

## Reclame voor consumentenkrediet

### Automobielsector

Het doel van dit document is het standpunt van de FOD Economie te verduidelijken wat betreft de naleving van de bepalingen van boek VII van het Wetboek van economisch recht (WER) die een kader scheppen voor reclame voor consumentenkrediet, in het bijzonder in de automobielsector. Deze bepalingen worden aangevuld door het koninklijk besluit van 21 juni 2011 tot wijziging van verschillende besluiten inzake consumentenkrediet en tot uitvoering van de artikelen 5, § 1, tweede lid, en § 2, en 15, derde lid, van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet (KB).

De wetgeving voorziet in een aantal verplichte en een aantal verboden vermeldingen van toepassing in alle omstandigheden. Bovendien moet reclame waarin wordt verwezen naar een rentevoet of cijfer over de kosten van het krediet welbepaalde standaardinformatie bevatten, volgens strikte vormregels.

Hieronder geven wij in de vorm van **vragen en antwoorden** weer hoe reclame voor consumentenkrediet kan worden gerealiseerd met inachtneming van de wettelijke voorschriften.

## Inhoud

1.	Moet ik altijd de slogan "Let op, geld lenen kost ook geld." vermelden? .....	3
2.	Mogen we de slogan wijzigen? Mogen we er opmerkingen, tekeningen, enz. aan toevoegen? .....	3
3.	Hoe groot moet de slogan zijn? .....	3
4.	Waar en hoeveel keer moet de slogan vermeld worden? .....	4
5.	Moet de slogan ook vermeld worden in het kader van reclame voor een krediet aan 0 % JKP? .....	4
6.	Waar, hoe en hoeveel keer moet de slogan vermeld worden in functie van de reclamedragers? .....	5
7.	Moet de reclame de identificatiegegevens van de kredietbemiddelaar bevatten? .....	8
8.	Moet reclame uitgaande van een kredietbemiddelaar de identificatiegegevens van de kredietgever bevatten? .....	8
9.	Moet de reclame vermelden dat aanvaarding van het krediet onderworpen is aan de beslissing van de kredietgever? .....	8
10.	Wat is verboden in het kader van reclame voor consumentenkrediet? .....	9
11.	Vanaf wanneer wordt reclame beschouwd als reclame waarin een rentevoet of een cijfer over de kosten van het krediet wordt vermeld? (reclame met cijfers) .....	9
12.	Wat zijn de verplichtingen voor reclame met cijfers? .....	10
13.	Waar en hoe moet dat representatieve voorbeeld vermeld worden? .....	10
14.	Wat moet het representatieve voorbeeld bevatten? .....	10
15.	Wat verstaat men onder 'geldigheidsperiode van de promotie' en wanneer moet de periode vermeld worden? .....	11
16.	Wat verstaat men onder versie, model of gamma? .....	12
17.	Welk kredietbedrag moet in het representatieve voorbeeld worden opgenomen? .....	12
18.	Hoeveel representatieve voorbeelden moeten er gegeven worden? .....	13
19.	Waar en hoeveel keer moet het representatieve voorbeeld worden vermeld? .....	13
20.	Mogen we, naast het representatieve voorbeeld, andere informatie over het krediet verstrekken? .....	14
21.	Zijn er voor een balloenkrediet specifieke vereisten? .....	14
22.	Zijn er specifieke vereisten voor een krediet aan 0% JKP of hiermee gelijkgesteld promotioneel JKP? .....	14
23.	Wat is een aan 0 % gelijkgesteld promotioneel JKP? .....	15
24.	Mogen er andere cijfergegevens dan die in het representatieve voorbeeld worden vermeld? .....	15
25.	Is de vermelding "... vanaf ..." toegelaten? .....	16
26.	Waar, hoe en hoeveel keer moet het representatieve voorbeeld worden weergegeven naargelang de gebruikte reclamedragers? .....	17
27.	Zal de reclame beschouwd worden als zijnde in orde volgens deze aanbevelingen? .....	21
28.	Welke zijn de wettelijke referenties en de andere nuttige links? .....	21

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

## 1. Moet ik altijd de slogan “Let op, geld lenen kost ook geld.” vermelden?

Ja, elke reclame voor consumentenkrediet moet de slogan vermelden (art. VII. 64 §2 WER).

De aanhalingstekens zijn niet verplicht. De slogan moet letterlijk hernomen worden, d.w.z. een copy-paste van de wettekst zijn.

De slogan mag ook in kleine letters of hoofdletters hernomen worden, mits naleving van de voorschriften over grootte [zie vraag 3].

## 2. Mogen we de slogan wijzigen? Mogen we er opmerkingen, tekeningen, enz. aan toevoegen?

Nee, de slogan moet letterlijk worden overgenomen.

De aanhalingstekens zijn niet verplicht.

Er mag geen enkele vermelding of tekening aan worden toegevoegd.



**Let op, geld lenen kost ook geld.**



**Attention, emprunter de l'argent coûte aussi de l'argent.**



**Opgelet, geld lenen kost ook geld.**



**Opgepast, geld lenen kost ook geld.**



**Let op, geld lenen kost ook geld. Advies vragen kost niets!**



**Attention, emprunter de l'argent coûte aussi de l'argent. Demander un conseil ne coûte rien !**

## 3. Hoe groot moet de slogan zijn?

Artikel 14 van het KB bepaalt dat de slogan 4 % moet uitmaken van de hoogte van de reclamedrager met een minimumwaarde van 7 punt.

Om de naleving van deze bepaling na te kijken, zal voor de Nederlandstalige slogan de eerste letter na de hoofdletter van de slogan als norm gehanteerd worden, d.w.z. de “e”. Voor de Franstalige slogan is dit ook de “e” van het woord “Attention”.

In de praktijk en naargelang de gebruikte mediadragers tolereert de FOD Economie een subsidiaire norm waarbij moet worden voldaan aan een vereiste van onmiddellijke leesbaarheid/hoorbaarheid (evenredigheidsbeginsel). Dat betekent dat de “gemiddelde consument” de boodschap duidelijk moet gezien/gelezen hebben op het moment dat hij de informatie over het krediet heeft gezien/gehoord. De consument moet integraal kennis kunnen nemen van de slogan in “normale” lees- of luisteromstandigheden.

Bijvoorbeeld, op een website of op een mobiele applicatie moet deze onmiddellijk zichtbaar/leesbaar zijn zodra de pagina's verschijnen waarop reclame wordt gemaakt voor het krediet.

Artikel 14 van het KB voorziet ook in specifieke bepalingen voor banners op internet en voor reclame die het goedkope of voordelige karakter van de kredietovereenkomst aanprijst.

Wanneer gebruik wordt gemaakt van een banner of een pop-up, moet de slogan ofwel direct op die banner of pop-up staan, of op een tussenpagina waarop alleen die slogan vermeld staat.

Prijst de reclame het goedkope of voordelige karakter van de kredietovereenkomst, dan moeten de lettertekens van de slogan minstens dezelfde grootte hebben als de lettertekens die worden aangewend om het voordelige of goedkope karakter van de kredietovereenkomst aan te duiden.

Om de naleving van deze bepaling na te kijken, zal voor de Nederlandstalige slogan de eerste letter na de hoofdletter van de slogan als norm gehanteerd worden, d.w.z. de "e". Voor wat betreft de Franstalige slogan is dit ook de "e" van het woord "Attention".

Een voorbeeld waarbij het voordelige/goedkope karakter wordt onderstreept:

"Uitzonderlijke financieringsvoorwaarden bij [*merk X*]".

Voor een gedetailleerd overzicht naargelang de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 6.

#### **4. Waar en hoeveel keer moet de slogan vermeld worden?**

4

De slogan moet vermeld worden vanaf de eerste verwijzing naar informatie over het krediet. Hij moet niet noodzakelijk worden herhaald, op voorwaarde dat er geen twijfel bestaat dat de consument er effectief kennis van heeft genomen op het moment dat hij de reclame voor het krediet heeft gezien.

Voor een gedetailleerd overzicht naargelang de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 6.




#### **5. Moet de slogan ook vermeld worden in het kader van reclame voor een krediet aan 0 % JKP?**

Ja. Artikel VII. 64, §2 WER bepaalt dat de slogan vermeld moet worden in elke reclame voor consumentenkrediet.

De bedoeling van de wetgever was de consument te sensibiliseren voor de gevaren van overmatige schuldenlast en voor de reële kosten van het krediet.

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





## 6. Waar, hoe en hoeveel keer moet de slogan vermeld worden in functie van de reclamedragers?

Let op, geld lenen kost ook geld.				
<b>Dragers</b>	<b>Getrouwe</b> reproductie / weergave van de boodschap <sup>1</sup> (zie vraag 2)	Gelijktijdige mededeling met alle andere informatie in verband met het krediet (zie vraag 4)	Theoretische norm: Lettergrootte van de boodschap van minimaal 4 % van de <b>hoogte</b> van de advertentieruimte met een minimumwaarde van 7 punt (zie vraag 3) Subsidiare norm <sup>2</sup> : <b>Onmiddellijke</b> leesbaarheid / hoorbaarheid van de boodschap (evenredigheidsbeginsel) (zie vraag 3)	Reclame die het goedkope of voordelige karakter van de kredietovereenkomst aanprijst (zie vraag 3)
Reclame op papieren draager / één enkele pagina		Gelijktijdige en enige mededeling	Toepassing van de theoretische norm.	De lettertekens van de boodschap moeten minstens dezelfde grootte hebben als de lettertekens die worden gebruikt om het goedkope of voordelige karakter van de kredietovereenkomst aan te duiden (art.14 KB)
Reclame op papieren draager / meerdere pagina's (vb. brochures, folders)		Gelijktijdige mededeling en enkel op de eerste pagina die het financieringsaanbod bevat.		
Website / mobiele applicatie/aanraakscherm/ standaard		Gelijktijdige mededeling met de verplichting de boodschap te herhalen op elke nieuwe pagina die een financieringsaanbod bevat.	Toepassing van de subsidiare norm.	

<sup>1</sup> De boodschap moet onderscheiden zijn van de rest van de publicitaire boodschap en er mag geen enkele verwarring ontstaan tussen deze boodschap en de rest van de reclameboodschap.

<sup>2</sup> In de praktijk en in functie van de gebruikte reclamedrager kan blijken dat de theoretische norm moeilijk toe te passen is. Dan dient geval per geval te worden nagegaan of de slogan voldoet aan de ratio legis op basis van het evenredigheidsbeginsel. Dat betekent dat de “gemiddelde consument” de boodschap duidelijk heeft gezien/gelezen op het moment dat hij de informatie betreffende het krediet heeft gezien/gehoord. De consument moet integraal kennis kunnen nemen van de slogan in “normale” lees- of luisteromstandigheden.



6

Banner		Gelijktijdige mededeling + art 14 KB = ofwel op de banner = ofwel op een tussenscherm dat enkel die boodschap bevat	Toepassing van de subsidiaire norm + art. 14 KB  Lettertekens zijn minstens even groot als de grootste lettertekens die in de banner gebruikt worden + schreefloos	
Pop-up		Gelijktijdige mededeling +art. 14 KB = ofwel op het pop-upvenster = ofwel op een tussenscherm dat enkel die boodschap bevat	Toepassing van de subsidiaire norm + art. 14 KB  Lettertekens zijn minstens even groot als de grootste lettertekens die in het pop-upvenster gebruikt worden + schreefloos	
Reclame in een showroom <sup>3</sup>		Duidelijk zichtbare mededeling op de <b>gebruikte drager</b> die het financieringsaanbod van de verkoper bevat.	Toepassing van de theoretische norm.  Indien de toepassing van de theoretische norm onmogelijk blijkt/absurde resultaten geeft, toepassing van de subsidiaire norm	
Reclame op een stand (Autosalon, beurzen) <sup>4</sup>		Duidelijk zichtbare mededeling op de <b>gebruikte drager</b> die het financieringsaanbod bevat.	Toepassing van de theoretische norm.  Indien de toepassing van de theoretische norm onmogelijk blijkt/absurde resultaten geeft, toepassing van de subsidiaire norm	De lettertekens van de boodschap moeten minstens dezelfde grootte hebben als de lettertekens die worden gebruikt om het goedkope of voordelige karakter van de kredietovereenkomst aan te duiden (art.14 KB)

<sup>3</sup> In functie van de gebruikte dragers, zie eveneens de ad-hocrubrieken.

<sup>4</sup> In functie van de gebruikte dragers, zie eveneens de ad-hocrubrieken.

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

Televisie		Gelijktijdige mededeling	Toepassing van de subsidiaire norm –	
Radio		Gelijktijdige mededeling	Lettergrootte / taal voldoende leesbaar / verstaanbaar (commentaarstem) en voldoende lang in beeld / te horen om de gemiddelde consument in staat te stellen de volledige boodschap te lezen / te horen zonder te moeten wachten op een heruitzending van de reclame om er volledig kennis van te kunnen nemen.	Niet van toepassing

## **7. Moet de reclame de identificatiegegevens van de kredietbemiddelaar bevatten?**

Ja. In elke reclame voor consumentenkrediet door een kredietbemiddelaar, bijvoorbeeld een concessiehouder, moet zijn hoedanigheid van kredietbemiddelaar worden aangegeven alsook de draagwijdte van zijn bevoegdheden (artikel VII. 73 WER).

De bedoelde identificatiegegevens zijn die waarmee de inschrijving bij de FOD Economie /FSMA<sup>5</sup> werd verkregen.

De handelsbenaming alleen volstaat niet om te voldoen aan deze vereiste.

Als de reclame uitsluitend door de invoerder wordt gemaakt moet deze, in het desbetreffende geval, zijn hoedanigheid van kredietbemiddelaar (en eventueel het feit dat alle leden van zijn netwerk kredietbemiddelaar zijn) vermelden.

Als de reclame wordt gemaakt door concessiehouders, moeten deze hun hoedanigheid van kredietbemiddelaar vermelden.

**Let op: de reclame mag het inschrijvingsnummer bij de FOD Economie/FSMA<sup>6</sup> niet vermelden.**

## **8. Moet reclame uitgaande van een kredietbemiddelaar de identificatiegegevens van de kredietgever bevatten?**

8

Dat is niet verplicht. Met de vermelding daarvan worden de hoedanigheid van kredietbemiddelaar en de draagwijdte van zijn bevoegdheden verduidelijkt en wordt volledige en transparante informatie aan de consument verstrekt.

Elke kredietbemiddelaar moet de consument op de hoogte brengen van zijn hoedanigheid als kredietbemiddelaar, alsook van de aard en draagwijdte van zijn bevoegdheden, zowel in zijn reclame als in de documenten bestemd voor het cliënteel. Deze informatie heeft onder meer betrekking op de hoedanigheid van kredietbemiddelaar of verbonden agent.

De verbonden agent (d.w.z. de kredietbemiddelaar die handelt voor rekening van en onder de volle en onvoorwaardelijke verantwoordelijkheid van slechts één kredietgever) moet de gegevens voor identificatie van de kredietgever opnemen in alle documenten die bestemd zijn voor het cliënteel.

## **9. Moet de reclame vermelden dat aanvaarding van het krediet onderworpen is aan de beslissing van de kredietgever?**

Dat is niet verplicht. Met de vermelding daarvan worden de hoedanigheid van kredietbemiddelaar en de draagwijdte van zijn bevoegdheden verduidelijkt en wordt volledige en transparante informatie aan de consument verstrekt.

---

<sup>5</sup> FOD Economie tot 31 oktober 2015 en FSMA vanaf 1 november 2015.

<sup>6</sup> FOD Economie tot 31 oktober 2015 en FSMA vanaf 1 november 2015.



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

## 10. Wat is verboden in het kader van reclame voor consumentenkrediet?

Artikel VII. 65 WER bevat een hele reeks verbodsbepalingen.

We vermelden hier enkel bepaalde nuttige elementen die ons relevant lijken voor de automobielsector.



Reclame voor een kredietovereenkomst die specifiek gericht is op het benadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen.



Reclame voor een kredietovereenkomst die verwijst naar een vergunning, een registratie of een inschrijving als kredietgever of kredietbemiddelaar.



Reclame die een andere identiteit, adres of hoedanigheid vermeldt dan door de adverteerder opgegeven in het raam van zijn vergunning, registratie of inschrijving als kredietgever of kredietbemiddelaar.



Reclame die - om een kredietsoort aan te duiden - enkel een benaming hanteert die verschilt van degene die door boek VII van het Wetboek van economisch recht worden aangewend. In de zin van het WER zijn er 4 kredietsoorten, die als volgt benoemd worden: lening op afbetaling, verkoop op afbetaling, kredietopening en financieringshuur.



Reclame die voordeeltarieven vermeldt zonder opgave van de bijzondere of beperkende voorwaarden waaraan de toekenning van deze tarieven is onderworpen.



Reclame die de vermelding “gratis krediet” of een gelijkaardige vermelding bevat, anders dan de verwijzing naar het jaarlijkse kostenpercentage.

**Let op:** Deze lijst is niet exhaustief, maar werd gekozen in functie van de gebruikelijke praktijken in de automobielsector. Voor de volledige lijst van verbodsbepalingen verwijzen we naar artikel VII. 65 WER.

## 11. Vanaf wanneer wordt reclame beschouwd als reclame waarin een rentevoet of een cijfer over de kosten van het krediet wordt vermeld? (reclame met cijfers)

Zodra de reclame een JKP, een debetrentevoet of een maandelijks termijnbedrag vermeldt, valt ze onder het toepassingsgebied van artikel VII. 64, §1 WER.

Voorbeelden:

- “Deze auto voor 100 euro / maand”
- “0 % JKP”
- “1,99 % JKP”

## 12. Wat zijn de verplichtingen voor reclame met cijfers?

Artikel VII.64, §1, eerste lid, WER bepaalt dat standaardinformatie moet worden verstrekt aan de hand van een representatief voorbeeld.

Voor meer details zie vragen 13 tot 18.

## 13. Waar en hoe moet dat representatieve voorbeeld vermeld worden?

De standaardinformatie van het representatieve voorbeeld moet **duidelijk, beknopt, opvallend** en desgevallend **hoorbaar** zijn.

Om als **duidelijk en opvallend** te worden beschouwd, is de FOD Economie van oordeel dat het representatieve voorbeeld in extenso vanaf de eerste verwijzing naar/vermelding van een cijfer over de kosten van het krediet - op een bepaalde drager - moet staan. Het volstaat niet te verwijzen naar een andere pagina om al die standaardinformatie weer te geven (bijvoorbeeld via een \* of een paginaverwijzing). Vanaf de eerste vermelding van financieringsmogelijkheden met cijfers, moet het representatieve voorbeeld worden vermeld.

Het representatieve voorbeeld moet voor de consument in het oog springen en moet als dusdanig door de consument kunnen worden geïdentificeerd.

Het representatieve voorbeeld zal ook duidelijk apart worden weergegeven van elk ander informatie-element over het krediet.

Om **beknopt** te zijn, moet het representatieve voorbeeld alle standaardinformatie vermelden (zoals opgesomd in vraag 14), bij voorkeur na elkaar. Alle andere informatie, zelfs die vereist door andere wetgevingen, maakt geen deel uit van de standaardinformatie en moet daarvan onderscheiden worden.

Wat de andere informatie in verband met het krediet betreft, zie ook vraag 20.

Voor een gedetailleerd overzicht naargelang de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

## 14. Wat moet het representatieve voorbeeld bevatten?

Artikel VII. 64, §1 WER preciseert de verschillende elementen van de standaardinformatie die het representatieve voorbeeld moet bevatten.

Dat artikel moet samen worden gelezen met artikel 14 van het koninklijk besluit van 21 juni 2011.

Artikel 14 bepaalt welke elementen van de standaardinformatie van het representatieve voorbeeld in grotere lettertekens moeten worden weergegeven dan de overige elementen.

Samengevat: het representatieve voorbeeld **MOET** de volgende elementen bevatten:

- > de kredietvorm (in het algemeen voor de automobielsector: lening op afbetaling, verkoop op afbetaling of financieringshuur);
- > de debetrentevoet, vast of veranderlijk;
- > informatie over eventuele kosten die in de totale kosten van het krediet zijn opgenomen;
- > het kredietbedrag (zie vraag 17);
- > het jaarlijkse kostenpercentage (zie ook vraag 17);

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

- > de duur van de kredietovereenkomst (zie ook vraag 17);
- > de contante prijs;
- > het bedrag van het voorschot, in voorkomend geval; (zie ook vraag 17)
- > het totale door de consument te betalen bedrag (zonder voorschot), maar inclusief het laatste verhoogde maandbedrag ingeval van een ballonkrediet;
- > het bedrag van de afbetalingstermijnen;

Indien het om een promotiepercentage gaat, en enkel ingeval van een promotiepercentage (zie ook vraag 15):

- > de geldigheidsperiode van de promotie.

Indien het sluiten van een contract voor een nevendienst verplicht is om de kredietovereenkomst te verkrijgen en de kosten niet vooraf bepaald kunnen worden, moet de verplichting tot het sluiten van dat contract ook op een duidelijke, beknopte, zichtbare en hoorbare wijze worden vermeld.

Dit betekent dat het feit dat die kosten niet in het JKP zijn inbegrepen, duidelijk, beknopt, zichtbaar en hoorbaar moet worden vermeld.

Als echter de kosten van die dienst vooraf bepaald kunnen worden, moeten ze in het JKP zijn inbegrepen.

Voor een gedetailleerd overzicht in functie van de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

11

## **15. Wat verstaat men onder “geldigheidsperiode van de promotie” en wanneer moet de periode vermeld worden?**

Deze periode moet enkel vermeld worden indien het JKP in het kredietaanbod in de reclame betekenisvol verschilt van het gebruikelijke JKP, en dit voor een bepaalde en in de tijd beperkte periode.

Concreet, indien het gebruikelijke toegepaste JKP 5,99 % is en gedurende een bepaalde periode (bijvoorbeeld het autosalon) beslist wordt om een JKP van 1,99 % aan te bieden, dan moeten de standaardelementen van het representatieve voorbeeld aangepast worden met dit promotionele JKP en de daarbij horende voorwaarden (bijvoorbeeld verschillende duur, verplichting tot voorschot). De geldigheidsperiode van de promotie moet dan vermeld worden en dit in een groter lettertype.

Zie ook vraag 17.

Indien de reclame een JKP vermeldt dat gewoonlijk wordt toegepast, dan is de geldigheidsperiode/of -datum geen element van de standaardinformatie van het representatieve voorbeeld. Deze informatie kan worden meegedeeld op dezelfde wijze als de overige kredietinformatie.

Zie ook vraag 20.

## 16. Wat verstaat men onder versie, model of gamma<sup>7</sup>?

**Gamma:** alle autovoertuigen van een automerk die aan consumenten verkocht worden.

**Model:** alle autovoertuigen van een merk die onder eenzelfde benaming verkocht worden (commerciële benaming die op het gelijkvormigheidsattest staat), ongeacht de motor, het uitrustingsniveau en de brandstof.

**Versie:** autovoertuig van een model van een specifiek merk, met een specifieke motor / een specifiek uitrustingsniveau.

## 17. Welk kredietbedrag moet in het representatieve voorbeeld worden opgenomen?

Artikel VII. 64, §1, derde lid, WER stelt dat het kredietbedrag in het representatieve voorbeeld gebaseerd is op het gemiddelde kredietbedrag dat, naargelang de kredietvorm waarvoor reclame wordt gemaakt, representatief is voor de aanbiedingen van de kredietgever of de kredietbemiddelaar.

Het **gemiddelde bedrag** van het representatieve voorbeeld wordt bepaald naargelang de gebruikte reclamedrager (reclame voor een versie, voor een model of voor het volledige gamma). Voor een definitie van versie, model of gamma: zie vraag 16.

Als de reclame enkel betrekking heeft op een versie, zal het gebruikte gemiddelde bedrag het te financieren bedrag op basis van de aanbevolen catalogusprijs zijn, te verminderen met het eventuele voorschot, voor deze versie.

Als de reclame enkel betrekking heeft op een model, zal het gebruikte gemiddelde bedrag het gewogen gemiddelde kredietbedrag zijn, op basis van het aantal kredietovereenkomsten voor dat model over een recente periode van minstens 6 maanden.

Als de reclame betrekking heeft op het volledige gamma, zal het gebruikte gemiddelde bedrag het gewogen gemiddelde kredietbedrag zijn, op basis van het aantal kredietovereenkomsten voor het gamma over een recente periode van minstens 6 maanden.

Als de reclame betrekking heeft op de meerderheid van het gamma, kan het gebruikte gemiddelde bedrag het gewogen gemiddelde kredietbedrag op basis van het aantal kredietovereenkomsten voor het gamma over een recente periode van minstens 6 maanden zijn.

De periode van 6 maanden kan worden uitgebreid tot een langere periode (bijvoorbeeld één jaar).

Als de reclame betrekking heeft op een nieuw model of een nieuwe versie, kan het gemiddelde bedrag een te verwachten kredietbedrag zijn.

De elementen van standaardinformatie van het representatieve voorbeeld zoals **het JKP, de duur en het eventuele voorschot** moeten ook representatief zijn voor die versie/model/gamma en beantwoorden aan het aanbod in de publiciteit.

Een voorbeeld: als een kredietgever/merk X beslist om niet langer kredietovereenkomsten aan te bieden op 60 maanden, maar de duur voortaan beperkt tot 48 maanden, en al de overige ele-

---

<sup>7</sup> Deze definities werden voorgesteld door FEBIAC.

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

menten gelijk blijven, moet de duur en het maandbedrag van het representatieve voorbeeld aangepast worden in de reclame.

Representatief voorbeeld (vorig aanbod)	Representatief voorbeeld (huidig aanbod)
Lening op afbetaling	Lening op afbetaling
Kredietbedrag = contante prijs: 12.000 euro	Kredietbedrag = contante prijs: 12.000 euro
JKP: 0 %	JKP: 0 %
Vaste debetrente: 0 %	Vaste debetrente: 0 %
Looptijd: 60 maanden	Looptijd: 48 maanden
Maandbedrag: 200 euro	Maandbedrag: 250 euro
Totaal terug te betalen bedrag: 12.000 euro	Totaal terug te betalen bedrag: 12.000 euro

Voor een gedetailleerd overzicht naargelang de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

## 18. Hoeveel representatieve voorbeelden moeten er gegeven worden?

Het WER bepaalt dat voor iedere kredietsoort waarvoor reclame wordt gemaakt, een afzonderlijk representatief voorbeeld moet worden gegeven.

In de automobielsector, en in het bijzonder in het kader van de vermelding van een representatief voorbeeld, onderscheidt de FOD Economie de volgende kredietvormen:

1. de lening op afbetaling (LOA) met een identiek maandelijks termijnbedrag;
2. de lening op afbetaling met een verhoogd laatste termijnbedrag (= balloonkrediet)<sup>8</sup>;
3. de verkoop op afbetaling (VOA) met een identiek maandelijks termijnbedrag;
4. de verkoop op afbetaling met een verhoogd laatste termijnbedrag (= balloonkrediet);
5. de financieringshuur.

Voor een gedetailleerd overzicht in functie van de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

## 19. Waar en hoeveel keer moet het representatieve voorbeeld worden vermeld?

Het representatieve voorbeeld moet worden vermeld vanaf de eerste verwijzing naar informatie met cijfers over het krediet. Het moet niet noodzakelijk worden herhaald, op voorwaarde dat er geen twijfel bestaat dat de consument er kennis van heeft genomen zonder het te moeten zoeken, op het moment dat hij de reclame voor het krediet heeft gezien.

Voor een gedetailleerd overzicht in functie van de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

<sup>8</sup> Het balloonkrediet: kredietovereenkomst waarbij gedurende de looptijd lage bedragen worden afgelost, beperkt tot de interesten en, desgevallend, tot een beperkt gedeelte van het kapitaal, en waarvoor het grootste resterende gedeelte van het kapitaal pas moet worden betaald op de laatste dag van de looptijd.

## 20. Mogen we, naast het representatieve voorbeeld, andere informatie over het krediet verstrekken?

Ja.

Bepaalde informatie over het krediet moet worden verstrekt, zoals bijvoorbeeld de slogan “Let op, geld lenen kost ook geld” en de hoedanigheid van kredietbemiddelaar (zie vragen 1 tot 7).

Andere informatie over het krediet die niet onmiddellijk betrekking heeft op de reclame met cijfer-elementen, zoals bijvoorbeeld de naam of het logo van de kredietgever, mogen ook vermeld worden.

Andere verplichte informatie, die niet valt onder de specifieke wettelijke bepalingen van reclame voor consumentenkrediet mag/moet worden vermeld, zoals bijvoorbeeld het KBO-nummer.

Deze informatie maakt geen deel uit van de standaardinformatie van het door het WER bedoelde representatieve voorbeeld (zie vraag 14).

Deze informatie moet dus zodanig worden verstrekt dat er niet wordt geraakt aan het duidelijke, beknopte, opvallende en desgevallend hoorbare karakter van het representatieve voorbeeld (zie vraag 13) en moet dus apart hernoemen worden.

## 21. Zijn er voor een balloonskrediet specifieke vereisten?

Wanneer het representatieve voorbeeld een balloonskrediet<sup>8</sup> betreft (LOA/VOA), schrijft artikel 14 van het KB voor dat de lettertekens die gebruikt worden voor zowel het JKP, het (lage) maandelijkse termijnbedrag als het hogere laatste termijnbedrag, maximaal driemaal groter mogen zijn dan de lettertekens die worden aangewend voor de standaardinformatie die niet in grotere lettertekens moet worden weergegeven.

In ieder geval moeten de lettertekens die worden gebruikt voor het hogere laatste termijnbedrag minstens even groot zijn als die voor het (lage) maandelijkse termijnbedrag.

Voor een gedetailleerd overzicht naargelang de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

## 22. Zijn er specifieke vereisten voor een krediet aan 0% JKP of hiermee gelijkgesteld promotioneel JKP?

Wanneer het representatieve voorbeeld een overeenkomst met een 0 % JKP of een promotioneel JKP betreft, bepaalt artikel 14 van het KB dat de lettertekens die voor het JKP gebruikt worden, maximaal driemaal groter mogen zijn dan de lettertekens die worden aangewend voor de standaardinformatie die niet in grotere lettertekens moet worden weergegeven.

Voor een definitie van promotioneel JKP, zie vraag 23.

Voor een gedetailleerd overzicht in functie van de gebruikte reclamedrager verwijzen we naar vraag 26.

Bijvoorbeeld: indien het gebruikelijke toegepaste JKP 5,99 % is en gedurende een bepaalde periode (bijvoorbeeld het autosalon) beslist wordt om een JKP van 1,99 % aan te bieden, dan moe-

---

<sup>8</sup> Het balloonskrediet: kredietovereenkomst waarbij gedurende de looptijd lage bedragen worden afgelost, beperkt tot de interesten en, desgevallend, tot een beperkt gedeelte van het kapitaal, en waarvoor het grootste resterende gedeelte van het kapitaal pas moet worden betaald op de laatste dag van de looptijd.

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

ten de standardelementen van het representatieve voorbeeld aangepast worden met dit promotionele JKP en de daarbij horende voorwaarden (bijvoorbeeld verschillende duur, verplichting tot voorschot). De geldigheidsperiode van de promotie moet dan vermeld worden en dit in een groter lettertype, zie ook vraag 15.

### **23. Wat is een aan 0 % gelijkgesteld promotioneel JKP?**

Het betreft een “percentage dat beduidend beneden de marktvoorwaarden is om een vergoeding te vormen voor het ontleende kapitaal en de bijkomende kosten.”<sup>9</sup>

### **24. Mogen er andere cijfergegevens dan die in het representatieve voorbeeld worden vermeld?**

Ja.

Er mogen andere cijfers verstrekt worden dan die in het representatieve voorbeeld onder de vorm van illustratieve voorbeelden.

Het is mogelijk om een maandelijks termijnbedrag te vermelden voor een specifiek voertuig of een JKP dat van toepassing is op (een) voertuig(en), maar die informatie mag niet opvallender zijn dan het representatieve voorbeeld en het moet duidelijk zijn dat het niet om het representatieve voorbeeld gaat (zie vraag 27).

In dat geval, en om te voldoen aan de vereisten van de bepalingen van de artikelen VI. 95 tot VI. 97 en van artikel VI. 99 van het WER (verbod op misleidende handelspraktijken), moet die informatie vervolledigd worden met alle elementen die een impact kunnen hebben op de beslissing van de consument over de aankoop. Zo is de FOD Economie van mening dat, om de consument niet te misleiden en tot een besluit te brengen dat hij anders niet had genomen, wanneer een maandelijks termijnbedrag of een JKP (verschillend van het representatieve voorbeeld) wordt vermeld in de reclame, ook de volgende informatie – op een niet-misleidende manier – moet worden weergegeven:

- het bedrag van de maandelijks aflossing, of
- het JKP (als het verschilt van het representatieve voorbeeld);
- de duur van de overeenkomst;
- het totale door de consument te betalen bedrag;
- desgevallend, het bedrag van het voorschot.
- in het geval van een balloonskrediet, het hogere laatste termijnbedrag.

Voor deze informatie gelden de vereisten voor de lettergrootte die van toepassing zijn op het representatieve voorbeeld niet, net om niet te raken aan het opvallende karakter van dat voorbeeld.

Deze informatie zal worden beschouwd als andere informatie over het krediet (zie vraag 20).



---

<sup>9</sup> Verslag aan de Koning betreffende het artikel 14 van het koninklijk besluit van 21 juni 2011.

## 25. Is de vermelding “... vanaf ...” toegelaten?

Ja, alleen als dat de gemiddelde consument niet misleidt en hem er niet toe brengt een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.

Voorbeelden:

	
“Dit voertuig vanaf 199 euro/maand”, zonder enige andere informatie	“Dit voertuig vanaf 199 euro/maand” met alle in- formatie over de voorwaarden (cf. vraag 24)
“Financiering mogelijk vanaf 1,99 % JKP”, zonder enige andere informatie	“Financiering mogelijk vanaf 1,99 % JKP”, met alle informatie over die voorwaarden





















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

## 26. Waar, hoe en hoeveel keer moet het representatieve voorbeeld worden weergegeven naargelang de gebruikte reclamedragers?








Dragers	Kredietbedrag (zie vragen 15 en 16)			Gelijktijdige mededeling met alle andere cijfermatige kredietinformatie (zie vraag 13)	Duidelijke, beknopte, opvallende en desgevallend hoorbare vermelding = onmiddellijke leesbaarheid / hoorbaarheid (zie vragen 13 en 18)	Andere standaardinformatie <sup>10</sup>	Kredietvorm, duur, vaste of veranderlijke karakter van de debetrentevoet, bedrag van de aflossingen en JKP (zie vraag 14)	JKP en maandelijkse termijnenbedragen voor een balloonkrediet (zie vraag 21)	Vermelding van een JKP van 0 %, of van een “daarmee gelijk te stellen promotioneel percentage” (zie vraag 22)
	Gamma	Model	Versie						
Reclame op papieren drager / één pagina							<i>Lettertakens groter dan de andere standaardinformatie</i>	<i>Lettertakens maximaal 3x groter dan de andere standaard informatie</i>	<i>Lettertakens van deze vermelding maximaal 3x groter dan de andere standaard informatie</i>
Reclame op papieren drager / meerdere pagina's (vb. brochure, folder)									

<sup>10</sup> - Debetrentevoet

- Informatie over alle kosten die in de totale kosten van het krediet zijn opgenomen, het kredietbedrag,
- Contante prijs/bedrag op krediet,
- Het bedrag van het voorschot (desgevallend),
- Het totale verschuldigde bedrag (zonder voorschot) (zie vraag 14)

<p><b>Website / Mobiële applicatie/ aanraak- scherm/ standaard</b></p>	 <p><i>Op elke algemene pagina gewijd aan de financiering (met cijfers) van de voertuigen</i></p>	 <p><i>Als men klikt op de financiering (met cijfers) van een model</i></p>	 <p><i>Als men klikt op de financiering (met cijfers) van een versie of als de mogelijkheid tot financiering verschijnt na de configuratie van een versie door de eindklant.</i></p>				<p><i>Lettertakens groter dan de andere standaardinformatie</i></p>	<p><i>Lettertakens maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie</i></p>	<p><i>Lettertakens van deze vermelding maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie</i></p>
<p><b>Banner</b></p>				 <p><i>Hetzij direct op de banner, hetzij op de landingspagina</i></p>					
<p><b>Pop-up</b></p>				 <p><i>Hetzij direct op het pop-upvenster, hetzij op de landingspagina</i></p>			<p><i>Lettertakens groter dan de andere standaard informatie</i></p>	<p><i>Lettertakens maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie</i></p>	<p><i>Lettertakens van deze vermelding maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie</i></p>

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

<p><b>Reclame in een showroom</b></p>	<p> <i>Altijd het representatieve voorbeeld van alleen het gamma</i></p>	<p><i>Niet van toepassing</i></p>	<p><i>Niet van toepassing</i></p>	<p> <i>De consument moet er kennis van hebben kunnen nemen voor of gelijktijdig met de financieringsvoorstellen</i></p>	<p> <i>Enkel vermelding van het representatieve voorbeeld van het gamma / opvallender dan de verstrekte informatie onder de vorm van illustratieve voorbeelden m.b.t. een versie (zie vraag 24)</i></p>	<p></p>			
<p><b>Reclame op de stand van het Autosalon, op beurzen, enz.</b></p>	<p> <i>Altijd het representatieve voorbeeld van alleen het gamma</i></p>	<p><i>Niet van toepassing, behalve als de stand gewijd is aan één model</i></p>	<p><i>Niet van toepassing, behalve als de stand gewijd is aan één versie</i></p>	<p> <i>De consument moet er kennis van hebben kunnen nemen voor of gelijktijdig met de financieringsvoorstellen</i></p>	<p> <i>Enkel vermelding van het representatieve voorbeeld van het gamma / opvallender dan de verstrekte informatie onder de vorm van illustratieve voorbeelden m.b.t. een versie (zie vraag 24)</i></p>	<p></p>			

Televisie							<i>Lettertakens groter dan de andere standaardinformatie, behalve indien enkel hoorbaar</i>	<i>Lettertakens maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie, behalve indien enkel hoorbaar</i>	<i>Lettertakens van deze vermelding maximaal 3x groter dan de andere standaardinformatie, behalve indien enkel hoorbaar</i>
Radio									

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

## 27. Zal de reclame beschouwd worden als zijnde in orde volgens deze aanbevelingen?

Het is belangrijk te onderstrepen dat het opvolgen van deze aanbevelingen geen “carte blanche” geeft.

De globale context van de reclame (met inbegrip van het gebruik van kleuren/specifieke lettertypes/het gebruik van kaders/het gebruik van achtergronden, kleurverloop, enz.) zal bepalend zijn om het wettelijke karakter van de reclame te beoordelen.

Bovendien is het uiteindelijk aan de rechter om zich geval per geval uit te spreken over de naleving van de wettelijke bepalingen. De bedoeling van deze aanbevelingen is een zo uniform mogelijke toepassing van de wetgeving mogelijk te maken, onder voorbehoud van de soevereine beoordeling van de hoven en rechtbanken.

## 28. Welke zijn de wettelijke referenties en de andere nuttige links?

Wetboek van economisch recht – [boek VII](#) – Betalings- en kredietdiensten – Titel 4 – Kredietovereenkomsten – Hoofdstuk 1 – Consumentenkrediet.

[Koninklijk besluit van 21 juni 2011](#) tot wijziging van verschillende besluiten inzake consumentenkrediet en tot uitvoering van de artikelen 5, § 1, tweede lid, en § 2, en 15, derde lid, van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet.

Wetboek van economisch recht – [boek VI](#) – Marktpraktijken en consumentenbescherming – Titel 4 – Verboden praktijken – Hoofdstuk 1 – Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten.

Website FOD Economie:

<https://economie.fgov.be/nl/themas/financiele-diensten/consumentenkrediet/de-reclame-en-het-secci> waarop een juridische nota van de FOD Economie over kredietreclame voor voertuigen, gericht aan consumenten, terug te vinden is.

Geannoteerd Wetboek Consumentenkrediet: <http://www.consumercredit.be/>.