



© Copyright MERITIUS® Gent

## Nieuwe wet handelspraktijken

Index*Vanaf 1 december 2007..... 1**Reclame en handelspraktijken ..... 1**Algemeen ..... 1**B2B en B2C – Vergelijkende reclame ..... 1**B2B – Reclame en praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken onder verkopers .. 2**B2C – Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten ..... 2**Waarschuwingsprocedure en stakingsvordering ..... 3**Sancties ..... 3**Besluit ..... 4***Paternalistische bescherming van de consument...***Didier J.L. Baecke***...vanaf 1 december 2007**

De Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (WHPC) wordt door de Wet van 5 juni 2007 ingrijpend gewijzigd. De nieuwe bepalingen inzake reclame en handelspraktijken vormen een omzetting van diverse Europese richtlijnen. Hierbij staat een maximale harmonisatie centraal zodat ondernemingen dezelfde marketingtechnieken in gans Europa kunnen gebruiken.

Aangezien de nieuwe wet op 1 december 2007 in werking treedt, wordt in deze nieuwsbrief aandacht besteed aan de belangrijkste wijzigingen binnen de WHPC op het vlak van reclame en handelspraktijken.

**Reclame en handelspraktijken**

**Algemeen** – De bestaande bepalingen inzake reclame worden opgeheven en ondergebracht in een nieuw hoofdstuk waarin reclame én oneerlijke handelspraktijken samen worden behandeld.

Voor de toepassing van dit nieuwe hoofdstuk definieert een specifiek artikel de invulling van bepaalde begrippen. Hierbij moet worden opgemerkt dat de omschrijving van de begrippen 'consument' en 'product' afwijken van de reeds bestaande definities, zodat in de WHPC eenzelfde term twee betekenissen kan hebben.

Daarnaast roept de nieuwe wet een artificiële tweedeling in het leven met afzonderlijke regelen voor business-to-business (B2B) dan wel business-to-consumer (B2C) relaties.

**B2B en B2C – Vergelijkende reclame** – Het ongeoorloofd karakter van bepaalde vormen van vergelijkende reclame wordt uitgebreid met handelspraktijken met een misleidend karakter zoals het verschaffen van onjuiste informatie of het weglaten van voor de consument essentiële informatie.

In tegenstelling tot vroeger zijn verwijzingen naar vergelijkende tests uitgevoerd door consumentenorganisaties niet langer verboden.



**MERITIUS**  
ADVOCATEN - AVOCATS

**B2B – Reclame en praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken onder verkopers**

De nieuwe wet definieert dertien vormen van reclame gericht tot verkopers die verboden zijn.

Reclame die in het promotiemateriaal een factuur of gelijkaardig document waarbij om betaling wordt gevraagd bevat dat de indruk wekt dat het product of de dienst reeds werd besteld terwijl dat niet het geval is, wordt verboden.

Eveneens verboden is reclame die in het promotiemateriaal essentiële informatie over de gevolgen van het door de bestemming gegeven antwoord of die de eigenlijke commerciële bedoeling – wanneer die niet duidelijk blijkt uit de context – verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft. Hiermee worden onder meer ‘internetgidsen’ geïllustreerd waarbij de verkoper een document ontvangt dat hem *prima facie* uitnodigt om louter zijn commerciële gegevens te verduidelijken of te bevestigen, maar waarbij hij zich in werkelijkheid voor verschillende jaren bindt indien hij zijn handtekening onder het document plaatst zonder aandacht te besteden aan de veelal op discrete wijze in kleine letters vermelde tekoopaanbieding of vaststaande bestelling.

Daarnaast wordt elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de beroepsbelangen van één of meer andere verkopers schaadt of kan schaden, uitdrukkelijk verboden.

**B2C – Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten**

Oneerlijke handelspraktijken van verkopers jegens consumenten vóór, gedurende en na de tekoopaanbieding en de verkoop van producten of diensten zijn steeds verboden.

Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de vereisten van professionele toewijding én het economisch gedrag van de consument op wie zij gericht is, met betrekking tot het product of de dienst, wezenlijk verstoort of kan verstoren. Waar vroeger potentiële schade aan een consument volstond, wordt de drempel iets hoger gelegd omdat nu eveneens moet worden aangetoond dat de handelspraktijk de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen die hij anders niet had genomen. De vaak aangewende reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen, blijft aldus geoorloofd.

De term ‘oneerlijke handelspraktijken’ dekt volgens de nieuwe wet twee ladingen, namelijk enerzijds de ‘misleidende handelspraktijken’ en anderzijds de ‘agressieve handelspraktijken’.

Een handelspraktijk is misleidend wanneer die gepaard gaat met onjuiste, bedrieglijke, verborgen, onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of weggelaten (essentiële) informatie. De wet voorziet daarnaast vanaf 1 december 2007 een positieve informatieverplichting bij uitnodigingen tot aankoop.



Agressief is een handelspraktijk die door intimidatie, dwang – inclusief het gebruik van lichamelijk geweld – of ongepaste beïnvloeding, de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de consument met betrekking tot het product of de dienst aanzienlijk beperkt of kan beperken. De wet formuleert vijf elementen waarmee rekening wordt gehouden bij de kwalificatie.

Zowel bij de misleidende als de agressieve handelspraktijken hanteert de wet een exhaustieve maar tegelijkertijd limitatieve *blacklist* met handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk en *a fortiori* verboden worden beschouwd. De beoordeling gebeurt in principe *in abstracto*, waarbij enkel objectieve elementen in aanmerking worden genomen. Voor sommige agressieve handelspraktijken wordt evenwel vereist dat ze tegelijkertijd misleidend zijn, zodat er toch nog een subjectief element binnensluit en een beoordeling *in concreto* zich opdringt.

### **Waarschuwingsprocedure en stakingsvordering**

Wanneer in het kader van een waarschuwingsprocedure een verkoper of een adverteerder van een reclameboodschap ervan verwittigd wordt dat een handelspraktijk of een reclame strijdig is met de toepasselijke bepalingen van de WHPC – of als er een vordering tot staking voor de voorzitter van de rechtbank van koophandel wordt ingesteld – dan moet de adverteerder of de verkoper binnen een termijn van maximum één maand bewijzen dat de gegevens juist zijn.

De nieuwe wet verruimt echter de bewijslast omtrent de juistheid van beweringen en feitelijke gegevens. Indien de bewijzen niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan immers wettelijk worden vermoed dat de reclame of de handelspraktijk in strijd is met de WHPC of dat de feitelijke gegevens onjuist zijn.

Daarnaast wordt de bevoegdheid van de voorzitter van de rechtbank van koophandel in het kader van de stakingsvordering uitgebreid tot het preventief verbieden van oneerlijke handelspraktijken.

### **Sancties**

De consument kan – naast de bestaande gemeenrechtelijke sancties zoals schadevergoeding of nietigheid wegens wilsgebreken – de terugbetaling van de betaalde sommen eisen binnen een redelijke termijn vanaf het moment dat hij kennis had of hoorde te hebben van het bestaan van oneerlijke handelspraktijken, *zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst*. Afhankelijk van de ernst van de inbreuk kan de consument deze sanctie zelf dan wel via rechterlijke tussenkomst eisen.

Tenslotte dient nog te worden vermeld dat de lijst van bepalingen die strafrechtelijk worden gesanctioneerd zonder dat kwade trouw is vereist, gevoelig werd uitgebreid.



## Besluit

De Wet van 5 juni 2007 vormt een onvolledige en niet-adequate omzetting van de Europese richtlijnen. Zo verbiedt de Belgische wetgever nog steeds enkele handelspraktijken die de Europese wetgever eigenlijk als toegelaten beschouwt.

De onnodige discrepantie tussen B2B- en B2C-relaties – samen met interpretatieproblemen over het nieuwe begrippenarsenaal – komt de duidelijkheid van de wet geenszins ten goede. Zo is *e.g.* sommige rechtsleer van mening dat er naast de misleidende en agressieve handelspraktijken nog een derde restcategorie bestaat. De prejudiciële vragen die ondertussen reeds aan het Europees Hof van Justitie werden gesteld zijn hier geenszins vreemd aan.

Tot slot zal de rechter – zelfs bij *per se* verboden uit de *blacklist* – vaak nog *in concreto* bepaalde elementen moeten beoordelen. Ook de toepassing van de draconische burgerrechtelijke sanctie – bestaande uit de terugbetaling van betaalde sommen door de verkoper aan de consument zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst – vereist terughoudendheid van de rechter.

Niet voor niets is in 2008 reeds een nieuwe wetswijziging inzake de WHPC gepland...

---

Wet van 5 juni 2007 tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *B.S.* 21 juni 2007  
(inwerkingtreding op 1 december 2007)

## Onze kantoren

### MERITIUS® GENT

Martelaarslaan 402 - 9000 Gent  
Tel. +32 (0)9 269 70 70 - Fax +32 (0)9 269 70 71  
[info.gent@meritius.be](mailto:info.gent@meritius.be)

### MERITIUS® BRUSSEL

Avenue Georges Henrilaan 431 – 1200 Brussel  
Tel. +32 (0)2 735 91 56 - Fax +32 (0)2 734 35 00  
[info.brussels@meritius.be](mailto:info.brussels@meritius.be)

### MERITIUS® BERGEN

Rue Ste Gertrude 1 - 7070 Le Roeulx  
Tel. +32 (0)64 66 50 12 - Fax +32 (0)64 67 60 93  
[info.mons@meritius.be](mailto:info.mons@meritius.be)

### MERITIUS® NAMEN

Avenue Cardinal Mercier 46 - 5000 Namur  
Tel. +32 (0)81 74 42 04 - Fax +32 (0)81 74 42 07  
[info.namur@meritius.be](mailto:info.namur@meritius.be)

### MERITIUS® ANTWERPEN

Jules Moretuslei 374-376 - 2016 Antwerpen  
Tel. +32 (0)3 825 55 00 - Fax +32 (0)3 825 56 00  
[info.antwerpen@meritius.be](mailto:info.antwerpen@meritius.be)