

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS  
DE BELGIQUE

16 mars 2023

**PROPOSITION DE LOI**

**modifiant le Code de droit économique  
en ce qui concerne  
les réductions de prix déraisonnables  
sur les produits agricoles et alimentaires**

(déposée par Mme Leen Dierick et consorts)

BELGISCHE KAMER VAN  
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

16 maart 2023

**WETSVOORSTEL**

**tot wijziging van het Wetboek  
van economisch recht  
wat de onredelijke prijsverminderingen  
op landbouw- en voedingsproducten betreft**

(ingediend door mevrouw Leen Dierick c.s.)

**RÉSUMÉ**

*Les réductions déraisonnables accordées sur les prix des produits alimentaires mettent tout d'abord en péril la rentabilité économique des maillons de la chaîne agroalimentaire, mais elles empêchent également de réaliser les investissements nécessaires dans la durabilisation et dans les sources d'énergie alternatives. Elles conduisent en outre à un rétrécissement global du marché qui est néfaste pour les acteurs plus faibles et nuit à long terme aux intérêts des consommateurs.*

*Cette proposition de loi vise dès lors à lutter contre les promotions excessives sur les produits agricoles et alimentaires et à contribuer ainsi à des relations plus équilibrées entre les différents maillons de la chaîne alimentaire.*

*Elle prévoit concrètement l'interdiction de proposer pour les produits alimentaires des promotions supérieures à 34 % du prix de vente au consommateur.*

**SAMENVATTING**

*Onredelijke prijspromoties op voedingsproducten brengen niet alleen de economische rendabiliteit van de schakels in de agro-voedingsketen in gevaar, maar beletten ook de noodzakelijke investeringen in verduurzaming en alternatieve energiebronnen. Daarnaast leiden ze tot een totale marktvershraling die niet alleen voor de zwakkere marktspelers nefast is, maar op termijn ook de consumentenbelangen schaadt.*

*Dit wetsvoorstel beoogt daarom de buitensporige prijspromoties op landbouw- en voedingsproducten aan te pakken en aldus bij te dragen tot meer evenwichtige verhoudingen tussen de verschillende schakels in de voedingsketen.*

*Concreet bepaalt het wetsvoorstel dat er geen promoties op voedingsproducten worden toegelaten die meer bedragen dan 34 procent van de verkoopprijs aan de consument.*

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
PS	: Parti Socialiste
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
cd&v	: Christen-Democratisch en Vlaams
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
Vooruit	: Vooruit
Les Engagés	: Les Engagés
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
INDEP-ONAFH	: Indépendant - Onafhankelijk

<i>Abréviations dans la numérotation des publications:</i>		<i>Afkorting bij de nummering van de publicaties:</i>	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 <sup>e</sup> législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 <sup>e</sup> zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaalde beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

## DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les promotions sont un outil important pour les entrepreneurs, car elles leur permettent de stimuler la vente d'un bien ou d'un service. Ils peuvent ainsi se distinguer d'un concurrent et mettre en valeur certains produits. Les promotions peuvent également être un moyen de faciliter l'écoulement des stocks de l'entrepreneur, en particulier en cas d'offre excédentaire ou lorsqu'il s'agit de denrées périssables. Enfin, elles permettent aux consommateurs de payer moins cher un bien ou un service, ce qui est important, surtout en période de crise du pouvoir d'achat.

Des promotions excessives ou trop nombreuses peuvent toutefois perturber tout un secteur. Force est de constater qu'en Belgique, la concurrence entre les supermarchés est si forte qu'elle crée un nivellement par le bas. En effet, les promotions spectaculaires accordées exercent sur la marge bénéficiaire une pression telle que la rentabilité et la viabilité des acteurs du marché et de l'ensemble du secteur s'en voient compromises. Il s'agit d'une évolution néfaste, en particulier pour les produits frais – secteur dans lequel les agriculteurs sont directement touchés. Mais c'est aussi une situation intenable pour d'autres PME et pour les supermarchés indépendants de proximité, qui ne peuvent pas faire valoir leurs arguments dans les négociations avec les acteurs dominants du marché. Cette pression concurrentielle générale pousse en outre de plus en plus de magasins spécialisés – comme les magasins de fruits et légumes, les boucheries et les boulangeries – à fermer leurs portes. Leur marge d'achat fond comme neige au soleil sous l'effet de ces promotions spectaculaires, alors que le prix des matières premières et de l'énergie, ainsi que d'autres frais, ont fortement augmenté.

Un nivellement par le bas est donc en cours, les chaînes de supermarchés multinationales pratiquant de plus en plus souvent des prix chocs ou des promotions excessives comme "deux produits gratuits pour un produit acheté" (1+2) ou "cinq produits gratuits pour un produit acheté" (1+5). Cette stratégie de prix destructrice permet aux multinationales cotées en bourse de concurrencer financièrement les acteurs plus faibles sur le marché qu'elles s'approprient à "conquérir", alors que sur leur marché national, elles pratiquent des prix normaux qui leur permettent de dégager une marge. Il s'agit d'une stratégie qui, à première vue, profite au consommateur à court terme, mais qui risque à plus long terme, en raison de la position dominante qu'elle crée sur le marché, d'éroder une concurrence saine, d'accentuer le rétrécissement du marché et donc de réduire le choix.

## TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Promoties zijn een belangrijk instrument voor ondernemers om de verkoop van een goed of een dienst een boost te geven. Via promoties kunnen zij zich onderscheiden van een concurrent en bepaalde producten in de kijker zetten. Promoties kunnen ook een middel zijn om de voorraden van de ondernemer gemakkelijker te verkopen, zeker wanneer er sprake is van een overaanbod of van bederfelijk voeding. Tot slot moeten consumenten dankzij de prijspromoties minder betalen voor een goed of een dienst, wat zeker in tijden van een koopkrachtcrisis, een belangrijk gegeven is.

Te veel en te grote promoties kunnen echter een complete sector ontwrichten. Wij stellen vast dat de onderlinge concurrentiestrijd tussen de supermarkten in ons land zo groot is dat er een "*ratrace to the bottom*" ontstaat. Aan de hand van excessieve stuntpromoties wordt de druk op de winstmarge immers zo groot dat de complete rendabiliteit en leefbaarheid van de marktspelers en de complete sector in het gedrang komen. Zeker voor verse voeding waarbij de boeren rechtstreeks worden getroffen, is dit een kwalijke evolutie. Maar ook voor andere kmo's en zelfstandige buurtsupermarkten die zich niet sterk kunnen maken in de onderhandelingen met dominante marktspelers is dit een onhoudbare situatie. Deze algemene concurrentiedruk zorgt er ook voor dat steeds meer speciaalzaken – waaronder groenten- en fruitwinkels, slaggers en bakkers – de deuren moeten sluiten. Hun aankoopmarge verdwijnt als sneeuw voor de zon door toedoen van de stuntpromoties terwijl grondstoffen, energie en andere kosten fors zijn gestegen.

Er is dus een *race to the bottom* bezig waarbij multinationale supermarktketens steeds meer uitpakken met stuntsprizen of buitensporige promoties zoals één product kopen en twee producten gratis (1+2) of één product kopen en vijf producten gratis (1+5). Deze destructieve prijzenstrategie stelt beursgenoteerde multinationals in staat om financieel zwakkere concurrenten uit hun nieuw te "veroveren" markt te concurreren, terwijl op hun thuismarkt de gewone prijzen worden gehanteerd die wél een marge opleveren. Het is een strategie die de consument op het eerste gezicht ten goede komt op korte termijn, maar op langere termijn omwille van de marktdominantie die hierdoor ontstaat, de gezonde concurrentie dreigt uit te hollen en de marktverschraling en dus de keuzemogelijkheden in de hand werkt.

Les réductions de prix déraisonnables n'ont pas uniquement un impact sur la sécurité alimentaire. Elles constituent également un frein majeur à l'amélioration de la durabilité de l'ensemble de la chaîne agroalimentaire. Les marges étant de plus en plus réduites, l'espace nécessaire pour investir dans ce que la société considère comme important – une production respectueuse de l'environnement et des animaux, par exemple – est anéanti et les investissements en faveur de la durabilité ne sont pas mis en œuvre. Or, c'est à tous les maillons de la chaîne alimentaire – et pas uniquement au secteur agricole – qu'il appartient d'investir de toute urgence dans la durabilisation et les énergies renouvelables.

La question est de savoir si les promotions chocs profitent à long terme au consommateur. La Belgique est un pays de distribution qui, contrairement aux pays d'Europe du Nord, dispose d'une offre de détail diversifiée avec, d'une part, des *discounters* et d'autres chaînes de supermarchés et, d'autre part, des supermarchés de proximité et des magasins spécialisés. Le consommateur peut choisir partout et à tout moment entre des prix bas et une offre légèrement plus chère mais de meilleure qualité. Il s'agit d'un élément important, en particulier pour les produits alimentaires frais et sains. Si les acteurs du marché proposent également les aliments frais à prix cassés, on risque d'assister à un rétrécissement du marché qui affectera la diversité de notre commerce de détail alimentaire.

Alors que l'actualité montre l'importance d'un marché d'approvisionnement intérieur solide, force est de constater que de plus en plus d'aliments frais sont importés de l'étranger à des conditions que les agriculteurs et les entreprises de transformation de produits alimentaires ne peuvent pas proposer s'ils veulent continuer à travailler de manière rentable et durable. Par ailleurs, les réductions de prix excessives attirent les consommateurs vers un produit qu'ils n'achèteraient pas dans d'autres conditions et les incitent à jeter de la nourriture. Dans le cadre d'une promotion 1+2, par exemple, le consommateur reçoit gratuitement deux produits supplémentaires. Lorsqu'il s'agit de produits alimentaires dont la durée de conservation est limitée, le consommateur risque de ne pas avoir le temps de consommer ceux qu'il a reçus gratuitement et de devoir les jeter. Cela crée davantage de gaspillage alimentaire. D'autre part, nos services d'inspection économique doivent régulièrement intervenir lorsque les prix promotionnels annoncés se révèlent être des "pratiques de leurre" illégales. Le stock du supermarché ne répond dans ce cas aucunement à la demande accrue déclenchée par la promotion, ce qui a pour conséquence que les consommateurs reviennent les mains vides.

Naast voedselzekerheid, zorgen onredelijke prijspromoties voor een grote rem op de verduurzaming van de complete agro-voedingsketen. Door de steeds lagere marges, wordt de ruimte die nodig is om te investeren in wat de samenleving belangrijk vindt – zoals ecologische en diervriendelijke productie – ontnomen en worden duurzaamheidsinvesteringen niet uitgevoerd. Nochtans moeten niet alleen de landbouwsector, maar alle schakels in de voedselketen dringend investeren in verduurzaming en hernieuwbare energie.

De vraag is of de consument op termijn wint bij de stuntpromoties. België is een distributieland met, in tegenstelling tot de meer noordelijke Europese landen, een divers winkelaanbod met zowel discounters en andere supermarktketens als buurtsupermarkten en speciaalzaken waar de consument op elk moment op eender welke locatie keuze heeft tussen goedkope prijzen en een iets duurder, maar kwalitatiever, aanbod. Vooral voor verse gezonde voeding is dit een belangrijk gegeven. Wanneer men in de markt ook met de prijs van verse voeding stunt, dreigt er een marktverschraling die deze diversiteit van onze voedingsdetailhandel zal aantasten.

Op het moment dat de actualiteit aantoont dat een sterke binnenlandse aanvoermarkt belangrijk is, moeten we vaststellen dat steeds meer verse voeding vanuit het buitenland wordt aangevoerd, aan voorwaarden waaronder landbouwers en voedselverwerkende bedrijven niet langer op een winstgevende en duurzame wijze kunnen aanleveren. De excessieve prijspromoties zorgen er ook voor dat de consument wordt gelokt naar een product dat hij anders niet zou kopen en hij uiteindelijk voedsel weggooit. In het kader van bijvoorbeeld een 1+2 promotieactie zal de consument twee producten extra gratis verkrijgen. Bij voedingsproducten met een beperkte houdbaarheid kan dit ervoor zorgen dat de consument onvoldoende tijd heeft om de extra producten te consumeren en deze dan moet weggooien. Dat zorgt voor meer voedselverspilling. Anderzijds moeten onze economische inspectiediensten regelmatig optreden indien aangekondigde stuntprijzen eigenlijk onwettelijke en misleidende "lokvogelpraktijken" blijken te zijn. De voorraad in de supermarkt beantwoordt dan geenszins aan de verhoogde vraag die door de promotie wordt losgeweekt waardoor de consument van een kale reis terugkomt.

L'interdiction de la vente à perte qui s'applique en Belgique n'offre pas une protection suffisante contre ce phénomène. Il ressort de la réponse fournie par le ministre de l'Économie à une question parlementaire qu'à peine 51 contrôles ont été effectués au cours des cinq dernières années, dont 11 dans le secteur alimentaire.<sup>1</sup> Lors de ces contrôles, 13 violations de l'interdiction de la vente à perte ont été constatées au cours des cinq dernières années, dont une dans le secteur alimentaire. La réponse du ministre montre que la législation actuelle est difficilement applicable et qu'elle offre donc une protection insuffisante. Lors d'un contrôle, les différentes réductions accordées par les fournisseurs doivent être analysées afin de déterminer s'il est ou non question d'une vente à perte. L'entreprise est donc contrainte de communiquer dans ce cadre de nombreux documents et données (confidentiels) à l'inspection économique.

On peut conclure de ce qui précède que non seulement les réductions déraisonnables accordées sur les prix des produits alimentaires mettent en péril la rentabilité économique de tous les maillons de la chaîne agroalimentaire, mais qu'elles empêchent également de réaliser les investissements nécessaires dans la durabilisation et dans les sources d'énergie alternatives. Elles conduisent en outre à un rétrécissement global du marché qui est néfaste pour les acteurs plus faibles et nuit à long terme aux intérêts des consommateurs.

En France, ces promotions déraisonnables sur les prix des produits alimentaires sont déjà soumises à des restrictions. En décembre 2018, le Parlement français a adopté une loi visant à promouvoir des relations de meilleure qualité et plus équilibrées entre les différents maillons de la chaîne agroalimentaire. Cette loi doit également garantir de meilleurs revenus aux agriculteurs et permettre à tous les consommateurs d'accéder à une alimentation saine et durable. À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2019, aucune promotion dépassant 34 % du prix de vente aux consommateurs ne sera plus autorisée sur les produits alimentaires. Cela signifie concrètement qu'une promotion "1+1 gratuit" ne sera plus autorisée, mais qu'une promotion "2+1 gratuit" restera possible. Le commerçant pourra ainsi continuer à proposer un troisième produit gratuit à l'achat de deux.

Aux Pays-Bas également, la majorité des membres de la *Tweede Kamer* souhaitent s'attaquer au problème des prix cassés des denrées alimentaires. La majorité des partis estiment que ces prix cassés empêchent les agriculteurs d'obtenir un prix équitable et qu'ils encouragent le gaspillage. Ils demandent au cabinet d'élaborer des règles pour y remédier.

<sup>1</sup> Question n° 1139 du 26 janvier 2023 de Mme Dierick au vice-premier ministre et ministre de l'Économie et du Travail sur la vente à perte.

Het in België geldende verbod op de verkoop met verlies is hiertegen geen voldoende beschermingsmiddel. Uit het antwoord van de minister van Economie op een parlementaire vraag blijkt dat er de afgelopen vijf jaar amper 51 controles werden uitgevoerd waarvan 11 in de voedingssector.<sup>1</sup> Bij deze controles werden in de afgelopen vijf jaar 13 inbreuken op het verbod op verkoop met verlies vastgesteld waarvan één in de voedingssector. Uit het antwoord van de minister blijkt dat de huidige wetgeving moeilijk toepasbaar is en dus onvoldoende bescherming biedt. Bij een controle moeten de verschillende toegekende kortingen door de leveranciers worden geanalyseerd om te bepalen of er al dan niet sprake is van verkoop met verlies. Bij een controle moet de onderneming hierdoor veel (confidentiële) documentatie en gegevens bezorgen aan de Economische Inspectie.

De conclusie is dan ook dat onredelijke prijspromoties op voedingsproducten niet alleen de economische rendabiliteit van de schakels in de ganse agro-voedingsketen in gevaar brengen, maar ook de noodzakelijke investeringen in verduurzaming en alternatieve energiebronnen beletten. Daarnaast leiden ze tot een totale marktvershraling die niet alleen voor de zwakkere marktspelers nefast is, maar op termijn ook de consumentenbelangen schaadt.

In Frankrijk werden dergelijke onredelijke prijspromoties op voedingsproducten al aan banden gelegd. In december 2018 heeft het Franse parlement een wet goedgekeurd die moet zorgen voor betere, evenwichtige verhoudingen tussen de verschillende schakels in de agrovoedingsketen. Daarnaast moet dit leiden tot een beter inkomen voor de landbouwers en gezond en duurzaam voedsel dat voor iedereen toegankelijk is. Vanaf 1 januari 2019 worden geen promoties meer toegelaten op voedingsproducten die meer dan 34 procent van de verkoopprijs aan de consument bedragen. Concreet is een prijspromotie van 1+1 gratis niet meer toegelaten terwijl 2+1 gratis wel nog kan. Zo is een derde product gratis aanbieden bij de aankoop van twee producten wel nog mogelijk.

Ook in Nederland wil een meerderheid in de Tweede Kamer de stuntprijzen voor voeding aanpakken. Een meerderheid van de partijen is van mening dat de landbouwers door deze stuntprijzen geen eerlijke prijzen bekomen en dat deze prijsstunten ook verspilling veroorzaken. Ze vragen het kabinet om regels uit te werken om dit aan banden te leggen.

<sup>1</sup> Vraag nr. 1139 van mevrouw Dierick aan de vice-eersteminister en minister van Economie en Werk van 26 januari 2023, over "het verkopen met verlies".



Contrairement à la France, notre pays ne dispose pas d'une législation visant à lutter contre les promotions déraisonnables accordées sur les produits alimentaires.

La loi du 28 novembre 2021 transposant la directive (UE) 2019/633 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur les pratiques commerciales déloyales dans les relations interentreprises au sein de la chaîne d'approvisionnement agricole et alimentaire et modifiant le Code de droit économique<sup>2</sup> a été adoptée en 2021.

Cette directive vise à protéger les fournisseurs agroalimentaires contre les pratiques commerciales déloyales qui leur sont imposées par leurs clients. Elle introduit notamment une "liste grise" des pratiques commerciales qui sont considérées comme déloyales à moins d'avoir été convenues en termes clairs et dépourvus d'ambiguïté dans l'accord de fourniture ou dans un accord ultérieur entre le fournisseur et le client. La loi transposant cette directive ne réglemente toutefois pas le problème des promotions déraisonnables.

La présente proposition de loi vise, à l'instar de la loi française, à lutter contre les promotions excessives et à contribuer ainsi à des relations plus équilibrées entre les différents maillons de la chaîne alimentaire. Elle prévoit l'interdiction de proposer pour les produits alimentaires des promotions supérieures à 34 % du prix de vente aux consommateurs.

Il s'ensuit qu'une promotion "1+1 gratuit" ne sera plus autorisée, mais qu'un troisième produit gratuit pourra encore être offert à l'achat de deux produits, soit "2+1 gratuit".

In tegenstelling tot Frankrijk bestaat in ons land geen wetgeving die onredelijke promoties op voedingsproducten aan banden legt.

In 2021 werd de wet van 28 november 2021 tot omzetting van Richtlijn (EU) 2019/633 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake oneerlijke handelspraktijken in de relaties tussen ondernemingen in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen en tot wijziging van het Wetboek van economisch recht<sup>2</sup> goedgekeurd.

Deze richtlijn beoogt de leveranciers van agrovoedingsproducten te beschermen tegen de oneerlijke handelspraktijken die hun worden opgelegd door hun afnemers. De richtlijn voert onder meer een "grijze lijst" met marktpraktijken in die als oneerlijk worden beschouwd tenzij zij eerder op duidelijke en ondubbelzinnige wijze zijn overeengekomen in de leveringsovereenkomst of in een daaropvolgende overeenkomst tussen de leverancier en de afnemer. De wet tot omzetting van deze richtlijn legt onredelijke promoties echter niet aan banden.

Dit wetsvoorstel beoogt, net zoals de Franse wet, de buitensporige prijspromoties aan te pakken en aldus bij te dragen tot meer evenwichtige verhoudingen tussen de verschillende schakels in de voedingsketen. Het wetsvoorstel bepaalt dat er geen promoties op voedingsproducten worden toegelaten die meer bedragen dan 34 procent van de verkoopprijs aan de consument.

Op die manier zal 1+1 gratis niet langer mogelijk zijn, maar een derde product gratis aanbieden bij aankoop van twee producten, dus 2+1 gratis, blijft wel mogelijk.

Leen Dierick (cd&v)  
Jef Van den Bergh (cd&v)  
Franky Demon (cd&v)  
Wouter Beke (cd&v)

<sup>2</sup> Loi du 28 novembre 2021 transposant la directive (UE) 2019/633 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur les pratiques commerciales déloyales dans les relations interentreprises au sein de la chaîne d'approvisionnement agricole et alimentaire et modifiant le Code de droit économique, publiée au *Moniteur belge* du 15 décembre 2021.

<sup>2</sup> De wet van 28 november 2021 tot omzetting van Richtlijn (EU) 2019/633 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake oneerlijke handelspraktijken in de relaties tussen ondernemingen in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen en tot wijziging van het Wetboek van economisch recht, bekendgemaakt in het *Belgisch Staatsblad* van 15 december 2021.

**PROPOSITION DE LOI****Article 1<sup>er</sup>**

La présente loi règle une matière visée à l'article 74 de la Constitution.

**Art. 2**

Dans le livre VI, titre 2, chapitre 6, du Code de droit économique, il est inséré une section 2/1 comportant l'article VI.24/1, rédigée comme suit:

“Section 2/1. Réductions de prix déraisonnables sur les produits agricoles et alimentaires

Art. VI.24/1. Les réductions de prix ou, le cas échéant, les réductions de prix cumulées accordées au consommateur sur les produits agricoles et alimentaires ne peuvent pas dépasser 34 % du prix.”

**Art. 3**

Dans l'article XV.83 du même Code, modifié en dernier lieu par la loi du 8 mai 2022, il est inséré un 4<sup>o</sup>/1 rédigé comme suit:

“4<sup>o</sup>/1 de l'article VI.24/1 relatif aux réductions de prix déraisonnables;”

**Art. 4**

La présente loi entre en vigueur le premier jour du sixième mois qui suit celui de sa publication au *Moniteur belge*.

23 février 2023

**WETSVOORSTEL****Artikel 1**

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 74 van de Grondwet.

**Art. 2**

In boek VI, titel 2, hoofdstuk 6, van het Wetboek van economische recht wordt een afdeling 2/1 ingevoegd die het artikel VI.24/1 bevat, luidende:

“Afdeling 2/1. Onredelijke prijsverminderingen op landbouw- en voedingsproducten

Artikel VI.24/1. De prijsverminderingen of, in voorkomend geval, gecumuleerde prijsverminderingen aan de consument op landbouw- en voedingsproducten mag niet meer bedragen dan 34 % van de prijs.”

**Art. 3**

In artikel XV.83 van hetzelfde wetboek, laatstelijk gewijzigd door de wet van 8 mei 2022, wordt een bepaling 4<sup>o</sup>/1 ingevoegd, luidende:

“4<sup>o</sup>/1 van het artikel VI.24/1 betreffende onredelijke prijsverminderingen;”

**Art. 4**

Deze wet treedt in werking op de eerste dag van de zesde maand na die waarin ze is bekendgemaakt in het *Belgisch Staatsblad*.

23 februari 2023

Leen Dierick (cd&v)  
Jef Van den Bergh (cd&v)  
Franky Demon (cd&v)  
Wouter Beke (cd&v)