigd is daarbij van belang.**

Indien de aankondiging de indruk wekt dat het prijsvoordeel slechts heel tijdelijk is, terwijl dat in de praktijk niet het geval is, zal dat als misleidend moeten worden beschouwd.

3. Een handelaar verkoopt gedurende de eerste 3 weken van december een bepaald model van sjaal voor 75 euro, en gedurende de laatste week voor 100 euro, aangezien de verkoop van sjaals piekt door een koudegolf. In januari verkoopt hij de sjaal dan voor 50 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert. Mag hij op die manier te werk gaan?

Neen.

Een dergelijke praktijk dient als misleidend te worden beschouwd: de prijs van 100 euro die werd toegepast tijdens de laatste week van december is een **opgedreven** prijs die het mogelijk maakt om tijdens de solden prijsverminderingen aan te kondigen die belangrijker en aantrekkelijker overkomen.

Meer algemeen moet voorbehoud gemaakt worden bij elk geval waarbij prijsverhogingen worden doorgevoerd vlak voor een promotionele periode.

4. **Een handelaar verkoopt een bepaald model van jeans voor 100 euro in oktober, november en december. Op 1 en 2 januari verkoopt hij dat model voor 200 euro, en van 3 tot 31 januari voor 100 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert. Mag hij dat?**

Neen.

Hier doet zich een overduidelijk geval van prijsmisleiding voor. Een aankondiging van prijsvermindering moet effectief en niet misleidend zijn, wat wil zeggen dat ze **moet worden toegepast op een prijs die voorheen gedurende enige tijd werd toegepast**.

De consument moet een **reëel** voordeel genieten, aangezien hij op basis daarvan zijn beslissing tot aankoop neemt of zal nemen.



Het is aan de onderneming om **de correctheid** van de aangekondigde vermindering te **bewijzen**.

- 4 5. **Een handelaar verkoopt een paar laarzen voor 120 euro van januari tot mei. Gedurende de maand juni verlaagt hij de prijs tijdelijk naar 60 euro voor een speciaal aanbod. In juli verkoopt hij het paar laarzen voor 90 euro en afficheert daarbij een korting van 25 % (als referentieprijs neemt hij zijn eerste prijs).**

Dit mag hij niet.

Los van het gegeven dat dat ("speciaal aanbod" in juni) in strijd kan zijn met de bepalingen voor de sperperiodes, meer in het bijzonder artikel VI.29 van het Wetboek van economisch recht (WER), vormt een dergelijk aanbod een **misleidende handelspraktijk**, aangezien de prijsvermindering verwijst naar een referentieprijs die **langer dan één maand** geleden werd toegepast, terwijl een veel lagere prijs werd toegepast gedurende de periode van maar liefst een maand die de aankondiging van prijsvermindering voorafgaat.

6. **Een handelaar verkoopt een horlogemodel voor 60 euro gedurende de maanden januari en februari. Omdat hij zo snel mogelijk zijn voorraad van dat model wil uitverkopen, verlaagt hij van maart tot mei de prijs naar 30 euro, waarbij hij een korting van 50 % afficheert.**

Dat is toegestaan.

In een dergelijk geval moeten alle omstandigheden in acht worden genomen. Als de aankondiging duidelijk aangeeft dat er wordt **vergeleken met een prijs die in januari en februari werd toegepast**, en als het duidelijk is dat het gaat om een verkoop tegen een **verlaagde prijs tot de beschikbare voorraad op is**, dan kan een dergelijke praktijk toepassing vinden.

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

- 7. Een handelaar verkoopt een bepaald model van bril voor 100 euro van januari tot mei. Dan verlaagt hij de prijs naar 75 euro en kondigt een korting aan van 25 % in juni (op dat artikel, maar op voorwaarde dat de klant minstens twee artikels koopt) en in juli.**

Dat is toegestaan.

Deze actie betreft een hoeveelheidskorting en kan niet als prijsvermindering worden beschouwd.



Hoeveelheidskortingen (ook gezamenlijk aanbod genoemd) zijn toegelaten, zelfs tijdens de sperperiodes.

- 8. Een handelaar biedt in de maanden januari tot juni een lederen salon te koop aan voor 1000 euro. Aangezien hij het niet verkocht krijgt, verlaagt hij de prijs in juli naar 500 euro en afficheert een korting van 50 %. Hij wordt de tweede week van juli gecontroleerd en bewijst de van januari tot juni toegepaste prijs door middel van een foto van dat salon in zijn toonzaal.**

De wettekst is heel duidelijk over de bewijsmiddelen die een onderneming kan inroepen om haar beweringen/acties te staven. Zo bepaalt artikel XV.16 van het Wetboek van economisch recht (WER) dat de bevoegde controleagenten de onderneming kunnen vragen dat zij **de bewijzen** levert **voor de materiële juistheid van de feitelijke gegevens** die zij meedeelt in het kader van een handelspraktijk. De onderneming moet **binnen een termijn van maximaal één maand** het bewijs van de materiële juistheid van die gegevens leveren.

5



De wijze waarop het bewijs wordt geleverd en het gebruik van bepaalde bewijsmiddelen zijn **vrij**. De onderneming kan **met om het even welk bewijsmiddel** de juistheid van haar argumentatie bewijzen.

Het betreft bovendien **niet enkel de geafficheerde prijs, maar ook de reële verkoopprijs**. Als de werkelijke verkoopprijs systematisch lager ligt dan de aangekondigde prijs, en wanneer een prijsvermindering wordt aangekondigd ten aanzien van de vroegere geafficheerde prijs die zuiver theoretisch is, zal er sprake zijn van een misleidende praktijk.

- 9. Een handelaar biedt gedurende heel het jaar 2012 een jurk te koop aan voor 100 euro, maar krijgt ze niet verkocht. Hij legt ze terug in zijn voorraad. In 2014 komt het model weer in de mode, en hij biedt de jurk opnieuw te koop aan, voor 75 euro, waarbij hij een korting van 25 % aankondigt. Hij krijgt controle, hoe kan hij de effectieve verkoopprijs aantonen?**

Bij deze aankondiging van prijsvermindering, met verwijzing naar een referentieprijs die lange tijd voorheen voor dit specifieke goed werd gevraagd, **moet** de handelaar **de consument duidelijk informeren over die referentieprijs**.

Om uit te maken of er sprake is van een misleidende praktijk moet men vertrekken vanuit de perceptie van de gemiddelde consument. **Als het voor hem/haar duidelijk is dat er wordt vergeleken met de prijs die lange tijd voorheen voor dat goed werd gevraagd**, moet een dergelijke praktijk mogelijk zijn.

10. Wanneer een handelaar kortingen toekent tijdens de toegelaten periodes of nadat hij verlaagde prijzen heeft toegepast (ronde prijzen, rode prijzen), vindt hij dat hij die artikelen opnieuw tegen de normale prijs zou moeten mogen verkopen, en vervolgens weer een vermindering op die prijs zou mogen toepassen.

Vanwege dezelfde redenering als voor de soldenperiode **gaat het niet op** dat de handelaar **alleen maar gedurende twee dagen een normale prijs** hanteert om vervolgens op die prijs een prijsvermindering toe te passen, **terwijl de periode van prijsvermindering die vooraf is gegaan veel langer was** (een of twee maanden bijvoorbeeld). Het is een kwestie van evenredigheid. Dient geval per geval bekeken te worden.

11. Hoe mag de referentieprij worden aangetoond, aangezien de bewijslast bij de handelaar ligt? Kunt u een lijst geven van de toegelaten bewijsmiddelen?

Er dient opgemerkt te worden dat in se elk bewijsmiddel volstaat.

Het gebruik van eigen fotomateriaal is discutabel want foto's kunnen gemakkelijk worden bewerkt. De **voorkeur** moet dan ook gaan naar **schriftelijke bewijzen**, zoals verkoopdocumenten, die het bewijs leveren van bepaalde essentiële gegevens (zoals de prijs, de periode van de aankondiging, enz.). Het kan bijvoorbeeld gaan om bestelbonnen, facturen, kassabonnen, folders, affiches, e-mails, reclamefolders, enz.

We verwijzen hier ook naar het antwoord op vraag 8.

6

12. Wat zijn de mogelijke sancties?

Boek XV van het Wetboek van economisch recht voorziet in een sanctie van niveau 3 in geval van inbreuk, d.w.z. een strafrechtelijke geldboete van 26 tot 25.000 euro (bedragen te vermenigvuldigen met 8 wegens de opdecimen) en zelfs niveau 4 in geval van kwade trouw (een geldboete van 26 tot 50.000 euro (te vermenigvuldigen met 8 voor de opdecimen).

Na de vaststelling van een inbreuk brengt de Economische Inspectie de procureur des Konings op de hoogte of zij maakt eventueel gebruik van een transactie (voorstel van een bedrag waarvan de vrijwillige betaling door de overtreder de strafvordering doet vervallen). In bepaalde gevallen stuurt de Economische Inspectie vooraf een waarschuwing met de aanmaning de inbreuk stop te zetten.