

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

9 mars 2007

PROJET DE LOI

**modifiant la loi du 14 juillet 1991
sur les pratiques du commerce et sur
l'information et la protection du
consommateur**

SOMMAIRE

1. Résumé	3
2. Exposé des motifs	4
3. Avant-projet	46
4. Avis du Conseil d'État	65
5. Projet de loi	73
6. Annexe	97

LE GOUVERNEMENT DEMANDE L'URGENCE CONFORMÉMENT À L'ARTICLE
80 DE LA CONSTITUTION.

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

9 maart 2007

WETSONTWERP

**tot wijziging van de wet van 14 juli 1991
betreffende de handelspraktijken en de
voorlichting en bescherming van
de consument**

INHOUD

1. Samenvatting	3
2. Memorie van toelichting	4
3. Voorontwerp	46
4. Advies van de Raad van State	65
5. Wetsontwerp	73
6. Bijlage	97

DE SPOEDBEHANDELING WORDT DOOR DE REGERING GEVRAAGD
OVEREENKOMSTIG ARTIKEL 80 VAN DE GRONDWET.

Le Gouvernement a déposé ce projet de loi le 9 mars 2007.

Le «bon à tirer» a été reçu à la Chambre le 14 mars 2007.

De Regering heeft dit wetsontwerp op 9 maart 2007 ingediend.

De «goedkeuring tot drukken» werd op 14 maart 2007 door de Kamer ontvangen.

<i>cdH</i>	: <i>Centre démocrate Humaniste</i>
<i>CD&V</i>	: <i>Christen-Democratisch en Vlaams</i>
<i>ECOLO</i>	: <i>Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales</i>
<i>FN</i>	: <i>Front National</i>
<i>MR</i>	: <i>Mouvement Réformateur</i>
<i>N-VA</i>	: <i>Nieuw - Vlaamse Alliantie</i>
<i>PS</i>	: <i>Parti socialiste</i>
<i>sp.a - spirit</i>	: <i>Socialistische Partij Anders - Sociaal progressief internationaal, regionalistisch integraal democratisch toekomstgericht.</i>
<i>Vlaams Belang</i>	: <i>Vlaams Belang</i>
<i>VLD</i>	: <i>Vlaamse Liberalen en Democraten</i>

Abréviations dans la numérotation des publications :

<i>DOC 51 0000/000 :</i>	<i>Document parlementaire de la 51e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif</i>
<i>QRVA :</i>	<i>Questions et Réponses écrites</i>
<i>CRIV :</i>	<i>Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)</i>
<i>CRABV :</i>	<i>Compte Rendu Analytique (couverture bleue)</i>
<i>CRIV :</i>	<i>Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes) (PLEN: couverture blanche; COM: couverture saumon)</i>
<i>PLEN :</i>	<i>Séance plénière</i>
<i>COM :</i>	<i>Réunion de commission</i>
<i>MOT :</i>	<i>Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)</i>

Afkortingen bij de nummering van de publicaties :

<i>DOC 51 0000/000 :</i>	<i>Parlementair document van de 51e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer</i>
<i>QRVA :</i>	<i>Schriftelijke Vragen en Antwoorden</i>
<i>CRIV :</i>	<i>Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)</i>
<i>CRABV :</i>	<i>Beknopt Verslag (blauwe kaft)</i>
<i>CRIV :</i>	<i>Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen) (PLEN: witte kaft; COM: zalmkleurige kaft)</i>
<i>PLEN :</i>	<i>Plenum</i>
<i>COM :</i>	<i>Commissievergadering</i>
<i>MOT :</i>	<i>moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)</i>

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

*Commandes :
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.laChambre.be*

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

*Bestellingen :
Natieplein 2
1008 Brussel
Tel. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.deKamer.be
e-mail : publicaties@deKamer.be*

RÉSUMÉ

Le présent projet de loi vise à transposer la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales») (J.O.C.E. L 149 du 11 juin 2005).

Cette directive a pour objectif d'harmoniser la protection des consommateurs et, partant, de stimuler les échanges transfrontaliers au sein de l'Union européenne. Elle établit une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs.

La directive vient, à la fois, remplacer et compléter ce qui existe actuellement. En effet, l'interdiction des actes contraires aux usages honnêtes à l'égard des consommateurs, dans la LPCC, est générale et beaucoup moins détaillée que dans la directive.

Par ailleurs, la directive modifie le champ d'application de la directive 84/450/CE en matière de publicité trompeuse et comparative. Ce qui entraîne certains changements dans la structure de la LPCC. Le chapitre VII a été modifié et portera un nouvel intitulé «De la publicité et des pratiques commerciales déloyales». Il reprendra les dispositions de la directive publicité trompeuse et comparative et celles de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. A l'instar de la directive, les publicités et pratiques commerciales interdites sont réglementées, désormais, dans un même chapitre.

SAMENVATTING

Dit wetsontwerp beoogt de omzetting van richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad («Richtlijn oneerlijke handelspraktijken») (P.B. L 149 van 11 juni 2005).

Deze richtlijn heeft tot doel de consumentenbescherming te harmoniseren en bijgevolg het grensoverschrijdende handelsverkeer binnen de Europese Unie te bevorderen. Zij vestigt een algemeen verbod op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van de consumenten wezenlijk verstoren.

De richtlijn gaat wat reeds bestaat tegelijkertijd vervangen en aanvullen. Het verbod van daden die strijdig zijn met de eerlijke handelsgebruiken jegens de consumenten, voorzien in de WHPC, is immers een algemeen verbod en veel minder gedetailleerd dan in de richtlijn.

Daarnaast wijzigt de richtlijn het toepassingsgebied van de richtlijn 84/450/EG inzake misleidende en vergelijkende reclame. Dit brengt een aantal wijzigingen in de structuur van de WHPC met zich mee. Het hoofdstuk VII werd gewijzigd en zal een nieuwe titel krijgen «Oneerlijke reclame en oneerlijke handelspraktijken». Het zal de bepalingen van de richtlijn misleidende en vergelijkende reclame en die van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken hernemen. In navolging van de richtlijn worden reclames en verboden handelspraktijken voortaan in één zelfde hoofdstuk geregeld.

EXPOSÉ DES MOTIFS

EXPOSÉ GÉNÉRAL

Le présent projet de loi vise à transposer la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales») (J.O.C.E. L 149 du 11 juin 2005).

Conformément à l'article 249, alinéa 3 du Traité instituant la Communauté européenne, les États membres sont liés par les directives européennes mais peuvent choisir la forme et les moyens de transposition de celles-ci. Afin d'éviter des difficultés d'interprétation, la formulation du présent projet de loi correspond autant que possible au libellé de la directive. Pour certains articles cependant, et dans un souci de cohérence avec le texte de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, une autre formulation a pu être préférée.

La directive sur les pratiques commerciales déloyales a pour objectif d'harmoniser la protection des consommateurs et, partant, de stimuler les échanges transfrontaliers au sein de l'Union européenne. Elle établit un cadre général dans le domaine des pratiques commerciales déloyales à leur égard et, en établissant des règles uniformes, tend à offrir une plus grande sécurité juridique tant aux consommateurs qu'aux professionnels.

La directive établit une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs. Elle couvre aussi bien les publicités que les affirmations, les actions ou les omissions que peuvent réaliser les vendeurs afin de convaincre leur interlocuteur. C'est ainsi qu'elle fait référence à des concepts nouveaux dans le domaine des pratiques commerciales, telles les actions trompeuses, les omissions trompeuses, les pratiques agressives ou l'influence injustifiée. Après avoir posé les critères permettant de déterminer l'existence de ces pratiques déloyales, la directive établit une liste noire de pratiques, réputées déloyales, qui sont interdites dans toute l'Union européenne. Cette liste a pour but de permettre aux professionnels de mieux organiser leurs cam-

MEMORIE VAN TOELICHTING

ALGEMENE BESPREKING

Dit wetsontwerp beoogt de omzetting van richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad («richtlijn oneerlijke handelspraktijken») (P.B. L 149 van 11 juni 2005).

Overeenkomstig artikel 249, derde lid, van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, verbinden de Europese richtlijnen de Lidstaten ten aanzien van het te bereiken resultaat, maar zijn deze vrij in het kiezen van de vorm en middelen van omzetting. Teneinde interpretatiemoeilijkheden te vermijden, stemt de formulering in het huidige wetsontwerp zoveel als mogelijk met de bewoordingen van de richtlijn overeen. Voor sommige artikelen is er niettemin voor een andere formulering gekozen, vanuit de zorg om coherentie met de tekst van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument.

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken heeft tot doel de consumentenbescherming te harmoniseren en bijgevolg het grensoverschrijdende handelsverkeer binnen de Europese Unie te bevorderen. Zij stelt een algemeen kader op het gebied van oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten vast en aan de hand van éénvormige regels streeft zij naar het bieden van een grotere rechtszekerheid aan zowel de consumenten als de beroepsbeoefenaars.

De richtlijn vestigt een algemeen verbod op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van de consumenten wezenlijk verstoren. Ze dekt zowel de reclameboodschappen als de beweringen, de handelingen of de weglatingen die verkopers kunnen gebruiken om hun gesprekspartner te overtuigen. Zo verwijst zij naar nieuwe begrippen op het gebied van handelspraktijken zoals misleidende handelingen, misleidende weglatingen, agressieve praktijken of onverantwoorde beïnvloeding. Nadat zij de criteria bepaalt die toelaten het bestaan van zulke oneerlijke praktijken vast te stellen, stelt de richtlijn een zwarte lijst vast van praktijken die als oneerlijk worden beschouwd en die verboden zijn in de hele Europese Unie. Deze lijst heeft tot doel de professionelen toe te laten hun reclamecampagnes

pagnes promotionnelles et de garantir une protection des consommateurs plus efficace. En outre, elle simplifiera grandement le travail des organismes de contrôle. Pour établir cette liste, la Commission européenne a fait une analyse comparative approfondie des textes de loi et de la jurisprudence des états membres, de manière à reprendre les principales pratiques déloyales constatées et interdites dans l'ensemble de l'Union européenne.

La directive sur les pratiques commerciales déloyales couvre les relations entre vendeurs et consommateurs. Elle modifie le champ d'application de la directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 en matière de publicité trompeuse et comparative afin que désormais, les dispositions qui interdisent la publicité trompeuse visent exclusivement les relations entre professionnels.

Ces différentes interdictions européennes se retrouvent déjà dans la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (ci-après LPCC). En effet, celle-ci comporte une interdiction générale des actes contraires aux usages honnêtes à l'égard des consommateurs (art. 94). Par ailleurs, les publicités trompeuses sont interdites par un article général (art. 23) qui vise l'ensemble de leurs destinataires, qu'ils soient des professionnels ou des consommateurs. En outre, les pratiques commerciales déloyales des vendeurs à l'égard d'autres vendeurs, qui ne sont visées par aucun texte européen, font l'objet d'un article spécifique de la LPCC (art. 93).

Il importe de souligner que la LPCC ne vise pas les professions libérales, alors que la directive entend réglementer l'ensemble des pratiques commerciales déloyales, sans faire de différence entre les catégories de professionnels. A l'instar de ce qui a été fait pour transposer notamment la directive 84/450/CEE en matière de publicité trompeuse et comparative, un projet de loi séparé sera déposé dans les meilleurs délais. Celui-ci modifiera la loi du 2 août 2002 relative à la publicité trompeuse et à la publicité comparative, aux clauses abusives et aux contrats à distance en ce qui concerne les professions libérales.

En définissant le cadre général des pratiques déloyales que les vendeurs ne peuvent initier lorsqu'ils s'adressent aux consommateurs, la directive sur les pratiques commerciales déloyales vient, à la fois, remplacer et compléter ce qui existe actuellement. En effet, l'interdiction des actes contraires aux usages honnêtes à l'égard des consommateurs, dans la LPCC, est générale et beaucoup moins détaillée que dans la directive.

beter te organiseren en de consumenten een meer doeltreffende bescherming te waarborgen. Bovendien zal zij het werk van de controle-instanties sterk vereenvoudigen. Om deze lijst op te stellen heeft de Europese Commissie een diepgaande, vergelijkende analyse gemaakt van de wetteksten en van de rechtspraak van de lidstaten teneinde de belangrijkste oneerlijke praktijken, die in de gehele Europese Unie vastgesteld en verboden worden, op te nemen.

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken dekt de relaties tussen verkopers en consumenten. Zij wijzigt het toepassingsgebied van de richtlijn 84/450/EEG van de Raad van 10 september 1984 inzake misleidende en vergelijkende reclame, opdat de bepalingen ervan die de misleidende reclame verbieden uitsluitend slaan op de relaties tussen beroepsbeoefenaars.

Deze verschillende Europese verbodsbepalingen zijn reeds opgenomen in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (hierna de WHPC). Ze bevat immers een algemeen verbod van daden die strijdig zijn met de eerlijke gebruiken jegens consumenten (art. 94). Misleidende reclame wordt overigens verboden in een algemeen artikel (art. 23) dat het geheel van bestemmingen ervan bedoelt, ongeacht of het professionelen of consumenten zijn. Bovendien komen de oneerlijke handelspraktijken jegens andere verkopers, die in geen enkele Europese tekst beoogd worden, aan bod in een ander specifiek artikel van de WHPC (art. 93).

Het is van belang te onderstrepen dat de WHPC de vrije beroepen niet beoogt, terwijl de richtlijn het geheel van oneerlijke handelspraktijken wil regelen, zonder onderscheid te maken naargelang de beroepscategorie. In navolging van wat ondernomen werd voor de omzetting van onder meer de richtlijn 84/450/EEG inzake misleidende en vergelijkende reclame, zal zo vlug mogelijk een afzonderlijk wetsontwerp worden neergelegd. Dit wetsontwerp zal de wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand gesloten overeenkomsten inzake de vrije beroepen wijzigen.

Door het bepalen van een algemeen kader voor de oneerlijke handelspraktijken die de verkopers niet mogen hanteren wanneer ze zich tot de consumenten richten, gaat de richtlijn hetgene dat reeds bestaat tegelijkertijd vervangen en aanvullen. Het verbod van daden die strijdig zijn met de eerlijke handelsgebruiken jegens de consumenten, voorzien in de WHPC, is immers een algemeen verbod en veel minder gedetailleerd dan in de richtlijn.

Par ailleurs, la directive modifie le champ d'application de la directive 84/450/CE en matière de publicité trompeuse et comparative. Ce qui entraîne certains changements dans la structure de la LPCC: la différence entre les publicités et les pratiques déloyales, ne subsiste que lorsqu'elles visent des professionnels.

Il est dès lors apparu nécessaire de modifier le chapitre VII, qui portera un nouvel intitulé «De la publicité et des pratiques commerciales déloyales». Il reprendra les dispositions de la directive publicité trompeuse et comparative et celles de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Dans cette optique, le chapitre IV relatif à la publicité et le contenu actuel du chapitre VII relatif aux pratiques contraires aux usages honnêtes en matière commerciale, ont été abrogés et certains articles de la LPCC ont été déplacés. A l'instar de la directive, les publicités et pratiques commerciales interdites sont réglementées, désormais, dans un même chapitre.

Le plan suivant a été retenu pour le nouveau chapitre VII: De la publicité et des pratiques commerciales déloyales

Section 1^{ère}. Définitions:

Art. 93 nouveau

Section 2. De la publicité comparative

Art. 94/1 nouveau

Section 3. De la publicité et des pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs.

Art. 94/2 nouveau et 94/3

Section 4. Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs

Sous-section 1^{ère}. Champ d'application

Art. 94/4

Sous-section 2. Des pratiques commerciales déloyales

Art. 94/5

Sous-section 3. Des pratiques commerciales trompeuses

Art. 94/6 à 94/8

Sous-section 4. Des pratiques commerciales agressives

Art. 94/9 à 94/11

Section 5. Dispositions communes

Art. 94/12 à 94/17

Daarnaast wijzigt de richtlijn het toepassingsgebied van de richtlijn 84/450/EG inzake misleidende en vergelijkende reclame. Dit brengt een aantal wijzigingen in de structuur van de WHPC met zich mee: het verschil tussen oneerlijke reclame en oneerlijke praktijken blijft enkel bestaan als de professionelen beoogd worden.

Daarom is het nodig gebleken om hoofdstuk VII, dat als nieuwe titel krijgt «Oneerlijke reclame en oneerlijke handelspraktijken», te wijzigen. Het zal de bepalingen van de richtlijn misleidende en vergelijkende reclame en die van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken herkennen. In die optiek, werden hoofdstuk IV over reclame en de huidige inhoud van hoofdstuk VII over de praktijken strijdig met de eerlijke handelsgebruiken opgeheven en bepaalde artikelen van de WHPC werden verplaatst. In navolging van de richtlijn worden reclames en verboden handelspraktijken voortaan in één zelfde hoofdstuk geregeld.

Het volgende plan werd weerhouden voor het nieuwe hoofdstuk VII: Reclame en oneerlijke handelspraktijken

Afdeling 1. Definities:

Nieuw art. 93

Afdeling 2. Vergelijkende reclame

Nieuw art. 94/1

Afdeling 3. Reclame en praktijken die strijdig zijn met de eerlijke handelsgebruiken tussen verkopers

Nieuw art. 94/2 en 94/3

Afdeling 4. Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten

Onderafdeling 1. Toepassingsgebied

Art. 94/4

Onderafdeling 2. Oneerlijke handelspraktijken

Art. 94/5

Onderafdeling 3. Misleidende Handelspraktijken

Art. 94/6 tot 94/8

Onderafdeling 4. Agressieve handelspraktijken

Art. 94/9 tot 94/11

Afdeling 5. Gemeenschappelijke bepalingen

Art. 94/12 tot 94/17

La première section est consacrée aux définitions. En effet, la directive est basée sur une série de notions précises, qu'il est nécessaire de reprendre en droit belge. C'est ainsi que l'on y trouve les définitions de pratiques commerciales, de décision commerciale, d'altération substantielle du comportement du consommateur, de diligence professionnelle, d'invitation à l'achat ou encore d'influence injustifiée. Ces définitions sont applicables à l'ensemble de ce chapitre.

Les dispositions relatives à la publicité comparative restent applicables, quelque soit le destinataire de la publicité. Dès lors, les dispositions de la LPCC relatives à la publicité comparative ont été placées dans une section qui vise l'ensemble des destinataires de la publicité, qu'ils soient des professionnels ou des consommateurs.

La troisième section du nouveau chapitre VII, reprend l'ensemble des dispositions applicables uniquement aux relations entre professionnels. L'article 93 LPCC, qui interdit les actes contraires aux usages honnêtes en matière commerciale entre vendeurs, y est repris tel quel. L'article 23 LPCC, est également repris, moyennant cependant la suppression de certains points, qui visent en réalité les publicités adressées aux consommateurs.

La transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales se retrouve essentiellement dans la quatrième section. Celle-ci reprend, fidèlement, le contenu de la directive. Certaines adaptations de forme ont été apportées afin de mieux intégrer dans le cadre légal existant, les dispositions de la directive.

On retrouve, dès lors, dans cette section, le principe général d'interdiction des pratiques commerciales déloyales assorti des critères permettant d'en déterminer l'existence. Les interdictions d'actions trompeuses, de pratiques trompeuses par omission, de pratiques agressives ainsi que la liste des pratiques interdites, fixée par la directive, sont retranscrites dans de nouveaux articles de la LPCC.

Certaines pratiques interdites par la directive font déjà l'objet d'une interdiction dans la LPCC. Dans ces cas, et afin de faciliter l'harmonisation du droit européen, les dispositions de la directive ont été préférées et l'article de la LPCC y relatif abrogé. Cependant, l'interdiction des achats forcés (art. 76 LPCC) telle que prévue dans le texte de la loi a été maintenue sans modification. De même, suite à l'avis du Conseil de la Consommation, les dispositions de l'article 84 LPCC, relatives aux ven-

De eerste afdeling is gewijd aan de definities. De richtlijn is immers gebaseerd op een reeks van duidelijk omschreven begrippen, die in het Belgische recht moeten worden opgenomen. Zo zijn de definities van handelspraktijken, besluit over een transactie, wezenlijke verstoring van het gedrag van de consument, professionele toewijding, uitnodiging tot aankoop of nog ongepaste beïnvloeding erin terug te vinden. Deze definities zijn van toepassing op dit hele hoofdstuk.

De bepalingen over vergelijkende reclame blijven van toepassing ongeacht de bestemming van de reclame. Bijgevolg werden de bepalingen van de WHPC betreffende vergelijkende reclame in een afdeling geplaatst waarin alle bestemmingen van de reclame worden beoogd, ongeacht of het professionelen of consumenten zijn.

De derde afdeling van het nieuwe hoofdstuk VII, omvat het geheel van de bepalingen die enkel van toepassing zijn op de relaties tussen professionelen. Artikel 93 WHPC, dat de daden strijdig met de eerlijke handelsgebruiken tussen verkopers verbiedt, wordt er als dusdanig overgenomen. Artikel 23 WHPC wordt eveneens overgenomen, evenwel met schrapping van bepaalde punten, die in werkelijkheid de reclameboodschappen beogen die aan de consumenten zijn gericht.

De omzetting van de richtlijn betreffende de oneerlijke handelspraktijken is voor het grootste deel terug te vinden in de vierde afdeling. Deze herneemt getrouw de inhoud van de richtlijn. Sommige vormelijke aanpassingen werden aangebracht om de bepalingen van de richtlijn beter in het bestaande wettelijke kader te integreren.

Zodoende vindt men in deze afdeling het algemene principe terug van verbod van oneerlijke handelspraktijken, samen met de criteria om het bestaan ervan vast te stellen. De verboden op misleidende handelingen, op misleidende praktijken door weglating, op agressieve praktijken alsmede de lijst van verboden praktijken, vastgesteld door de richtlijn, werden overgeschreven in nieuwe artikelen van de WHPC.

Bepaalde praktijken die worden verboden door de richtlijn, maken al het voorwerp uit van een verbod in de WHPC. In deze gevallen, en om de harmonisatie van het Europees recht te vergemakkelijken, wordt de voorkeur gegeven aan de bepalingen van de richtlijn en het artikel van de WHPC dat daarop betrekking heeft, wordt opgeheven. Niettemin werd de huidige wettekst inzake het verbod op afgedwongen aankopen (art. 76 WHPC) zonder wijziging behouden. Eveneens werd, in gevolge

tes en chaîne et en boule de neige ont été préférées. De cette manière, les vendeurs peuvent également continuer de bénéficier de la protections que ces articles leur donne. En effet, il convient de souligner que ces articles ne visent pas seulement les relations entre un vendeur et un consommateur mais également les relations entre vendeurs.

La dernière section du nouveau chapitre VII, reprend les dispositions communes aux sections relatives aux professionnels et aux consommateurs, que l'on trouve dans les articles 24 à 29 de la LPCC. Certaines adaptations y ont été apportées, à la fois à cause de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, de l'évolution du droit européen et dans un but de simplification des textes.

En matière de sanctions, et tenant compte de la gravité de leurs conséquences sur le comportement économique du consommateur, l'ensemble des pratiques commerciales déloyales est sanctionné pénalement. Certaines d'entre elles, les plus graves, font même l'objet des sanctions les plus fortes retenues par la LPCC. Ces sanctions ont un effet dissuasif certain et permettront à la Direction générale Contrôle et Médiation du SPF Economie d'intervenir de manière plus efficace pour mettre fin à des pratiques interdites.

En outre, une sanction civile particulièrement dissuasive a été retenue, afin de garantir une protection immédiate du consommateur. Celui-ci doit pouvoir exiger le remboursement des sommes versées sans obligation de restituer le produit ou le service qu'il a acheté, suite à une pratique trompeuse ou agressive par exemple.

Afin de garantir la libre circulation des pratiques et communications commerciales qui ne sont pas interdites par la directive, celle-ci reprend une clause de marché intérieur, qui établit l'harmonisation dans cette matière. Cependant, la plupart des précédentes directives de consommation permettaient aux États membres de prévoir des dispositions plus protectrices des consommateurs. Cette faculté a provoqué des différences de législations dans des domaines spécifiques comme la vente en dehors de l'entreprise du vendeur par exemple. Avant d'aboutir à une totale harmonisation, l'article 3, 5° de la directive sur les pratiques commerciales déloyales permet aux États membres de maintenir des dispositions relatives aux pratiques commerciales qui visent à protéger les intérêts économiques des consommateurs, pendant 6 ans lorsque celles-ci rem-

het advies van de Raad voor het Verbruik, de voorkeur gegeven aan het behoud van de bepalingen van het artikel 84, inzake het verbod op kettingverkoop en het «sneeuwbalprocédé». Zo kunnen de verkopers blijven genieten van de bescherming die deze artikelen hen geeft. De aandacht dient er immers op gewezen dat deze artikelen niet enkel betrekking hebben op de relatie tussen een verkoper en een consument maar ook op de relatie tussen verkopers onderling.

De laatste afdeling van het nieuwe hoofdstuk VII herneemt de bepalingen die gemeenschappelijk zijn aan de afdelingen betreffende de professionelen en de consumenten, die terug te vinden zijn in de artikelen 24 tot 29 van de WHPC. Een aantal aanpassingen werden aangebracht, tegelijkertijd omwille van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, van de evolutie van het Europees recht en met het oog op vereenvoudiging van de teksten.

Wat de sancties betreft en rekening houdend met de ernst van hun gevolgen op het economisch gedrag van de consument, worden alle oneerlijke handelspraktijken strafrechtelijk gesanctioneerd. Sommige, de meest ernstige, krijgen zelfs de zwaarste straffen die zijn voorzien in de WHPC. Deze straffen hebben een afschrikkend karakter en zullen de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de FOD Economie in staat stellen doeltreffender op te treden om een einde te maken aan verboden praktijken.

Bovendien werd een bijzonder ontradende burgerrechtelijke sanctie weerhouden om de consument onmiddellijke bescherming te waarborgen. Hij moet de terugbetaling van de bedragen die hij heeft betaald, kunnen terugvragen zonder dat hij het product of de dienst dat/die hij heeft gekocht ingevolge een misleidende of agressieve praktijk bijvoorbeeld, moet teruggeven.

Om het vrije verkeer van commerciële praktijken en communicaties die de richtlijn niet verbiedt, te verzekeren, bevat ze een clausule van interne markt die de harmonisatie op dit gebied instelt. Nochtans stelde het merendeel van de vroegere consumentenrichtlijnen de lidstaten in staat om te voorzien in bepalingen die meer bescherming bieden aan de consumenten. Deze mogelijkheid veroorzaakte in de wetgevingen verschillen in specifieke domeinen, zoals bijvoorbeeld de verkoop buiten de inrichting van de verkoper. Vooraleer te komen tot een volledige harmonisatie, biedt artikel 3, 5° van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken de lidstaten de mogelijkheid om gedurende een periode van 6 jaar maatregelen betreffende commerciële praktijken, die de bescherming van de economische belangen van de consumenten beogen, te blijven toepassen. Voorwaarde

plissent les critères développés par la Cour de Justice des Communautés européennes (non discriminatoires, nécessaires et proportionnés). Une obligation de notification à la Commission est également prévue, qui appréciera du respect de ces critères et qui, le cas échéant, reprendra ces mesures dans ses propositions ultérieures de modification de la directive.

La transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales nous amène donc à modifier fondamentalement la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. Mais ces modifications n'entraînent pas une réduction de la protection du consommateur. Au contraire, les nouvelles interdictions qui y sont introduites, comme les omissions trompeuses ou les pratiques agressives, ainsi que la longue liste des pratiques réputées déloyales en toutes circonstances apportent une plus grande sécurité juridique et donnent plus de possibilités d'intervention à l'encontre des vendeurs indélécats.

Parallèlement aux travaux de transposition de la directive, une évaluation globale de la loi du 14 juillet 1991 a été initiée. En effet, certaines de ses dispositions sont inchangées depuis 15 ans et devenues inadaptées au développement des nouvelles méthodes commerciales. Devant l'importance de cette analyse et des travaux législatifs qui en découleront, il a été décidé de ne pas joindre d'autres modifications substantielles de la LPCC au présent projet de transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales.

Le Conseil de la consommation a été consulté et a rendu son avis le 7 septembre 2006 (CC n° 368 sur un projet de loi modifiant la loi du 14.7.91 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (transposition de la directive «Pratiques commerciales déloyales»).

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1^{er}

En réponse à la remarque du Conseil d'État, il importe de souligner que le présent projet de loi modifie uniquement la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur pour y transposer la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Même si la LPCC ne vise pas les professions libérales, la transposition qui est ici réalisée est complète pour ce qui concerne cette loi.

is dat ze voldoen aan de criteria ontwikkeld door het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen (niet-discriminerend, noodzakelijk en evenredig). Tevens werd voorzien in een verplichting tot kennisgeving aan de Commissie, die zal oordelen over de naleving van deze criteria en die desgevallend deze maatregelen zal opnemen in haar na te komen voorstellen tot wijziging van de richtlijn.

De omzetting van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken brengt er ons dus toe om de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument grondig te wijzigen. Maar deze wijzigingen zullen niet leiden tot een vermindering van de consumentenbescherming. Integendeel, de nieuw ingevoerde verboden, zoals misleidende weglatingen of agressieve praktijken, alsmede de lange lijst van praktijken die in alle gevallen als oneerlijk geacht worden, bieden een grotere juridische zekerheid en geven meer mogelijkheden om op te treden tegen oneerlijke verkopers.

Gelijklopend met de omzetting van de richtlijn, is aan een globale evaluatie van de wet van 14 juli 1991 begonnen. Sommige bepalingen zijn immers gedurende 15 jaar onveranderd gebleven en onaangepast aan de ontwikkeling van nieuwe verkoopsmethoden. Het belang van deze analyse en van de wetgevende werken die hieruit zullen voortvloeien in acht nemend, is er besloten geen andere substantiële veranderingen aan de WHPC via het huidige omzettingsontwerp van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken aan te brengen.

De Raad voor het Verbruik werd geraadpleegd en heeft zijn advies uitgebracht op 7 september 2006 (RvV nr. 368, advies over een ontwerp van wet tot wijziging van de wet van 14.7.91 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (omzetting van de richtlijn «Oneerlijke Handelspraktijken»).

ARTIKELSGEWIJZE BESPREKING

Artikel 1

In antwoord op de opmerking van de Raad van State dient te worden benadrukt dat het huidige wetsontwerp enkel de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument wijzigt teneinde er de richtlijn betreffende oneerlijke handelspraktijken in om te zetten. De hierbij verrichte omzetting is volledig wat deze wet betreft, zelfs al beoogt de WHPC niet de vrije beroepen.

Article 2

Afin de transposer la directive sur les pratiques commerciales déloyales, le chapitre VII de la LPCC est remplacé par un nouveau chapitre qui traite de l'ensemble des pratiques commerciales et des publicités. Le chapitre VII existant comporte quatre articles: les articles 93, 94, 94*bis* et 94*ter*. Seuls les articles 93 et 94 actuels sont repris par ce nouveau chapitre. L'article 94*bis* LPCC n'est pas visé par la directive sur les pratiques commerciales déloyales car il porte en réalité sur un contrat supplémentaire que le vendeur ne peut faire signer au consommateur, à savoir la lettre de change.

Cet article a donc été repris sans modification et de manière plus adéquate, dans la section 4 de la LPCC, «Des documents relatifs aux ventes de produits et de services» du Chapitre V «Dispositions générales concernant les ventes de produits et de services au consommateur», de la loi. Il devient l'article 39*bis*.

Articles 3 et 4

L'article 94*ter* a été inséré par la loi du 3 décembre 2006 et vise plus particulièrement l'exécution du contrat de vente. Cet article a donc été repris sans modification et de manière plus adéquate, dans le chapitre V de la LPCC, «Dispositions générales concernant les ventes de produits et de services au consommateur», dans une nouvelle section consacrée à l'exécution du contrat. Il devient l'article 39*ter*.

Article 5

L'actuel article 23*bis* est devenu l'article 94/1. Il y a dès lors lieu de modifier l'article 43, § 4, de la LPCC afin de tenir compte de la nouvelle numérotation.

Faisant suite aux remarques d'ordre légistique du Conseil d'État, cet article a été adapté et déplacé de manière à introduire les modifications dans la LPCC en suivant l'ordre numérique des articles. En outre, l'article 5 a été modifié en fonction d'une autre remarque d'ordre légistique.

Article 6

Cette disposition figure actuellement à l'article 23, 14°. Elle a été insérée par l'article 5, 8°, de la loi du 25 mai 1999 sur les pratiques du commerce, pour mettre fin à des pratiques très dommageables commises par cer-

Artikel 2

Om de richtlijn oneerlijke handelspraktijken om te zetten, wordt hoofdstuk VII van de WHPC vervangen door een nieuw hoofdstuk waarin alle handelspraktijken en de reclame aan bod komen. Het bestaande hoofdstuk VII omvat vier artikelen: de artikelen 93, 94, 94*bis* en 94*ter*. Enkel de huidige artikelen 93 en 94 worden overgenomen in het nieuwe hoofdstuk. Artikel 94*bis* WHPC wordt immers niet beoogd door de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, want in werkelijkheid heeft het betrekking op een bijkomende contract die de verkoper niet mag laten ondertekenen door de consument, meer bepaald de wisselbrief.

Zo, wordt dit artikel ongewijzigd en veel adequater opgenomen in afdeling 4 van de WHPC, «Documenten betreffende de verkopen van producten en diensten» van Hoofdstuk V «Algemene bepalingen betreffende de verkopen van producten en diensten aan de consument», van de wet. Het wordt artikel 39*bis*.

Artikelen 3 en 4

Artikel 94*ter* werd bij de wet van 3 december 2006 ingevoegd. Het gaat in het bijzonder over de uitvoering van de verkoopovereenkomst. Dit artikel werd bijgevolg ongewijzigd opgenomen in het hoofdstuk V «Algemene bepalingen betreffende de verkopen van producten en diensten aan de consument», van de WHPC, wat een geschikter plaats is, in een nieuwe afdeling gewijd aan de uitvoering van de overeenkomst. Het wordt artikel 39*ter*.

Artikel 5

Het huidige artikel 23*bis* is nu artikel 94/1 geworden. Daarom moet artikel 43, § 4, van de WHPC worden gewijzigd met het oog op de nieuwe nummering.

Gevolg gevend aan de legistieke opmerkingen van de Raad van State, is dit artikel aangepast en verplaatst om de numerieke opvolging van de artikelen in acht te nemen bij de wijzigingen aan de WHPC. Het artikel 5 is bovendien ingevolge een andere legistieke opmerking gewijzigd.

Artikel 6

Deze bepaling komt nu voor in artikel 23, 14°. Zij werd ingevoegd door het artikel 5, 8°, van de wet van 25 mei 1999 betreffende de handelspraktijken, om een einde te maken aan voor de consument zeer schadelijke prak-

taines entreprises de vente à distance au détriment des consommateurs.

Il n'est pas inutile de reprendre l'exposé des motifs de cette disposition, qui garde toute sa pertinence:

«7° Très souvent en matière de vente à distance, il est proposé au consommateur un cadeau gratuit sans obligation d'achat. Mais les publicités en la matière sont souvent insidieuses, et le consommateur se sent contraint de commander un ou plusieurs produits pour pouvoir obtenir son cadeau.

En effet, la seule façon d'obtenir le cadeau en question consiste pour le consommateur à renvoyer le bon de commande. Cette démarche induit la confusion sur les modalités exactes quant à l'octroi du cadeau gratuit.

Cette pratique actuelle fausse la clarté de l'offre du vendeur, altère l'acte d'achat en détournant l'attention du consommateur de l'essentiel vers l'accessoire.

L'introduction de cette nouvelle disposition n'empêche pas les vendeurs concernés par ce type de vente de continuer à offrir gratuitement au consommateur un ou plusieurs cadeaux gratuits dans les conditions par ailleurs prévues par la loi. Elle oblige seulement le vendeur à dissocier le document permettant de réclamer le cadeau du bon de commande, et partant à clarifier son offre.» (Doc. Parl. Chambre, L. 49, S.O. 1998-1999, n° 2050/1, page 8)

Pour que la demande d'obtention de cadeaux soit considérée comme distincte du bon de commande, il faut que les documents soient séparés physiquement l'un de l'autre, tant en version papier qu'en version électronique.

Ce qui importe, c'est de mettre le consommateur en mesure de renvoyer sa demande de cadeaux sans utiliser le bon de commande: les deux documents ne peuvent donc comporter que les mentions inhérentes à leurs fonctions. Le consommateur doit pouvoir utiliser l'un indépendamment de l'autre et avec la même facilité. Ceci signifie par exemple que le bon de commande ne peut être utilisé pour réclamer l'offre gratuite, et que si ce bon de commande porte déjà les coordonnées préimprimées du consommateur, il doit en être de même de la demande d'offre gratuite.

Ces dispositions, comme le souligne l'exposé des motifs évoqué ci-dessus, n'ont de sens que dans le ca-

tijken gevoerd door sommige bedrijven actief in de verkoop op afstand.

Het past hierbij de memorie van toelichting op deze bepaling te hernemen, die pertinent blijft:

«7° Vaak wordt bij de verkoop op afstand aan de consument een geschenk aangeboden zonder aankoopverplichting. Maar de reclame terzake is dikwijls verraaderlijk en de consument ervaart het als een verplichting om één of meerdere producten te bestellen, teneinde zijn geschenk te bekomen.

Inderdaad heeft de consument maar één mogelijkheid om zijn geschenk te krijgen en die bestaat erin de bestelbon terug te zenden. Deze handelwijze leidt tot verwarring nopens de juiste voorwaarden om het gratis geschenk te bekomen.

De huidige praktijk verzwakt de klaarheid over het aanbod van de verkoper en tast het aankoopgedrag aan door de aandacht van de consument af te leiden van het hoofdzakelijke naar het bijkomstige.

De invoering van deze nieuwe beschikking verhindert de verkopers die deze verkoopstechniek hanteren niet om verder aan de consument kosteloos één of meerdere geschenken aan te bieden onder de voorwaarden die trouwens door de wet zijn voorzien. Ze verplicht alleen de verkoper te zorgen voor een scheiding tussen het document dat bestemd is om het geschenk te vragen en de bestelbon en aldus zijn aanbod klaar uit te drukken.» (Parl. St., Kamer, L. 49, G.Z. 1998-1999, n° 2050/1, p. 8).

Opdat de vraag tot verkrijging van cadeaus als afzonderlijk van de bestelbon zou worden beschouwd, is het vereist dat de documenten fysiek van elkaar zijn gescheiden, zowel in papieren versie als in elektronische versie.

Wat telt is dat de consument in staat gesteld wordt om zijn vraag om cadeaus te verzenden zonder hierbij gebruik te maken van de bestelbon: de twee documenten mogen dus enkel de vermeldingen bevatten waarvoor ze eigenlijk dienen. De consument moet het ene onafhankelijk van het andere even gemakkelijk kunnen gebruiken. Dit betekent bijvoorbeeld dat de bestelbon niet mag gebruikt worden om een gratis aanbod te eisen, en dat indien de bestelbon reeds de voorgedrukte gegevens van de consument bevat, dit ook zo moet zijn voor het gratis aanbod.

Deze bepalingen, zoals ook naar voor komt in de hierboven weergegeven memorie van toelichting, hebben

dre des ventes à distance, et leur place se trouve dès lors dans la section de la loi consacrée aux contrats à distance, et non dans le chapitre relatif à la publicité. Elles doivent être considérées comme de pures modalités d'information sur les données que les vendeurs doivent communiquer aux consommateurs, dans le respect des principes de loyauté en matière de transactions commerciales, (article 4, § 2, de la directive 1997/7/CE du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance).

En d'autres termes, l'obligation faite aux vendeurs à distance de ne pas mélanger bon de commande et demande d'obtention de cadeaux gratuits n'est en réalité qu'une modalité concernant la manière de communiquer aux consommateurs les informations préalables à la conclusion du contrat, visées à l'article 4, § 1^{er}, de la directive précitée.

Ce faisant, le législateur belge ne fait que maintenir dans son droit interne, une disposition plus stricte, pour assurer un niveau de protection plus élevé du consommateur comme l'y autorise l'article 14 (clause minimale) de la directive 1997/7/CE.

Faisant suite aux remarques d'ordre légistique du Conseil d'État, cet article a été adapté et déplacé de manière à introduire les modifications dans la LPCC en suivant l'ordre numérique des articles. En outre, la version néerlandaise de l'article 78, § 2, en projet a été modifiée en fonction d'une autre remarque d'ordre légistique.

Articles 7 à 34

Les articles 7 à 34 insèrent un nouveau chapitre VII dans la LPCC. Ce nouveau chapitre, intitulé «De la publicité et des pratiques commerciales déloyales», remplace l'actuel chapitre VII qui vise les pratiques contraires aux usages honnêtes. Il porte sur l'ensemble des pratiques commerciales et la publicité, quels que soient leurs destinataires. Il couvre, pour ce qui concerne les pratiques des vendeurs à l'égard des consommateurs, le champ d'application de la directive.

Article 7

L'article 7 modifie l'intitulé du chapitre VII.

Chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales

Ce nouveau chapitre reprend les dispositions de la directive sur les pratiques commerciales déloyales ainsi

mais z'n bij verkopen op afstand, en ze horen dus thuis in de afdeling van de wet gewijd aan overeenkomsten op afstand, en niet in het hoofdstuk met betrekking tot reclame. Zij dienen te worden beschouwd als zuivere modaliteiten van informatie over de gegevens die de verkopers aan de consumenten moeten meedelen met inachtneming van de principes inzake eerlijkheid in handelstransacties (artikel 4, § 2, van de richtlijn 1997/7/EG van 20 mei 1997 betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten).

De verplichting aan de verkopers op afstand om bestelbon en vraag tot het verkrijgen van gratis cadeaus niet te vermengen is met andere woorden slechts een modaliteit inzake de wijze van mededeling aan de consumenten van de aan de sluiting van de overeenkomst voorafgaande informatie, zoals geregeld in artikel 4, § 1, van voornoemde richtlijn.

Hierbij handhaaft de Belgische wetgever een striktere bepaling in zijn intern recht, teneinde een hoger niveau van bescherming van de consument te waarborgen, zoals het artikel 14 (minimumclausule) van de richtlijn 1997/7/EG het toelaat.

Gevolg gevend aan de legistieke opmerkingen van de Raad van State, is dit artikel aangepast en verplaatst om de numerieke opvolging van de artikelen in acht te nemen bij de wijzigingen aan de WHPC. Bovendien werd de Nederlandse versie van artikel 78, § 2, gewijzigd in functie van een andere legistieke opmerking.

Artikelen 7 tot 34

Met artikelen 7 tot 34 wordt een nieuw hoofdstuk VII ingevoegd in de WHPC. Dit nieuw hoofdstuk met als titel «Reclame en oneerlijke handelspraktijken» vervangt het huidige hoofdstuk VII dat de praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken beoogt. Het heeft betrekking op alle handelspraktijken en de reclame wie ook de bestemmingen ervan zijn. Het dekt, voor wat de praktijken van de verkopers jegens de consumenten betreft, het toepassingsgebied van de richtlijn.

Artikel 7

Artikel 7 wijzigt het opschrift van het hoofdstuk VII.

Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken

In dat nieuwe hoofdstuk worden de bepalingen van de richtlijn betreffende de oneerlijke handelspraktijken

que le contenu de certaines dispositions du chapitre IV de la LPCC relatif à la publicité et de l'actuel article 93 de la LPCC relatif aux usages honnêtes entre vendeurs, qui sont abrogés ou remplacés.

Articles 8 et 9

Section 1^{ère}

Définitions

La section première reprend dans un nouvel article 93, les définitions communes aux pratiques commerciales entre vendeurs et à celles adressées aux consommateurs. L'existence de définitions propres à un chapitre de la loi n'est pas neuve, puisque déjà dans les sections relatives à la publicité, aux clauses abusives ou à la vente à distance, qui transposent des directives européennes, on peut trouver des définitions de notions nouvelles, voire des définitions différentes de certaines notions existantes.

La remarque du Conseil d'État relative à la modification de l'article 1^{er} LPCC n'a pas été suivie. En effet, l'article 31, § 2 LPCC donne, lui aussi, des définitions différentes de celles de l'article 1^{er} pour les produits et les vendeurs. Suivre cette remarque impliquerait de reprendre également cet article, alors que le présent projet de loi n'entend pas modifier les aspects de la LPCC qui ne sont pas en relation directe avec la transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales.

1° «consommateur»: Bien que l'article 1^{er} LPCC comporte déjà une définition du consommateur, il est apparu nécessaire de limiter, pour le nouveau chapitre VII, la notion de consommateur aux personnes physiques. En effet, la directive sur les pratiques commerciales déloyales ne vise pas les personnes morales. Cette directive instaurant une harmonisation maximale, il n'est pas possible d'étendre son champ d'application en interdisant également les pratiques commerciales déloyales portant atteinte aux intérêts économiques des personnes morales lorsqu'elles agissent comme consommateurs.

2° «produit»: Cette définition diffère légèrement de la définition de l'article 1^{er} LPCC afin de couvrir, pour ce chapitre, les immeubles, les droits et les obligations qui sont visés tant par la directive sur les pratiques commerciales déloyales que par la directive sur la publicité trompeuse et comparative. Déjà les articles 22 et 31, § 1^{er}, LPCC étendent à ceux-ci le champ d'application

overgenomen, alsmede de inhoud van sommige bepalingen van hoofdstuk IV van de WHPC betreffende reclame en van huidige artikel 93 WHPC betreffende eerlijke gebruiken tussen verkopers, die opgeheven of vervangen worden.

Artikelen 8 en 9

Afdeling 1

Definities

Afdeling 1 omvat in een nieuw artikel 93 de gemeenschappelijke definities inzake handelspraktijken tussen verkopers en die welke gericht zijn aan de consumenten. Het bestaan van definities eigen aan een hoofdstuk van de wet is niet nieuw, aangezien reeds in de afdelingen met betrekking tot de reclame, tot de onrechtmatige bedingen of de overeenkomsten op afstand tot omzettingen van Europese richtlijnen, men definities van nieuwe begrippen en zelfs definities die sommige bestaande begrippen anders definiëren terug kan vinden.

De opmerking van de Raad van State met betrekking tot de wijziging van het artikel 1 van de WHPC werd niet gevolgd. Artikel 31, § 2, van de WHPC bevat immers ook definities die verschillen van de definities van producten en verkopers in artikel 1. Indien gevolg zou worden gegeven aan deze opmerking, zou ook dit artikel moeten worden hernomen, terwijl het huidige wetsontwerp niet tot doel heeft de aspecten van de WHPC te wijzigen die niet rechtstreeks in verband staan met de omzetting van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

1° «consument»: Ofschoon artikel 1 WHPC reeds een definitie van de consument bevat, is het nodig gebleken om in het nieuwe hoofdstuk VII het begrip consument te beperken tot de natuurlijke personen. De richtlijn betreffende de oneerlijke handelspraktijken beoogt immers niet de rechtspersonen. Aangezien deze richtlijn een maximale harmonisatie nastreeft, kan het toepassingsgebied niet worden uitgebreid door de oneerlijke handelspraktijken, die inbreuk maken op de economische belangen van rechtspersonen, wanneer zij als consumenten optreden, eveneens te gaan verbieden.

2° «product»: Deze definitie verschilt lichtjes van de definitie in artikel 1 WHPC om voor dit hoofdstuk de onroerende goederen, de rechten en verplichtingen, die zowel door de richtlijn oneerlijke handelspraktijken als door de richtlijn betreffende misleidende en vergelijkende reclame worden beoogd, te dekken. De artikelen 22 en 31, § 1, WHPC breiden reeds het toepassingsgebied

du chapitre IV relatif à la publicité et celui de la section 2 du chapitre V, relative aux clauses abusives. Dans un souci de clarté juridique et de cohérence du texte de la loi, cette notion n'a pas été étendue aux services, comme le fait la définition de produits de la directive. En effet, la définition de «services» figure déjà à l'article 1^{er} LPCC. En outre le texte de la présente transposition reprend chaque fois les notions de produit et de service, et non, comme la directive, uniquement celle de produit.

3° et 4°: Les définitions de la «publicité» et de la «publicité comparative», qui transposaient la directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative, sont reprises de l'article 22 existant de la loi.

5° «pratiques commerciales»: Cette définition reprend exactement celle de l'article 2, d), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Celle-ci ne fait pas de différence entre les publicités et le marketing et les autres types d'actions, conduites, démarches, déclarations ou omissions qui peuvent être mises en place par des vendeurs afin de convaincre leur interlocuteur.

Ces pratiques doivent être *en relation directe* avec la promotion ou la vente de produits ou de services aux consommateurs. Ne sont dès lors pas directement visées les actions, omissions, conduites, démarches ou communications commerciales qui *constituent* des promotions commerciales. Ainsi, les conditions de fond établies par la LPCC, telles que l'interdiction des ventes à perte ou les conditions à remplir pour annoncer des prix réduits, pour une vente en liquidation ou en solde restent quant à elles d'application.

6° «altération substantielle du comportement économique des consommateurs»: Cette définition reprend exactement celle de l'article 2, e), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Seules les pratiques commerciales qui ont une influence déterminante sur la décision du consommateur sont visées par cette notion: sans la pratique commerciale déloyale, il n'aurait pas fait le choix d'acquiescer ce produit ou ce service plutôt qu'un autre. Les pratiques publicitaires générales, comme le placement légitime de produits, la différenciation des marques ou les incitations à l'achat, qui ont pour objectif d'influencer la perception d'un produit ou d'un service par le consommateur mais sans influencer son comportement d'achat ne sont pas visées par cette notion d'altération substantielle du comportement économique du consommateur. De même, les exigences applicables en ce qui concerne le bon goût et la bienséance ne sont pas visées par la directive ni, par conséquent, par le présent projet de loi.

van hoofdstuk IV betreffende de reclame, en dat van afdeling 2 van Hoofdstuk V met betrekking tot onrechtmatige bedingen, hiertoe uit. Vanuit de zorg om juridische duidelijkheid en coherentie van de tekst van de wet is deze notie niet uitgebreid tot de diensten, zoals de definitie van de richtlijn dat wel doet. De definitie van «diensten» komt immers reeds in artikel 1 WHPC voor. Bovendien herneemt de huidige omzettingstekst telkens de noties product en dienst, en niet enkel deze van product, zoals in de richtlijn gebeurt.

3° en 4°: De definities van de «reclame» en van de «vergelijkende reclame» ter omzetting van de richtlijn 84/450/EEG van de Raad van 10 september 1984 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame, zijn hernomen van het bestaande artikel 22 van de wet.

5° «handelspraktijken»: Deze definitie is een exacte weergave van die van artikel 2, d) van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Hierin wordt geen onderscheid gemaakt tussen reclame en marketing en de andere soorten handelingen, benaderingswijzen, verklaringen of weglatingen die de verkopers kunnen aanwenden om hun gesprekspartner te overtuigen.

Deze praktijken moeten *rechtstreeks verband houden* met de verkoopbevordering of de verkoop van producten of diensten aan consumenten. Worden dus niet rechtstreeks beoogd, de handelingen, omissies, gedragingen, voorstellingen van zaken of commerciële communicaties die verkoopbevordering *uitmaken*. De grondvoorwaarden vastgelegd in de WHPC, zoals het verbod van verkoop met verlies of de voorwaarden voor een aankondiging van prijsvermindering, uitverkoop of solden blijven aldus van toepassing.

6° «wezenlijke verstoring van het economische gedrag van consumenten»: Deze definitie is een exacte weergave van deze van artikel 2, e), van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Enkel de handelspraktijken die een doorslaggevende invloed hebben op de beslissing van de consument vallen onder dit begrip: zonder deze oneerlijke handelspraktijk zou hij niet gekozen hebben om dit bepaalde product of die bepaalde dienst, eerder dan een andere, te verwerven. De algemene reclamepraktijken zoals het wettige product placement, de merkdifferentiatie of de aansporing tot aankoop, die als doel hebben de perceptie van een product of van een dienst door de consument te beïnvloeden, maar zonder zijn koopgedrag te beïnvloeden, vallen niet onder dit begrip van wezenlijke verstoring van het economische gedrag van de consument. Ook de eisen die van toepassing zijn met betrekking tot de goede smaak en welvoegelijkheid worden niet beoogd in de richtlijn en bijgevolg ook niet in dit wetsontwerp.

7° «code de conduite»: Cette définition reprend exactement celle de l'article 2, f), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales.

La définition de «responsable de code» (art. 2, g), de la directive) n'a pas été reprise car ce concept n'existe pas comme tel en droit belge et ne pourrait trouver à s'appliquer. Par ailleurs, l'article 10 de la directive n'impose pas ce type de contrôle.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, la version néerlandaise du projet a été adaptée.

8° «diligence professionnelle»: Par souci de cohérence avec les autres dispositions de la LPCC, le texte de cette définition a été légèrement adapté par rapport à la définition de la directive. La directive fait référence aux «pratiques de marchés honnêtes et/ou au principe général de bonne foi». La notion d'«usages honnêtes en matière commerciale», que l'on retrouve tant dans la LPCC que dans la jurisprudence et la doctrine correspond aux «pratiques de marché honnêtes».

La référence à la bonne foi dans la directive a été reprise afin de permettre à certains états membres, qui utilisent ce critère pour déterminer la loyauté des relations commerciales, de se retrouver également dans cette notion de diligence professionnelle.

La diligence professionnelle ne se limite pas au respect des usages honnêtes, en ce qu'elle impose également aux professionnels d'être compétents et consciencieux à l'égard des consommateurs, dans leur domaine d'activité. Un vendeur incompetent ou insuffisamment consciencieux, même s'il respecte les usages honnêtes, pourra être condamné pour avoir réalisé une pratique commerciale déloyale.

9° «invitation à l'achat»: Cette définition transpose l'article 2, i), de la directive et vise toute communication commerciale, c'est à dire toute publicité, qui reprend les caractéristiques du produit et son prix, et qui a pour conséquence d'influencer de manière significative le comportement économique du consommateur à l'égard du produit.

Le support utilisé par la publicité, au regard des informations qui y sont reprises, est également un des éléments qui doit être pris en compte pour déterminer si l'on est en présence d'une invitation à l'achat.

La notion d'invitation à l'achat ne doit pas être confondue avec les offres en vente elles-mêmes: les invita-

7° «gedragscode»: Deze definitie is een exacte weergave van deze in artikel 2, f), van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

De definitie «houder van een gedragscode» (art. 2, g), van de richtlijn) werd niet opgenomen omdat dit concept op zich niet bestaat in het Belgische recht en geen toepassing zou kunnen vinden. Artikel 10 van de voornoemde richtlijn verplicht trouwens geen dergelijke controle.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik hieromtrent, is de Nederlandse versie van het initiële ontwerp aangepast.

8° «professionele toewijding»: Uit zorg voor de samenhang met de andere bepalingen van de WHPC werd de tekst van deze definitie lichtjes aangepast t.o.v. de definitie van de richtlijn. In de richtlijn wordt verwezen naar «eerlijke marktpraktijken en/of het algemene beginsel van goede trouw». Het begrip «eerlijke handelsgebruiken», dat zowel in de WHPC als in de rechtspraak en in de rechtsleer is terug te vinden, stemt overeen met «eerlijke marktpraktijken».

De verwijzing naar de goede trouw in de richtlijn werd opgenomen om bepaalde lidstaten, die dat criterium hanteren om de loyaliteit van de handelsbetrekkingen te bepalen, in staat te stellen zich ook terug te vinden in dit begrip van professionele toewijding.

De professionele toewijding is niet beperkt tot de naleving van de eerlijke gebruiken, in die zin dat ze ook aan de beroepsbeoefenaars oplegt om binnen hun activiteitenbranche vakkundig en zorgvuldig te handelen jegens de consumenten. Een onbekwame of onvoldoende gewetensvolle verkoper kan, zelfs als hij de eerlijke gebruiken in acht neemt, worden veroordeeld voor het stellen van een oneerlijke handelspraktijk.

9° «uitnodiging tot aankoop»: In deze definitie wordt artikel 2, i) van de richtlijn omgezet en wordt elke commerciële communicatie beoogd, d.w.z. elke reclame, waarin de kenmerken en de prijs van het product worden opgenomen en die tot gevolg heeft het economische gedrag van de consument jegens het product aanzienlijk te beïnvloeden.

De drager die wordt gebruikt door de reclame, is ten aanzien van de informatie die erin is opgenomen, eveneens één van de elementen die in aanmerking moeten worden genomen om te bepalen of er sprake is van een uitnodiging tot aankoop.

Het begrip «uitnodiging tot aankoop» mag niet verward worden met de tekoopaanbiedingen zelf: uitnodi-

tions à l'achat restent des messages publicitaires, mais qui comportent plus d'informations que la présentation ou la mise en valeur du produit ou du service. La notion d'offre en vente a des conséquences immédiates sur la conclusion du contrat. En effet, la doctrine et la jurisprudence, unanimes à cet égard, considèrent qu'il s'agit en réalité d'une «mise à la disposition» du consommateur: le vendeur manifeste sa volonté de vendre immédiatement au consommateur à l'endroit où a lieu le contact avec celui-ci, dans son magasin ou sur un site internet. Les invitations à l'achat sont quant à elles des messages publicitaires qui contiennent suffisamment d'informations pour permettre au consommateur de décider d'adhérer à l'offre en vente ou, le cas échéant, pour l'amener à se rendre chez le vendeur pour réaliser son achat. Il en sera ainsi dès le moment où une communication commerciale identifie suffisamment le produit ou le service et comporte son prix, de manière à ce que le consommateur puisse prendre sa décision d'achat. Il appartiendra aux cours et tribunaux ainsi qu'à la Cour de Justice des Communautés européennes, de déterminer, selon les types de publicités, s'il s'agit ou non d'une invitation à l'achat.

Cette notion est importante car dans ce cas, les vendeurs sont tenus à des obligations positives d'information. En effet, dès que l'on est en présence d'une invitation à l'achat, le vendeur sera tenu de reprendre dans sa communication commerciale les informations mentionnées dans l'article 94/7, § 4 du présent projet, telles que les caractéristiques principales du produit, son prix ou l'adresse du vendeur.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, la version néerlandaise du projet a été adaptée.

10° «influence injustifiée»: Cette définition reprend exactement celle de l'article 2, j), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Même subjective, cette notion constitue l'un des critères qui permettra d'apprécier de l'existence d'une pratique commerciale agressive.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, la version néerlandaise du projet a été adaptée.

11° «décision commerciale»: Cette définition reprend exactement celle de l'article 2, k), de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Elle constitue, avec les définitions de pratiques commerciales, altération substantielle du comportement économique du consommateur et diligence professionnelle, la clé de voûte du présent projet de transposition.

gingen tot aankoop blijven reclameboodschappen maar ze omvatten meer informatie dan de voorstelling van of het in de kijker stellen van het product of van de dienst. Het begrip tekoopaanbieding heeft een directe weerslag op de contractsluiting. De rechtsleer en de rechtspraak, hierin unaniem, oordelen dat in feite gaat om een «terbeschikkingstelling» aan de consument: de verkoper manifesteert zijn wil om rechtstreeks te verkopen aan de consument op de plaats waar hij met deze in contact treedt, in zijn winkel of op een internetsite. Uitnodigingen tot aankoop zijn van hun kant reclameboodschappen die genoeg informatie bevatten om de consument toe te laten te beslissen in te gaan op de tekoopaanbieding of desgevallend hem ertoe te brengen zich tot de verkoper te wenden om de aankoop te verrichten. Dit zal eveneens het geval zijn vanaf het moment dat een commerciële communicatie het product of de dienst voldoende identificeert en de prijs bevat waardoor de consument zijn aankoopbeslissing kan maken. Het zal aan de hoven en rechtbanken alsook aan het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen toekomen om vast te stellen, naargelang het soort reclame, of het al dan niet gaat om een uitnodiging tot aankoop.

Dit begrip is belangrijk omdat de verkopers in dat geval tot positieve informatieverplichtingen zijn gehouden. Vanaf dat men immers met een uitnodiging tot aankoop te maken heeft, zal de verkoper ertoe gehouden zijn om in zijn commerciële communicatie de informatie vermeld in artikel 94/7, § 4 van het huidige ontwerp op te nemen, zoals deze omtrent de voornaamste kenmerken van het product, zijn prijs of het adres van de verkoper.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik is de Nederlandse versie van het initiële ontwerp aangepast.

10° «ongepaste beïnvloeding»: Deze definitie is een exacte weergave van die in artikel 2, j), van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Zelfs al is dit begrip subjectief, toch vormt het één van de criteria die het mogelijk maken om te bepalen of er sprake is van een agressieve handelspraktijk.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik is de Nederlandse versie van het initiële ontwerp aangepast.

11° «besluit over een transactie»: Deze definitie is een exacte weergave van die in artikel 2, k), van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Samen met de definities van handelspraktijken, wezenlijke verstoring van het economische gedrag van de consument en professionele toewijding vormt ze de hoeksteen van dit ontwerp van omzetting.

Les définitions de «professionnel» et de «profession réglementée» (article 2, b) et l), de la directive, n'ont pas été reprises par souci de cohérence avec l'ensemble de la loi. En effet, c'est le terme «vendeur» qui y est utilisé et qui correspond à ces définitions. La définition qui y est donnée à l'article 1^{er} LPCC d'une part recouvre la plupart des professions réglementées au sens de la directive et, d'autre part n'est pas limitée à une relation directe avec un consommateur. Dès lors l'ensemble des acteurs économiques susceptibles d'être concernés par les nouvelles pratiques commerciales déloyales est bien visé (par exemple, les vendeurs concernés par une réglementation relative à un accès à la profession ou, d'une manière plus générale les annonceurs, les producteurs ou les détaillants). Seules les professions libérales, également incluses dans la notion de «professions réglementées» de la directive, ne sont pas visées par la LPCC.

Articles 10 et 11

Section 2

De la publicité comparative

La deuxième section du nouveau chapitre VII, vise la publicité comparative et transpose les modifications apportées à la directive 84/450/CEE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative, par l'article 14 de la directive sur les pratiques déloyales.

Cette section est applicable à toutes les publicités comparatives, que leurs destinataires soient consommateurs ou vendeurs. L'article 14 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales modifie le champ d'application de la directive publicité trompeuse et comparative uniquement pour ce qui concerne la publicité trompeuse. Les conditions applicables aux publicités comparatives restent d'application à l'ensemble de celles-ci (voyez l'article 1^{er} nouveau de la directive 84/450 ainsi que le considérant 6 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales).

La directive sur les pratiques commerciales déloyales vient encadrer les publicités comparatives lorsqu'elles s'adressent à des consommateurs, de manière à ce qu'elles ne puissent en aucun cas être trompeuses. En effet, l'interdiction de l'article 6, 2, a) de la directive qui porte sur «toute activité de marketing» cite expressément les publicités comparatives. Par ailleurs, l'article 3bis, 1, a) nouveau de la directive 84/450 impose comme condition aux publicités comparatives, notamment l'absence de caractère trompeur au sens des articles 6 et 7 de la directive pratiques commerciales déloyales.

De definities «handelaar» en «gereguleerd beroep» (artikel 2, b) et l), van de richtlijn werden niet overgenomen om de coherentie met de wet in haar geheel niet in het gedrang te brengen. Hier wordt immers de term «verkoper» gebruikt, welke beantwoordt aan deze definities. De definitie die gegeven wordt in artikel 1 WHPC omvat enerzijds de meeste van de gereguleerde beroepen in de zin van de richtlijn, en beperkt zich anderzijds niet tot een rechtstreekse relatie met een consument. Bijgevolg is het geheel van de economische actoren die betrokken kunnen zijn bij de nieuwe oneerlijke handelspraktijken wel degelijk beoogd (bijvoorbeeld de verkopers die onderworpen zijn aan regels betreffende toegang tot het beroep, of meer in het algemeen de adverteerders, de producenten of de detailhandelaars). Enkel de vrije beroepen, eveneens inbegrepen in de notie «gereguleerde beroepen» van de richtlijn, zijn niet beoogd door de WHPC.

Artikelen 10 en 11

Afdeling 2

Vergelijkende reclame

De tweede afdeling van het nieuwe hoofdstuk VII is gericht op de vergelijkende reclame en zet de wijzigingen om die door artikel 14 van de richtlijn oneerlijke praktijken worden aangebracht aan richtlijn 84/450/EEG betreffende misleidende reclame en vergelijkende reclame.

Deze afdeling is van toepassing op alle vergelijkende reclames, ongeacht of hun bestemmingen consumenten of verkopers zijn. Het artikel 14 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken wijzigt het toepassingsgebied van de richtlijn misleidende en vergelijkende reclame enkel voor wat de misleidende reclame betreft. De voorwaarden voor vergelijkende reclame blijven op het geheel ervan van toepassing (zie het nieuwe artikel 1 van de richtlijn 84/450 alsook de 6de overweging van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken).

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken omvat nu de vergelijkende reclame die zich richt tot consumenten, en stelt dat deze in geen geval misleidend mogen zijn. Het verbod van artikel 6, 2, a) van de richtlijn dat betrekking heeft op «elke activiteit van marketing» citeert immers uitdrukkelijk de vergelijkende reclames. Het nieuwe artikel 3bis, 1, a) van de richtlijn 84/450 legt overigens uitdrukkelijk als voorwaarde aan vergelijkende reclame op dat deze niet misleidend mogen zijn in de zin van de artikelen 6 en 7 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

L'article 94/1 reprend l'actuel article 23bis LPCC. Il a été légèrement adapté afin de reprendre les notions d'actions et d'omissions trompeuses.

Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, l'article 94/1, §1^{er} a été adapté.

Articles 12 à 14

Section 3

De la publicité et des pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs

La troisième section du nouveau chapitre VII vise la publicité et les pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs. Cette nouvelle section ne relève pas de la transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, mais de la nouvelle structure reprise pour la LPCC. Elle reprend en réalité le contenu de l'actuel article 23, mais limité aux publicités qui s'adressent à des vendeurs, ainsi que l'article 93 LPCC.

Dans le 6^{ème} considérant de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, il est en effet précisé que celle-ci «ne couvre ni n'affecte les dispositions nationales relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte uniquement aux intérêts économiques de concurrents ou qui concernent une transaction entre professionnels». C'est ainsi qu'elle modifie les dispositions de la directive 84/450/CEE ayant trait à la publicité trompeuse de manière à limiter son champ d'application aux entreprises.

D'autre part, la directive sur la publicité trompeuse et comparative contient une clause minimale en vertu de laquelle les États membres peuvent prévoir, pour la publicité trompeuse, une protection plus étendue des professionnels et des concurrents. Le législateur de 1991 avait déjà fait usage de cette faculté, qui était, à l'époque, ouverte également pour les consommateurs. L'article 23 actuel de la LPCC contient ainsi des interdictions complémentaires à celles de la directive 84/450/CEE.

L'article 94/2 reprend les dispositions de l'article 23 LPCC. Toutefois, tenant compte de son nouveau champ d'application, les interdictions de publicités manifestement destinées aux consommateurs n'ont pas été reprises (actuel article 23, 10°, 12° et 14°).

In artikel 94/1 wordt het huidige artikel 23bis WHPC overgenomen. Het werd lichtjes aangepast om de begrippen misleidende handelingen en misleidende weglatingen op te nemen.

In gevolge de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd het artikel 94/1, § 1, aangepast.

Artikelen 12 tot 14

Afdeling 3

Reclame en praktijken die strijdig zijn met de eerlijke gebruiken tussen verkopers

De derde afdeling van het nieuwe hoofdstuk VII betreft de reclame en de praktijken die strijdig zijn met de eerlijke handelsgebruiken tussen verkopers. Deze nieuwe afdeling maakt geen deel uit van de omzetting van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, maar wel van de nieuwe structuur die voor de WHPC werd hernomen. In feite wordt de inhoud van huidige artikel 23 overgenomen, doch beperkt tot de reclames die gericht zijn op verkopers, evenals artikel 93 WHPC.

In de 6^{de} overweging van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken wordt immers verduidelijkt dat deze «niet van toepassing of van invloed is op de nationale wetten betreffende de oneerlijke handelspraktijken die alleen de economische belangen van concurrenten schaden of betrekking hebben op transacties tussen handelaren». Zo wijzigt zij de bepalingen van richtlijn 84/450/EEG die betrekking heeft op de misleidende reclame om haar toepassingsgebied te beperken tot de ondernemingen.

Anderzijds bevat de richtlijn betreffende de misleidende en vergelijkende reclame een minimumclausule op grond waarvan de Lidstaten, wat de misleidende reclame betreft, kunnen voorzien in een ruimere bescherming van de professionelen en van de concurrenten. De wetgever had in 1991 reeds gebruik gemaakt van die mogelijkheid die toentertijd ook open stond voor de consumenten. Het huidige artikel 23 WHPC bevat verbodsbepalingen ter aanvulling van deze van de richtlijn 84/450/EEG.

Artikel 94/2 bevat de bepalingen van dit artikel 23 WHPC. Rekening houdend evenwel met zijn nieuw toepassingsgebied werden de verboden op reclames die duidelijk bestemd zijn voor de consumenten niet opgenomen (huidige artikel 23, 10°, 12° en 14°).

Le point 11 du nouvel article 94/2 correspond à l'actuel point 13 de l'article 23. Dans un souci de concordance, la formulation de celui-ci a été calquée sur la rédaction de l'article 94/8, 17°, applicable à l'égard des consommateurs et qui correspond au point 17 de l'annexe I de la directive.

La directive sur les pratiques commerciales déloyales considère comme une pratique commerciale trompeuse en toutes circonstances, à l'égard des consommateurs, la pratique d'inclure, dans le matériel promotionnel, une facture ou un document similaire, qui donne l'impression que le produit ou le service a déjà été commandé alors que ce n'est pas le cas. Cette pratique est déjà interdite par le biais de l'actuel article 23, 5° LPCC, qui impose aux messages publicitaires qui ne peuvent être distingués comme tels de comporter la mention «publicité». Cette interdiction est reprise dans le nouvel article 94/8, 21° lorsqu'elle intervient entre un vendeur et un consommateur. Cependant, s'agissant d'arnaques fréquentes qui ont été observées tant au détriment des consommateurs qu'à celui des professionnels, il nous est apparu utile d'ajouter cette interdiction à la liste du nouvel article 94/2, en faveur de ces derniers (art. 94/2, 12°).

A la demande du Conseil de la consommation, un 13^{ème} point a été ajouté afin de viser également les publicités qui dissimulent leur caractère commercial ou contractuel ou encore la portée réelle de l'engagement pris par leurs destinataires lorsque ceux-ci y répondent. La formulation de ce point est reprise de l'interdiction des omissions trompeuses à l'égard des consommateurs (art. 7, 2 de la directive). A titre d'exemple, on peut citer les «annuaires internet»: le destinataire reçoit un document qui, en apparence, l'invite à préciser ou à confirmer ses coordonnées commerciales tout en incluant, de manière nettement plus discrète (le plus souvent dans un texte en bas de page, en très petits caractères), une offre de vente ou une commande ferme si le destinataire commet l'imprudence d'apposer sa signature en bas du document, comme celui-ci le demande d'ailleurs expressément. Le commerçant se retrouve alors engagé pour plusieurs années, pour une somme allant jusqu'à 700 ou 800 euros par an. Jusqu'à présent, ces pratiques sont combattues à l'aide des dispositions actuelles en matière de publicité trompeuse. Mais, vu leur ampleur, il est apparu préférable de les sanctionner directement.

Faisant suite aux remarques d'ordre légistique du Conseil d'État, le liminaire de l'article 13 ainsi que la version néerlandaise de l'article 94/2, 6° ont été adaptés.

Punt 11 van het nieuwe artikel 94/2 stemt overeen met het huidige punt 13 van artikel 23. Met het oog op concordantie werd de formulering ervan overgenomen van de redactie van artikel 94/8, 17°, dat van toepassing is ten aanzien van de consumenten en dat overeenstemt met punt 17 van bijlage I van de richtlijn.

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken beschouwt als een handelspraktijk die in alle omstandigheden misleidend is jegens de consumenten, de praktijk van opname van een factuur of een gelijkaardig document in het promotiemateriaal waardoor de indruk wordt gewekt dat een product of dienst reeds werd besteld, terwijl dit niet het geval is. Deze praktijk is reeds verboden via het huidige artikel 23, 5° WHPC, dat oplegt dat reclameboodschappen die niet als dusdanig kunnen worden onderscheiden, de vermelding «reclame» moeten bevatten. Dit verbod is opgenomen in het nieuwe artikel 94/8, 21°, wanneer ze zich voordoet tussen een verkoper en een consument. Aangezien het evenwel gaat om veelvuldig voorkomend bedrog gaat, dat wordt vastgesteld zowel ten nadele van de consumenten als van de professionelen, werd het ons nuttig geacht om dit verbod ook ten aanzien van deze laatsten toe te voegen aan de lijst van het nieuwe artikel art. 94/2 (art. 94/2, 12°).

Op vraag van de Raad voor het Verbruik is een 13de punt toegevoegd teneinde eveneens de reclame te betreffen die het commerciële of contractuele karakter, of nog de reële draagwijdte van de verbintenis aangegaan door de bestemmingen wanneer ze hierop antwoorden, verborgen houdt. De formulering van dit punt is overgenomen van het verbod op misleidende omissies ten aanzien van de consument (art. 7, 2 van de richtlijn). Als voorbeeld kunnen de «internetgidsen» worden geciteerd: de bestemming ontvangt een document dat hem schijnbaar uitnodigt om zijn commerciële gegevens te verduidelijken of te bevestigen met daarbij, op veel discreter wijze (meestal in een tekst in voetnoot, in heel kleine letters), een tekoopaanbieding of een vaststaande bestelling indien de bestemming de onvoorzichtigheid begaat om zijn handtekening onderaan het document te plaatsen, zoals overigens uitdrukkelijk wordt gevraagd. De handelaar wordt op die manier voor verschillende jaren verbonden, voor een bedrag dat tot 700 of 800 euro per jaar kan gaan. Tot op heden worden deze praktijken aan de hand van de huidige bepalingen inzake misleidende reclame bestreden. Gezien hun omvang, is het verkieslijk gebleken om ze rechtstreeks te verbieden.

In gevolge de opmerkingen van legistieke aard van de Raad van State, werden de begintekst van artikel 13 evenals de Nederlandse versie van het artikel 94/2, 6°, aangepast.

L'article 94/3 reproduit, sans modification, l'actuel article 93 LPCC qui interdit, entre vendeurs, tout acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale.

Articles 15 à 27

Section 4

Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs

La quatrième section du nouveau chapitre VII transpose les articles 3 à 9 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Elle concerne les pratiques commerciales déloyales qui s'adressent aux consommateurs.

Articles 16 et 17

Sous-section 1^{ère}

Champ d'application

L'article 94/4 reprend l'article 3, 1 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales, qui détermine son champ d'application. Celui-ci ne vise que les pratiques commerciales déloyales qui s'adressent à des consommateurs, avant, pendant et après une transaction commerciale. Les règles applicables aux offres en ventes et aux ventes de produits et de services ne sont pas visées par ses dispositions. En effet, il résulte expressément de l'article 3, points 1 et 2 de la directive que les règles relatives au droit des contrats ne sont pas visées par celle-ci.

Les pratiques commerciales des vendeurs vis-à-vis des consommateurs sont définies à l'article 93, 5° en projet, qui reprend intégralement l'article 2, d, de la directive.

Cette définition se veut plus large que les seules publicités, ou communications commerciales. Elle met sur le même pied que celles-ci les actions, omissions, conduites ou démarches en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de produits ou services. C'est ainsi que sont visés non seulement les publicités mais également les comportements abusifs ou malsains que peuvent avoir certains vendeurs pour tenter d'influencer les consommateurs.

Cependant, ceux-ci doivent être en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de produits ou services aux consommateurs. En effet, la directive

Artikel 94/3 geeft ongewijzigd het huidige artikel 93 WHPC weer dat elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad tussen verkopers verbiedt.

Artikelen 15 tot 27

Afdeling 4

Ooneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten

De vierde afdeling van het nieuwe hoofdstuk VII zet de artikelen 3 tot 9 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken om. Hierin komen de oneerlijke handelspraktijken aan bod die zijn gericht tot de consumenten.

Artikelen 16 en 17

Onderafdeling 1

Toepassingsgebied

Artikel 94/4 herneemt het artikel 3, 1 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken dat zijn toepassingsveld bepaalt. Hierin worden slechts de oneerlijke handelspraktijken gericht tot consumenten beoogd vóór, gedurende, en na een commerciële transactie. De regels toepasselijk op de tekoopaanbiedingen en de verkopen van producten en diensten worden door deze bepalingen niet beoogd. Uit artikel 3, punten 1 en 2, volgt immers uitdrukkelijk dat de regels met betrekking tot het overeenkomstenrecht buiten beschouwing blijven.

De handelspraktijken van verkopers jegens consumenten worden omschreven in het artikel 93, 5° in het ontwerp, dat een integrale overname is van artikel 2, d) van de richtlijn.

Deze definitie is ruimer en omvat meer dan louter reclames of commerciële communicaties. Zij stelt de handelingen, omissies, gedragingen of voorstellingen van zaken die rechtstreeks verband houden met de verkoopbevordering, de verkoop of levering van producten of diensten op dezelfde voet. Zo worden niet enkel de reclames beoogd, maar ook de eventuele misleidende of schadelijke gedragingen van de verkopers met de bedoeling de consumenten te beïnvloeden.

Niettemin moeten ze rechtstreeks verband houden met de verkoopbevordering, verkoop of levering van producten of diensten aan consumenten. De richtlijn

sur les pratiques déloyales constitue une directive cadre, qui vient compléter les législations existantes afin de garantir aux consommateurs la loyauté des actions promotionnelles ou commerciales qui leurs sont destinées. Dans l'exposé des motifs de la proposition de directive (Proposition de directive du parlement européen et du conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE et 98/27/CE, COM (2003) 356 final) ce lien y est très clairement expliqué: «36. La définition d'une «pratique commerciale» inclut de façon explicite la communication commerciale et la publicité de manière à établir clairement le lien avec la réglementation en matière de promotion des ventes et les dispositions reprises de la directive sur la publicité trompeuse». De même, le point 45 précise: «45. Lorsqu'une directive sectorielle ne réglemente que certains aspects des pratiques commerciales, par exemple le contenu des informations à fournir, la directive-cadre s'appliquera en relation avec d'autres éléments, par exemple, si les informations requises par la législation sectorielle sont présentées d'une manière trompeuse. Par conséquent, la directive complète à la fois les législations existantes et futures, telles que la proposition de règlement sur les promotions des ventes, la directive en matière de crédit à la consommation et la directive sur le commerce électronique».

Le présent projet de loi ne vise pas les actions, omissions, conduites, démarches ou communications commerciales qui constituent, en elles-mêmes, des promotions commerciales. Celles-ci ont d'ailleurs fait l'objet d'une proposition de règlement européen séparée (Communication de la Commission relative aux promotions des ventes dans le marché intérieur, COM (2001) 546 final), qui n'a pas abouti. Cette proposition de règlement avait pour objectif de lever les disparités des réglementations applicables aux modalités de vente, que la Cour de Justice avait soustraites à son contrôle à la condition qu'elles s'appliquent de la même manière, en droit comme en fait, à tous les opérateurs exerçant leur activité sur un territoire national et qu'elles affectent de la même manière la commercialisation des produits nationaux et de ceux en provenance d'autres états membres (CJCE, 24/11/1993, C267 et 268/91, Affaire Keck et Mithouard).

Déjà en 2001, la communication introductive de la proposition de règlement (cfr. supra, pages 3 et 4) précise qu'il est destiné à «coexister avec les propositions qui découleraient de la procédure de consultation engagée dans le cadre du livre vert» (sur la protection des consommateurs dans l'Union européenne, COM (2001) 531 final) sorti le même jour. Dans ses articles, cette

oneerlijke handelspraktijken vormt immers een kader-richtlijn, die de bestaande wetgeving aanvult teneinde de consumenten de eerlijkheid van de promotionele of commerciële acties aan hen gericht te waarborgen. In de memorie van toelichting bij het voorstel van richtlijn (Voorstel van richtlijn van het Europese parlement en de raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten in de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG, COM (2003) 356 final) wordt deze band heel duidelijk toegelicht: «36. De definitie van een «handelspraktijk» omvat uitdrukkelijk commerciële communicatie en reclame, om duidelijk het verband te leggen met de verordening inzake verkoopbevordering en bepalingen die zijn overgenomen uit de richtlijn betreffende misleidende reclame». Ook wordt in punt 45 het volgende verduidelijkt: «45. Indien in een sectorale richtlijn alleen bepaalde aspecten van handelspraktijken worden gereguleerd, bijvoorbeeld de inhoud van de vereiste informatie, kan de kaderrichtlijn op andere aspecten van toepassing zijn, bijvoorbeeld indien de door de sectorale wetgeving vereiste informatie op misleidende wijze wordt gepresenteerd. De richtlijn vormt bijgevolg een aanvulling op zowel bestaande als toekomstige wetgeving, zoals de voorgestelde verordening betreffende verkoopbevordering, de richtlijn betreffende consumentenkrediet en de richtlijn betreffende e-handel.»

Het gaat dus niet om de handelingen, omissies, gedragingen, voorstellingen van zaken of commerciële communicaties die op zich verkoopbevorderingen uitmaken. Deze hebben overigens het voorwerp uitgemakt van een afzonderlijke Europese verordening (Mededeling van de Europese Commissie betreffende verkoopbevordering in de interne markt, COM (2001) 546 final), die niet beëindigd is. Dit voorstel van verordening beoogde de ongelijkheden inzake verkoopsmodaliteiten weg te werken. Het Hof van Justitie had deze aan haar controlebevoegdheid had onttrokken op voorwaarde dat zij zowel in rechte als in feite van toepassing zijn op alle marktdeelnemers die op het nationale grondgebied activiteiten ontplooiën, en mits zij dezelfde invloed hebben op de verhandeling van nationale producten en op die van producten uit andere Lid-Staten (HJEG, 24/11/1993, C-267 en 268/91, Zaak Keck en Mithouard).

Reeds in 2001 is in de inleidende mededeling bij het voorstel van verordening verkoopspromoties (cf. p. 3 en 4) verduidelijkt dat deze bestemd is om «samen te gaan met de voorstellen die zouden voortvloeien uit de raadpleging in het kader van het groenboek» (over de consumentenbescherming in de Europese Unie, COM (2001) 531 final), bekendgemaakt op dezelfde dag. Ook

proposition de règlement faisait également la différence entre les promotions de vente elles-mêmes et les communications commerciales y relatives. Elle en donne pour chacun une définition précise et son champ d'application précise qu'il vise à établir les règles relatives «à l'utilisation et à la communication commerciale des promotions des ventes» (article 1^{er} de la proposition de règlement «promotion des ventes»).

Les promotions des ventes sont définies comme étant les rabais, les cadeaux, les primes et les jeux et concours promotionnels, dont les conditions d'utilisation sont également établis. De la même manière, la notion de communication commerciale est également définie, d'une manière quasi identique à la définition que l'on trouve dans la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 sur le commerce électronique et qui correspond à la notion de publicité.

La doctrine fait la même différence: «La promotion des ventes regroupe l'ensemble des techniques et méthodes, autres que la simple communication publicitaire, mises en œuvre par l'entreprise pour stimuler la vente de ses produits ou services. Ces techniques portent sur les différents éléments de l'offre.» (L. de Brouwer, *Le droit des promotions commerciales*, 2^{ème} édition, Bruxelles, De Boeck, 1997, p.V) Il faut donc faire la différence entre les communications publicitaires, qui relèvent des pratiques commerciales et donc de la directive et les promotions elles-mêmes.

Les conditions de fond que doivent respecter les promotions commerciales pour pouvoir être communiquées, ne sont pas visées par la directive. En réalité, les articles de la LPCC applicables aux annonces de réductions de prix ou aux offres conjointes, par exemple, établissent les conditions de validité de certaines offres en vente particulières et dès lors du contrat qui en découlera. L'article 3, 2 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales exclut le droit des contrats de son champ d'application. «Cette dernière n'a donc aucune incidence sur les conditions de formation et de validité ou sur les effets des contrats.» (COM (2003) 356 final, point 42).

Seules les pratiques et/ou communications commerciales qui sont relatives aux promotions de vente seront concernées par la directive et dès lors par la présente transposition. Ces deux niveaux de réglementation se retrouvent déjà dans la LPCC: les articles 42 et suivants, par exemple, réglementent les conditions que doivent respecter les annonces de réductions de prix, tandis

in de artikelen van dit voorstel werd het onderscheid gemaakt tussen de verkoopbevordering zelf en de commerciële communicaties die daarop betrekking hadden. Voor elk van beide wordt een precieze definitie gegeven en in het toepassingsgebied wordt verduidelijkt dat beoogd wordt regels vast te stellen «betreffende het gebruik en de commerciële communicatie van verkoopbevorderende acties» (artikel 1 van het voorstel van verordening «verkoopbevordering»).

De verkoopbevorderende acties worden gedefinieerd als een korting, geschenk, premium of gelegenheid tot deelneming aan een promotionele prijsvraag of een promotioneel spel (art. 2, (b)). De notie commerciële communicatie wordt er eveneens gedefinieerd, op een quasi-identieke manier als de definitie die men in de richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en van de Raad van 8 juni 2000 betreffende de elektronische handel terugvindt, en die overeenkomt met de notie van reclame.

De rechtsleer maakt hetzelfde onderscheid: «De verkoopsbevordering, anders dan de commerciële communicatie groepeeret het geheel aan technieken en methodes, door de onderneming in werking gesteld om de verkoop van zijn producten of diensten te bevorderen. Deze technieken hebben betrekking op de verschillende elementen van het aanbod.» (vertaald uit L. de Brouwer, «Le droit des promotions commerciales, 2de editie, Brussel, De Boeck, 1997, p. V). Er moet dus een onderscheid gemaakt worden tussen de commerciële communicaties, die vallen onder de handelspraktijken en dus onder de richtlijn vallen, en de promoties zelf.

De grondvoorwaarden die de handelspromoties in acht moeten nemen, worden niet beoogd door de richtlijn. Zo stellen de artikelen WHPC die betrekking hebben op aankondiging van prijsvermindering of gezamenlijk aanbod, de geldigheidsvoorwaarden van bepaalde specifieke tekoopaanbiedingen, en bijgevolg van de overeenkomst die eruit voortvloeit, vast. Het artikel 3, 2 van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken sluit het verbintenissenrecht van zijn toepassingsgebied uit. «Laatstgenoemde is dus niet van toepassing op de voorwaarden voor de opstelling, de geldigheid of de rechtsgevolgen van contracten.» (COM (2003) 356 final, punt 42).

De richtlijn, en bijgevolg de huidige omzetting, zal enkel betrekking hebben op commerciële praktijken en/of mededelingen die verband houden met verkoopbevorderingen. Deze twee niveaus van reglementering vindt men reeds terug in de WHPC: de artikelen 42 en volgende regelen bijvoorbeeld de voorwaarden waaraan aankondigingen van prijsvermindering dienen te

que les publicités qui y font référence doivent également respecter les actuels articles 22 et suivants relatifs à la publicité et ne peuvent pas, notamment, être trompeuses.

C'est ainsi par exemple que lorsqu'un vendeur annonce dans son magasin une réduction de prix de 20%, en respectant les conditions de l'article 43, § 2 LPCC, mais annonce dans ses publicités extérieures au magasin, une réduction de 30%, seules les publicités seront considérées comme trompeuses. La validité de la promotion elle-même ne pourra pas être contestée.

Tant les critères mis en place pour déterminer l'existence de pratiques commerciales trompeuses ou agressives, que la liste des pratiques commerciales déloyales interdites en toutes circonstances, repris par la directive et les articles 94/6 à 94/11 en projet, renvoient à la présentation de l'information ou aux circonstances de la conclusion ou des effets du contrat et non aux conditions d'une promotion en elle-même.

La directive vise à protéger les intérêts économiques des consommateurs. Dès lors qu'une disposition légale a pour objectif la protection d'autres intérêts, le cas échéant ceux des concurrents, celle-ci ne relève pas de son champ d'application.

Les nouvelles dispositions de la section 4 établissent le cadre général, les principes fondamentaux, de loyauté des vendeurs à l'égard des consommateurs.

Articles 18 et 19

Sous-section 2

Des pratiques commerciales déloyales

L'article 94/5, § 1^{er}, transpose le principe général de l'interdiction des pratiques commerciales déloyales, tel qu'il figure dans l'article 5, 1, de la directive.

L'article 94/5, § 2, transpose l'article 5, 2, de la directive. Il énonce les deux critères qu'une pratique commerciale doit remplir pour être considérée comme déloyale.

Le premier critère renvoie à la notion de diligence professionnelle, telle que définie au nouvel article 93, 8° LPCC. C'est ainsi que le vendeur sera tenu de garantir un niveau de compétence spécialisée et de loyauté, dans tous ses comportements et publicités susceptibles d'avoir une influence sur la décision commerciale d'un consommateur.

voldoen, terwijl de reclame die ernaar verwijst eveneens de huidige artikelen 22 en volgende met betrekking tot de reclame in acht dienen te nemen, en met name niet misleidend mogen zijn.

Zo zullen bijvoorbeeld, wanneer een verkoper in zijn winkel een prijsvermindering van 20% aankondigt met naleving van de bepalingen van artikel 43, § 2, WHPC, maar in de reclames erbuiten, een vermindering van 30% aankondigt, enkel de reclames worden beschouwd als misleidend. De geldigheid van de promotie zelf zal niet in vraag kunnen worden gesteld.

Zowel de criteria ter beoordeling van het bestaan van misleidende of agressieve handelspraktijken, als de lijst van in elk geval verboden oneerlijke handelspraktijken zoals die in de richtlijn en in de artikelen 94/6 tot 94/11 in ontwerp voorkomen, verwijzen naar de voorstelling van de informatie of naar de omstandigheden van de sluiting of de gevolgen van het contract en niet naar de voorwaarden op zichzelf van een promotie.

De richtlijn heeft de bescherming van de economische belangen van de consumenten tot doel. Vanaf dat een wettelijke bepaling de bescherming van andere belangen nastreeft, in voorkomend geval deze van de concurrenten, valt dit niet meer binnen haar toepassingsveld.

De nieuwe bepalingen van afdeling 4 leggen het algemeen kader, de fundamentele principes, vast van loyaliteit van de verkopers jegens de consumenten.

Artikelen 18 en 19

Onderafdeling 2

Oneerlijke handelspraktijken

Artikel 94/5, § 1, stelt het algemene principe van het verbod op de oneerlijke handelspraktijken zoals het voorkomt in artikel 5, 1, van de richtlijn.

Artikel 94/5, § 2, zet artikel 5, 2, van de richtlijn om. Het formuleert de twee criteria waaraan een handelspraktijk moet voldoen om als oneerlijk te worden beschouwd.

Het eerste criterium verwijst naar het begrip van professionele toewijding zoals bepaald in het nieuwe artikel 93, 8° WHPC. Zo zal de verkoper een niveau van gespecialiseerde bekwaamheid en van goede trouw moeten waarborgen in al zijn gedragingen en reclames die invloed kunnen hebben op de commerciële beslissing van een consument.

De même, lorsqu'un vendeur ne respecte pas un code de conduite auquel il aurait souscrit, on pourra considérer qu'il commet un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale, susceptible d'être considéré comme une pratique déloyale au sens de l'article 94/5, § 2.

Le deuxième critère est celui de l'altération substantielle du comportement économique du consommateur à l'égard du produit. Cette notion fait l'objet d'une définition détaillée dans le nouvel article 93, 6° LPCC, qui renvoie à la notion de décision commerciale, elle-même définie à l'article 93, 11° LPCC. Sont ainsi visées les pratiques commerciales qui compromettent sensiblement la faculté du consommateur de prendre une décision commerciale en connaissance de cause.

Dès lors que le comportement d'un vendeur ne répond pas aux exigences de la diligence professionnelle dans son secteur d'activité et a amené le consommateur à prendre une décision commerciale – quelle qu'elle soit – qu'il n'aurait pas prise autrement, celui-ci pourra être considéré comme constitutif d'une pratique commerciale déloyale et est dès lors interdit.

La directive prend comme consommateur de référence, le consommateur moyen mais ne le définit pas, afin de laisser cette notion évoluer en fonction de la jurisprudence. Cette absence de définition est voulue et expliquée dans le considérant 18 de la directive:

«Il convient de protéger tous les consommateurs des pratiques commerciales déloyales. La Cour de justice a toutefois estimé nécessaire, lorsqu'elle a statué sur des affaires de publicité depuis la transposition de la directive 84/450/CEE, d'examiner leurs effets pour un consommateur typique fictif. Conformément au principe de proportionnalité, et en vue de permettre l'application effective des protections qui en relèvent, la présente directive prend comme critère d'évaluation le consommateur moyen qui est normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques, selon l'interprétation donnée par la Cour de justice, mais prévoit également des dispositions visant à empêcher l'exploitation de consommateurs dont les caractéristiques les rendent particulièrement vulnérables aux pratiques commerciales déloyales. Lorsqu'une pratique commerciale s'adresse spécifiquement à un groupe particulier de consommateurs, comme les enfants, il est souhaitable que son incidence soit évaluée du point de vue du membre moyen de ce groupe. Par conséquent, il convient d'inscrire sur la liste des pratiques réputées déloyales en toutes circonstances une disposition qui, sans édicter

Evenzo zal men kunnen oordelen dat een verkoper, wanneer hij de gedragscode die hij heeft onderschreven niet naleeft, een daad stelt die strijdig is met de eerlijke handelsgebruiken, die zou kunnen worden beschouwd als een oneerlijke praktijk in de zin van artikel 94/5, § 2.

Het tweede criterium is de wezenlijke verstoring van het economische gedrag van de consument ten aanzien van het product. Dit begrip wordt in detail gedefinieerd in het nieuwe artikel 93, 6° WHPC dat verwijst naar het begrip besluit over een transactie dat zelf omschreven wordt in het nieuwe artikel 93, 11° WHPC. Bijgevolg worden de handelspraktijken beoogd die de mogelijkheid van de consument om met kennis van zaken een besluit over een transactie te nemen wezenlijk verstoren.

Van zodra het gedrag van een verkoper niet beantwoordt aan de vereisten van professionele toewijding in zijn activiteitssector en de consument ertoe gebracht heeft enig transactiebesluit te nemen dat hij anders niet had genomen, kan worden gesteld dat dit gedrag een oneerlijke handelspraktijk vormt, en bijgevolg verboden is.

De richtlijn neemt als referentieconsument de gemiddelde consument, maar definieert deze niet, om dit begrip te laten evolueren in functie van de jurisprudentie. Deze afwezigheid van definitie is gewild en uitgelegd in considerans 18 van de richtlijn:

«Alle consumenten moeten tegen oneerlijke handelspraktijken worden beschermd. Het Hof van Justitie heeft het sinds de inwerkingtreding van Richtlijn 84/450/EEG evenwel noodzakelijk geacht om bij uitspraken in zaken over reclamekwesties na te gaan wat de gevolgen voor een fictieve doorsneeconsument zijn. In overeenstemming met het evenredigheidsbeginsel, en om de uit hoofde van dat beginsel geboden bescherming ook effectief te kunnen toepassen, wordt in deze richtlijn het door het Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de gemiddelde- dit wil redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende- consument als maatstaf genomen, waarbij eveneens rekening gehouden wordt met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren, maar wordt er tevens voorzien in bepalingen die voorkomen dat wordt geprofiteerd van consumenten die bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, zoals bijvoorbeeld kinderen, is het wenselijk dat het effect van de handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep wordt beoordeeld. Daarom is het wenselijk in de lijst van praktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd

une interdiction totale de la publicité à destination des enfants, protège ces derniers d'incitations directes à acheter. La notion de consommateur moyen n'est pas une notion statistique. Les juridictions et les autorités nationales devront s'en remettre à leur propre faculté de jugement, en tenant compte de la jurisprudence de la Cour de justice, pour déterminer la réaction typique du consommateur moyen dans un cas donné.». (voir notamment C.J.C.E., 16 juillet 1998, aff. C-210/96, C.J.C.E., 28 janvier 1999, aff. C-303/97, C.J.C.E., 12 octobre 2000, aff. C-3/99).

La LPCC, à l'instar de la directive, renvoie à la notion de consommateur moyen: les travaux parlementaires de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur précisaient déjà que la notion de consommateur, en matière de publicité trompeuse, devait être interprétée en ce sens qu'elle vise le consommateur moyen, normalement et raisonnablement avisé (Doc. Parl. Sénat, 1984-1985, n° 947/1, p. 16). Il appartient dès lors à la jurisprudence de prendre ces critères en considération.

L'article 249, alinéa 3 du Traité instituant la Communauté européenne permet aux états membres de choisir la forme et les moyens de transposition des directives, du moment que l'objectif visé par celles-ci est atteint. Le fait de ne pas reprendre le mot «moyen» après «consommateur» ne change en rien la notion retenue par la directive et précisée par la Cour de Justice.

En outre, ajouter uniquement dans la section relative aux pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs le mot «moyen» après «consommateur», risque de provoquer des difficultés d'interprétation avec les autres chapitres de la LPCC, liées à un manque de concordance au niveau de la terminologie utilisée.

La directive prévoit en outre que lorsqu'une pratique commerciale s'adresse spécifiquement à un groupe particulier de consommateurs, clairement identifiable, comme par exemple les étudiants ou les femmes au foyer, son incidence doit être évaluée du point de vue du membre moyen de ce groupe, c'est à dire du membre normalement informé et raisonnablement attentif. De la même manière, la jurisprudence majoritaire considère également qu'il convient de se placer du point de vue de la perception des publicités par le public ciblé.

La protection accordée par la directive doit porter sur l'ensemble des consommateurs, y compris les plus vul-

neer een bepaling op te nemen waardoor reclame die gericht is op kinderen weliswaar niet volledig wordt verboden, maar waardoor zij wel worden beschermd tegen het rechtstreeks aanzetten tot kopen. Het criterium van de gemiddelde consument is geen statistisch criterium. Nationale rechtbanken en autoriteiten moeten, rekening houdend met de jurisprudentie van het Hof van Justitie, hun eigen oordeel volgen om vast te stellen wat de typische reactie van de gemiddelde consument in een bepaald geval is.» (zie met name H. v. J. 16 juli 1998, zaak C-210/96, H. v. J. 28 januari 1999, zaak C-303/97, H. v. J. 12 oktober 2000, zaak C-3/99).

De WHPC, net zoals de richtlijn, verwijst naar het begrip van de gemiddelde consument: de parlementaire werken van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument verduidelijkten reeds dat het begrip consument voor wat betreft misleidende reclame moest worden geïnterpreteerd in die zin van de gemiddelde, normaal oplettende en redelijk voorgelichte consument (Parl. Doc. Senaat, 1984-1985, nr. 947/1, blz. 16). Het is aan de rechtspraak om deze criteria in overweging te nemen.

Artikel 249, derde lid, van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap laat aan de lidstaten toe de vorm en de middelen van de omzetting van richtlijnen te kiezen, vanaf het ogenblik dat de bedoelde objectief is bereikt. Het feit dat het woord «gemiddelde» niet wordt hernomen voor «consument» verandert niets aan het begrip dat is weerhouden door de richtlijn en dat is verduidelijkt door het Hof van Justitie.

Bovendien zou de toevoeging van het woord «gemiddelde» voor consument enkel in de afdeling over de oneerlijke handelspraktijken het risico lopen bij de andere hoofdstukken van de WHPC interpretatiemoeilijkheden te veroorzaken, die voortvloeien uit een gebrek aan overeenstemming op het vlak van de gebruikte terminologie.

De richtlijn voorziet bovendien dat, indien een handelspraktijk zich specifiek richt tot een bepaalde, duidelijk identificeerbare groep consumenten, zoals bijvoorbeeld studenten of huisvrouwen, het effect moet worden beoordeeld vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep, dit wil zeggen het normaal geïnformeerde en redelijk aandachtige lid. Onze rechtspraak oordeelt eveneens in dezelfde zin, namelijk dat men zich in het standpunt moet stellen van de perceptie van de reclame door het doelpubliek.

De door de richtlijn verleende bescherming moet slaan op alle consumenten, de meest kwetsbare inbegrepen.

néralles. Dès lors, il conviendra de nuancer la notion de consommateur moyen lorsque le vendeur s'adresse, en connaissance de cause, à un tel groupe de consommateurs. Le nouvel article 94/5, § 2, alinéa 2 LPCC, qui transpose l'article 5, 3 de la directive, envisage également les pratiques commerciales susceptibles d'altérer substantiellement le comportement de consommateurs particulièrement vulnérables. C'est ainsi que lorsque certaines caractéristiques, telles que l'âge, une infirmité physique ou mentale ou la crédulité, rendent un groupe particulier de consommateurs particulièrement vulnérable à une pratique commerciale ou au produit qu'elle concerne, ou lorsque le comportement économique de ce seul groupe de consommateurs est susceptible d'être altéré par cette pratique d'une manière que le professionnel peut raisonnablement prévoir, il y a lieu de veiller à ce que ce groupe soit suffisamment protégé en évaluant la pratique en cause du point de vue du membre moyen de ce groupe.

Notre jurisprudence a déjà adopté cette interprétation. En effet, la Cour de Cassation dans un arrêt du 12 octobre 2000, a considéré que «pour apprécier la conformité d'un comportement aux usages honnêtes en matière commerciale, le juge peut tenir compte de la situation particulière de certaines catégories de consommateurs et de la nécessité de les protéger davantage» (Cass., 12/10/2000, St. Brice c/ État belge). Cet arrêt a été nuancé par un arrêt du 8 décembre 2005 de la Cour d'appel de Bruxelles qui a considéré, que tenant compte de ce que la publicité incriminée ne vise pas «un groupe particulier et clairement identifiable de consommateurs», il ne convenait pas «d'examiner la tromperie à l'égard de la situation particulière d'une certaine catégorie de consommateurs qu'il faudrait éventuellement protéger davantage que le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif».

Les slogans publicitaires sont souvent exagérés, dans le but d'attirer l'attention du consommateur. On pense par exemple aux lessives qui lavent plus blanc ou à la boisson énergisante qui «donne des ailes». Ces formules publicitaires sont couramment admises et ne portent pas préjudice aux intérêts des consommateurs. Elles ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral. La protection spécifique qui doit être accordée aux consommateurs vulnérables ne peut pas avoir pour conséquence l'interdiction générale de ce type d'exagérations. C'est l'objectif de la dernière phrase du nouvel article 94/5, § 2, alinéa 2.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, le texte de l'article 94/5, § 2, alinéa 2,

Het is derhalve raadzaam het begrip gemiddelde consument te nuanceren, wanneer de verkoper zich bewust tot zo'n groep van consumenten richt. Het nieuwe artikel 94/5, § 2, 2^{de} lid van de WHPC, dat het artikel 5, 3, van de richtlijn omzet, beoogt eveneens de handelspraktijken die het gedrag van bijzonder kwetsbare consumenten wezenlijk kunnen verstoren. Zodoende, wanneer bepaalde karakteristieken, zoals de leeftijd, een fysieke of mentale zwakte of lichtgelovigheid een bepaalde groep consumenten bijzonder vatbaar maken voor een handelspraktijk of voor het product waarop ze betrekking heeft, of wanneer het economische gedrag van die bijzondere groep van consumenten kan verstoord worden door deze praktijk op een manier die de professioneel redelijkerwijze kan voorzien, moet erover worden gewaakt dat deze groep voldoende beschermd is door de praktijk in kwestie te beoordelen vanuit het standpunt van het gemiddelde lid van die groep.

Onze rechtspraak heeft reeds een dergelijke interpretatie aangenomen. Zo heeft het Hof van Cassatie in een arrest van 12 oktober 2000 geoordeeld dat «ten einde de overeenstemming met de eerlijke handelsgebruiken van een gedraging te beoordelen, de rechter rekening kan houden met de specifieke situatie van bepaalde categorieën van consumenten, en van de noodzaak deze bijkomend te beschermen» (Cass., 12/10/2000, St. Brice t/ Belgische Staat). Dit arrest is getemperd door een arrest van 8 december van het Hof van Beroep van Brussel dat geoordeeld heeft dat, rekening houdend met het feit dat de gewraakte reclame geen «specifieke en duidelijk herkenbare groep van consumenten viseert», het niet nodig was om «de misleiding te onderzoeken vanuit de bijzondere situatie van een bepaalde categorie van consumenten die eventueel verdere bescherming zou behoeven dan de gemiddelde, redelijk aandachtige en normaal geïnformeerde consument».

Reclameslogans zijn vaak overdreven om de aandacht van de consument te trekken. Men denkt bijvoorbeeld aan wasmiddelen die witter wassen of energie-drinkjes die «vleugels» geven. Deze publicitaire formules worden vlot aanvaard en doen geen afbreuk aan de consumentenbelangen. Ze zijn niet bedoeld om in de letterlijke betekenis te worden opgevat. De specifieke bescherming die aan kwetsbare consumenten moet worden verleend, mag niet leiden tot het algemene verbod van dit type van overdrijvingen. Dat is de doelstelling van de laatste zin van het nieuwe artikel 94/5, § 2, 2^{de} lid.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik werd de tekst van artikel 94/5,

en projet, a été adapté, afin de correspondre autant que possible à l'article 5, 3 de la directive.

Dans le but de les interdire, l'article 94/5, § 3, prévoit que les pratiques commerciales trompeuses et agressives, dont il sera question ci-après, sont des pratiques déloyales car elles ne peuvent correspondre à un comportement loyal du vendeur et ont pour effet de fausser le comportement économique du consommateur.

En pratique, pour apprécier le caractère déloyal d'une pratique commerciale, une première analyse devra être faite afin d'apprécier si elle correspond à l'une de celles reprises dans la liste des articles 94/8 ou 94/11 LPCC nouveaux. A défaut, elle pourra être examinée sous l'angle des critères fixés dans les nouveaux articles 94/6 et 94/7 ou 94/9 et 94/10 LPCC. Si c'est le cas, elle pourra être interdite par le juge ou l'agent habilité à cet effet. Enfin, si c'est encore nécessaire, elle pourra être interdite lorsqu'elle remplit les critères de la clause générale du nouvel article 94/5, § 2 LPCC. A cet effet, il pourra être tenu compte de l'exemple que peuvent constituer les pratiques reprises dans les articles 94/8 et 94/11 du projet.

Articles 20 à 23

Sous-section 3

Des pratiques commerciales trompeuses

La sous-section 3 transpose les articles 6 et 7 de la directive et distingue les actions trompeuses des omissions trompeuses.

L'article 94/6 reprend l'article 6 de la directive qui vise les actions trompeuses. Les pratiques commerciales considérées comme trompeuses, en ce compris les publicités trompeuses, sont celles qui, en induisant le consommateur en erreur, l'empêchent de faire un choix en connaissance de cause. Sont ainsi visées, non seulement les pratiques et publicités dont le contenu est faux, mais aussi celles qui contiennent des informations, même exactes, mais dont la présentation a pour conséquence de modifier la décision commerciale du consommateur. A titre d'exemple, on peut citer le cas des publicités qui comportent en très petits caractères, quasiment illisibles, la référence au contenu réel des engagements du consommateur.

§2, 2de lid, van het ontwerp aangepast, teneinde zoveel als mogelijk overeen te stemmen met het artikel 5, 3, van de richtlijn.

Om de misleidende en agressieve handelspraktijken, waarvan hierna sprake, te verbieden, voorziet artikel 94/5, § 3, dat ze oneerlijke praktijken zijn, aangezien ze niet kunnen overeenstemmen met een loyaal gedrag van de verkoper en ertoe leiden het economische gedrag van de consument te vervormen.

In de praktijk zal, om het oneerlijke karakter van een handelspraktijk te beoordelen, een eerste onderzoek moeten gebeuren om te oordelen of ze overeenkomt met één van de praktijken opgenomen in de lijst van de nieuwe artikelen 94/8 of 94/11 WHPC. Als dat niet het geval is, zal ze kunnen worden onderzocht vanuit de gezichtshoek van de criteria bepaald in de nieuwe artikelen 94/6 en 94/7 of 94/9 en 94/10 WHPC. Wordt ze dan als oneerlijk bevonden, dan zal ze kunnen worden verboden door de rechter of door de hiertoe gemachtigde ambtenaar. Als het dan nog nodig is, zal ze kunnen worden verboden als ze voldoet aan de criteria van de algemene clausule van het nieuwe artikel 94/5, § 2 WHPC. Hierbij kunnen de praktijken in de artikelen 94/8 en 94/11 tot voorbeeld dienen.

Artikelen 20 tot 23

Onderafdeling 3

Misleidende handelspraktijken

Onderafdeling 3 zet de artikelen 6 en 7 van de richtlijn om en onderscheidt de misleidende handelingen van de misleidende weglatingen.

Artikel 94/6 herneemt het artikel 6 van de richtlijn dat de misleidende handelingen beoogt. Als misleidend worden beschouwd de handelspraktijken, met inbegrip van de misleidende reclame, die de consument in de war brengen en hem zo beletten met kennis van zaken een keuze te maken. Worden als dusdanig bedoeld, niet enkel de praktijken en reclames waarvan de inhoud onjuist is, doch ook deze die zelfs juiste informatie bevatten maar waarvan de voorstelling tot gevolg heeft de commerciële beslissing van de consument te wijzigen. Bij wijze van voorbeeld kan het geval worden aangehaald van de reclames die in zeer kleine, nagenoeg onleesbare, lettertjes de referentie bevatten naar de werkelijke inhoud van de verbintenissen van de consument.

Afin d'éviter des interprétations nationales différentes, l'article 6 de la directive détermine les informations substantielles qui, en aucun cas ne peuvent être omises, falsifiées ou présentées de manière à induire les consommateurs en erreur. Celles-ci sont reprises à l'article 94/6, § 1^{er}, alinéa 2.

Parmi celles-ci se trouvent, bien sûr, les informations essentielles, telles que le prix ou les caractéristiques du produit, mais également les informations relatives à l'étendue des engagements du vendeur, à la motivation de la pratique commerciale et à la nature du processus de vente (art. 94/6, § 1^{er}, alinéa 2, 3^o). L'interdiction d'offrir en vente ou de vendre en faisant abusivement état d'actions philanthropiques, humanitaires, ou de nature à éveiller la générosité du consommateur, reprise dans l'actuel article 85 LPCC, relève de ce type d'information. L'article 85 est dès lors abrogé sans que ce type de pratique en devienne autorisée.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation relative au point 6 de cet article, la version néerlandaise a été adaptée.

Faisant suite aux remarques d'ordre légistique du Conseil d'État, l'article 94/6 a été adapté.

L'article 94/7 transpose l'article 7 de la directive et vise les omissions trompeuses. Les pratiques et publicités qui sont visées par cet article sont celles dans lesquelles il manque une ou plusieurs informations substantielles nécessaires à la prise de décision, en connaissance de cause, du consommateur. De même, lorsque ces informations sont dissimulées ou fournies de manière peu claire, ambiguë ou à contretemps, il pourra aussi s'agir d'une omission trompeuse.

Il pourra, le cas échéant, être tenu compte, pour apprécier du caractère volontaire de l'omission, du moyen de communication utilisé pour la pratique ou communication commerciale. Il est ainsi tenu compte des supports publicitaires tels que la radio ou la télévision, par exemple, qui ne permettent pas de reprendre l'ensemble des informations prévues par l'article 94/7.

Suite à la remarque du Conseil d'État, la terminologie de la directive a été littéralement reprise et les mots «ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé» ont été insérés.

Les trois premiers paragraphes de l'article 94/7 déterminent de manière générale les critères permettant de qualifier une pratique commerciale d'omission trom-

Teneinde verschillende nationale interpretaties te vermijden, bepaalt artikel 6 van de richtlijn de essentiële informatie die in geen geval mogen worden weggelaten, verdraaid of zo worden voorgesteld dat de consument er door misleid wordt. Deze zijn opgenomen in het artikel 94/6, § 1, lid 2.

Hieronder bevinden zich uiteraard de essentiële informatie, zoals deze over de prijs en de kenmerken van het product, maar ook deze over de reikwijdte van de verplichtingen van de verkoper, over de motieven voor de handelspraktijk en over de aard van het verkoopproces (art. 94/6, § 1, 2^{de} lid, 3^o). Het verbod te koop aan te bieden of te verkopen door ten onrechte gewag te maken van acties van menslievende en humanitaire aard of die gevoelens van vrijgevigheid bij de consument opwekken, aangehaald in het huidige artikel 85 WHPC valt onder dit type van informatie. Artikel 85 wordt bijgevolg opgeheven zonder dat dit soort van praktijk toegelaten wordt.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik met betrekking tot punt 6 van dit artikel, werd de Nederlandse versie aangepast.

In gevolge de opmerkingen van legistieke aard van de Raad van State, werd het artikel 94/6 aangepast.

Artikel 94/7 zet artikel 7 van de richtlijn om en beoogt de misleidende weglatingen. De praktijken en reclames die bedoeld worden in dit artikel, zijn die waarin een of meer essentiële informatie ontbreekt die de consument nodig heeft om met kennis van zaken een beslissing te nemen. Evengoed wanneer deze informatie worden verzwegen of op onduidelijke, dubbelzinnige wijze of op het verkeerde moment worden verstrekt, kan het ook om een misleidende weglating gaan.

Desgevallend zal voor de beoordeling van het opzettelijke karakter van de weglating rekening kunnen worden gehouden met het communicatiemiddel dat voor de commerciële praktijk of de communicatie werd gebruikt. Er wordt op die manier bijvoorbeeld rekening gehouden met de reclame via radio of televisie, die niet toelaat om het geheel van de informatie voorzien door het artikel 94/7 op te nemen.

In gevolge de opmerking van de Raad van State, werd de terminologie van de richtlijn letterlijk overgenomen en zijn de woorden «en de beperkingen van het communicatiemiddel» ingevoegd.

De eerste drie paragrafen van artikel 94/7 stellen op algemene wijze de criteria vast op basis waarvan een handelspraktijk als misleidende ommissie kan gekwalifi-

peuse. L'article 94/7, § 4, vise quant à lui, les informations qui doivent être considérées comme substantielles lors d'une invitation à l'achat.

Malgré l'utilisation dans la directive de termes pouvant renvoyer à des infractions pénales, il n'y a pas lieu de rechercher un élément intentionnel dans le chef du vendeur. Il suffira de constater que l'information manquante a pour conséquence d'affecter le libre choix du consommateur.

L'article 94/7, § 4, reprend l'article 7, 4 de la directive et vise, quant à lui, les invitations à l'achat, telles que définies à l'article 93 nouveau. A la différence du reste de la directive, qui met en place une série d'interdictions générales et particulières, cet article impose des obligations positives aux vendeurs.

Il énumère un nombre limité d'informations clés dont le consommateur a besoin pour prendre une décision en connaissance de cause. Ces informations devront être fournies dans toutes les publicités constituant une invitation à l'achat, au sens du nouvel article 93, 9°. Sont ainsi visées les messages publicitaires qui comprennent les caractéristiques du produit et son prix et qui, tenant compte du médium utilisé, auront pour conséquence de permettre au consommateur de prendre la décision d'acheter.

Dans le cadre d'une invitation à l'achat, les éléments cités aux points 1° à 5° sont considérés comme étant des informations substantielles. Ils devront être repris dans la publicité, sauf s'ils ressortent du contexte général de la communication commerciale.

Sont ainsi visées les caractéristiques principales du produit ou du service, l'adresse géographique et l'identité du vendeur, le prix, les modalités de paiement, de livraison et de traitement des réclamations, lorsqu'elles sont différentes des usages du secteur, ainsi que, lorsque celui-ci est prévu, l'existence d'un droit de renonciation ou d'annulation. Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation concernant l'article 94/7, § 4, 5°, ce point a été légèrement adapté.

L'obligation de reprendre les caractéristiques principales du produit ou du service s'applique lorsque la communication commerciale répond à la notion d'invitation à l'achat. Sont ainsi visées, les informations reprises à l'article 94/6, § 1^{er}, qui détermine les informations qui ne peuvent être falsifiées ou mal présentées.

ceerd worden. Het artikel 94/7, § 4, legt van zijn kant vast welke informatie als substantieel beschouwd dienen te worden bij een uitnodiging tot aankoop.

Ondanks het gebruik in de richtlijn van begrippen die zouden kunnen verwijzen naar strafrechtelijke inbreuken, is er geen opzet in hoofde van de verkoper vereist. De vaststelling dat de ontbrekende informatie een aantasting van de vrije keuze van de consument tot gevolg heeft zal volstaan.

Artikel 94/7, § 4, is een weergave van artikel 7, 4 van de richtlijn en beoogt de uitnodigingen tot aankoop zoals bepaald in het nieuwe artikel 93. In tegenstelling tot de rest van de richtlijn die een reeks van algemene en bijzondere verboden instelt, legt dit artikel aan de verkopers positieve verplichtingen op.

Het somt een beperkt aantal sleutelinlichtingen op die de consument nodig heeft om een beslissing te kunnen nemen met kennis van zaken. Deze inlichtingen zullen moeten verstrekt worden in alle reclameboodschappen die een uitnodiging tot aankoop uitmaken, in de zin van het nieuwe artikel 93, 9°. Zo worden de reclameboodschappen bedoeld die de kenmerken van het product en zijn prijs bevatten en die, rekening houdend met het gebruikte medium, tot gevolg zullen hebben de consument in staat te stellen om de beslissing tot aankoop te nemen.

In het kader van een uitnodiging tot aankoop worden de elementen aangehaald in de punten 1° tot 5°, beschouwd als substantiële inlichtingen. Ze zullen moeten worden vermeld in de reclame, tenzij ze duidelijk blijken uit de algemene context van de commerciële boodschap.

Worden aldus bedoeld de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, het geografische adres en de identiteit van de verkoper, de prijs, de modaliteiten van betaling, van levering en van klachtenbehandeling, indien zij afwijken van de gebruiken in de sector, alsmede het bestaan van een recht op verzaeking of annulering, indien dit voorzien is. Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik met betrekking tot het artikel 94/7, § 4, 5°, is dit punt lichtjes aangepast.

De verplichting om de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst op te nemen, geldt wanneer de commerciële communicatie beantwoordt aan het begrip «uitnodiging tot aankoop». Worden bijgevolg beoogd, de informatie opgenomen in artikel 94/6, § 1, dat vaststelt welke informatie niet onjuist of slecht mag worden voorgesteld.

Il pourra cependant être tenu compte du moyen de communication utilisé pour la publicité ainsi que du produit ou du service concerné. Le critère ici doit être l'obligation d'assurer une information du consommateur exacte et la plus complète possible.

L'article 94/7, § 5, transpose l'article 7, 5, de la directive. Il prévoit que les informations rendues obligatoires par le droit communautaire dans le cadre des communications commerciales, publicités et marketing, sont des informations substantielles. Leur omission est dès lors considérée comme constitutive d'une omission trompeuse. Une liste non exhaustive est donnée à l'annexe 2 de la directive. Elle vise:

- les articles 4 et 5 de la directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance;
- l'article 3 de la directive 90/314/CEE du Conseil du 13 juin 1990 concernant les voyages, vacances et circuits à forfait;
- l'article 3, paragraphe 3, de la directive 94/47/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 octobre 1994 concernant la protection des acquéreurs pour certains aspects des contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers;
- l'article 3, paragraphe 4 de la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs;
- les articles 86 à 100 de la directive 2001/83/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 novembre 2001 instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain;
- les articles 5 et 6 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique»);
- l'article 1^{er}, d), de la directive 98/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 modifiant la directive 87/102/CEE du Conseil relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de crédit à la consommation;
- les articles 3 et 4 de la directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE;

Er zal echter rekening kunnen worden gehouden met het voor de reclame gebruikte medium alsmede met het betrokken product of de betrokken dienst. Het criterium hier moet de verplichting zijn om de consument juiste en zo volledig mogelijke informatie te verschaffen.

Artikel 94/7, § 5, zet artikel 7, 5, van de richtlijn om. Het voorziet dat de informatie, die verplicht is gesteld door het communautaire recht in het kader van de commerciële communicaties, van reclames en van marketing, substantiële informatie zijn. Weglating ervan wordt bijgevolg als een misleidende weglating beschouwd. Een niet-limitatieve lijst wordt opgenomen in bijlage 2 van de richtlijn. Zij beoogt:

- de artikelen 4 en 5 van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 1997 betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten;
- artikel 3 van Richtlijn 90/314/EEG van de Raad van 13 juni 1990 betreffende pakketreizen, met inbegrip van vakantiepakketten en rondreis pakketten;
- artikel 3, paragraaf 3, van Richtlijn 94/47/EG van het Europees Parlement en de Raad van 26 oktober 1994 betreffende de bescherming van de verkrijger voor wat bepaalde aspecten betreft van overeenkomsten inzake de verkrijging van een recht van deeltijds gebruik van onroerende goederen;
- artikel 3, lid 4, van Richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten;
- de artikelen 86 tot 100 van Richtlijn 2001/83/EG van het Europees Parlement en de Raad van 6 november 2001 tot vaststelling van een communautair wetboek betreffende geneesmiddelen voor menselijk gebruik;
- de artikelen 5 en 6 van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij met name de elektronische handel in de interne markt («richtlijn elektronische handel»);
- artikel 1, d), van Richtlijn 98/7/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 tot wijziging van de richtlijn 87/102/EEG van de Raad betreffende de harmonisatie van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen der lidstaten inzake het consumentenkrediet;
- de artikelen 3 en 4 van Richtlijn 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 september 2002 betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten en tot wijziging van de Richtlijnen 90/619/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG van de Raad;

- l'article 1^{er}, point 9), de la directive 2001/107/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 janvier 2002 modifiant la directive 85/611/CEE du Conseil portant coordination des dispositions législatives, réglementaires et administratives concernant certains organismes de placement collectif en valeurs mobilières (OPCVM) en vue d'introduire une réglementation relative aux sociétés de gestion et aux prospectus simplifiés;
- les articles 12 et 13 de la directive 2002/92/CE du Parlement européen et du Conseil du 9 décembre 2002 sur l'intermédiation en assurance;
- l'article 36 de la directive 2002/83/CE du Parlement européen et du Conseil du 5 novembre 2002 concernant l'assurance directe sur la vie;
- l'article 19 de la directive 2004/39/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 avril 2004 concernant les marchés d'instruments financiers;
- les articles 31 et 43 de la directive 92/49/CEE du Conseil du 18 juin 1992 portant coordination des dispositions législatives, réglementaires et administratives concernant l'assurance directe autre que l'assurance sur la vie (troisième directive «assurance non vie»);
- les articles 5, 7 et 8 de la directive 2003/71/CE du Parlement européen et du Conseil du 4 novembre 2003 concernant le prospectus à publier en cas d'offre au public de valeurs mobilières ou en vue de l'admission de valeurs mobilières à la négociation, et modifiant la directive 2001/34/CE.

Ces dispositions ont déjà été transposées en droit belge et font l'objet d'une obligation d'information assortie de sanctions spécifiques. La formulation de ce paragraphe a été adaptée, suite à la remarque du Conseil d'État.

L'article 94/8 reprend les points 1 à 23 de l'annexe I de la directive, énonçant les pratiques commerciales trompeuses, réputées déloyales en toutes circonstances. Parmi celles-ci on retrouve certaines interdictions qui existent déjà dans la LPCC. Certaines publicités, actuellement interdites par l'article 23 LPCC n'ont pas pu être reprises, compte tenu du caractère maximal de l'harmonisation voulue par la directive. Cependant, dans la plupart des cas celles-ci devraient rester interdites car elles sont visées par les critères généraux mis en place pour déterminer l'existence des pratiques commerciales ou des omissions trompeuses.

Afin de répondre à la remarque du Conseil d'État, les mots «die ertoe strekken» ont été préférés dans la version néerlandaise de la phrase introductive de l'article 94/8.

Par ailleurs, faisant suite à la remarque du Conseil d'État, la version néerlandaise du point 6 a été modi-

- artikel 1, lid 9, van Richtlijn 2001/107/EG van het Europees Parlement en de Raad van 21 januari 2002 tot wijziging van Richtlijn 85/611/EEG van de Raad tot coördinatie van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen betreffende bepaalde instellingen voor collectieve belegging in effecten (ICBE) met het oog op de reglementering van beheermaatschappijen en vereenvoudigde prospectussen;
- de artikelen 12 en 13 van Richtlijn 2002/92/EG van het Europees Parlement en de Raad van 9 december 2002 betreffende verzekeringsbemiddeling;
- artikel 36 van Richtlijn 2002/83/EG van het Europees Parlement en de Raad van 5 november 2002 betreffende levensverzekering;
- artikel 19 van Richtlijn 2004/39/EG van het Europees Parlement en de Raad van 21 april 2004 betreffende markten voor financiële instrumenten;
- de artikelen 31 en 43 van Richtlijn 92/49/EEG van de Raad van 18 juni 1992 tot coördinatie van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen betreffende het directe verzekeringsbedrijf (derde richtlijn «schadeverzekering»);
- de artikelen 5, 7 en 8 van Richtlijn 2003/71/EG van het Europees Parlement en de Raad van 4 november 2003 betreffende het prospectus dat gepubliceerd moet worden wanneer effecten aan het publiek worden aangeboden of tot de handel worden toegelaten en tot wijziging van Richtlijn 2001/34/EG.

Deze bepalingen werden reeds omgezet in Belgisch recht en zijn het voorwerp van een informatieplicht die gepaard gaat met specifieke sancties. De formulering van deze paragraaf werd aangepast in gevolge de opmerking van de Raad van State.

Artikel 94/8 herneemt de punten 1 tot 23 van bijlage I van de richtlijn, die de misleidende handelspraktijken weergeven die in alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd. Daartussen vindt men bepaalde verboden die reeds bestaan in de WHPC. Bepaalde reclamepraktijken, nu verboden krachtens het artikel 23 WHPC, zijn niet kunnen hernomen worden, gelet op de in de richtlijn beoogde maximale harmonisatie. Niettemin zou het verbod in het merendeel van de gevallen gehandhaafd moeten blijven aangezien ze onder de algemene criteria ter beoordeling van handelspraktijken of misleidende omissies vallen.

Om aan de opmerking van de Raad van State tegemoet te komen werd voorkeur gegeven aan de woorden «die ertoe strekken» in de Nederlandse versie van de inleidende zin van artikel 94/8.

Overigens werd, gevolg gevend aan de opmerking van de Raad van State, de Nederlandse versie van het

fiée. Le terme «aangeprezen» a été préféré à celui de «aangeboden», que l'on trouve dans la directive. En effet, tant la version anglaise que française de la directive renvoient à la notion de produit ou de service «ayant fait l'objet de la publicité». De même, la version néerlandaise de l'article 94/8, 20° a été complétée.

Faisant suite aux remarques unanimes du Conseil de la consommation les points 7, 8, 11 et 21, ont été adaptés.

Le point 14 de l'annexe I de la directive n'a pas été repris car il vise les ventes pyramidales, qui sont déjà interdites par l'article 84 de la LPCC. Cet article est utilisé régulièrement tant par les cours et tribunaux que par les instances chargés du contrôle de la loi. Des critères d'application, en conformité avec le prescrit de la directive, ont pu être dégagés. Afin de garantir la protection de cet article également aux relations entre vendeurs et en réponse à la demande unanime du Conseil de la consommation, l'article 84 est maintenu dans la loi du 14 juillet 1991.

Dans le point 18, il n'a pas été jugé utile de reprendre les mots «dans le cadre d'une pratique commerciale» précisés dans le point 19 de l'annexe à la directive, puisque le champ d'application de l'article 94/8 vise précisément les pratiques commerciales. Une telle précision est superfétatoire.

Articles 24 à 27

Sous-section 4

Des pratiques commerciales agressives

La sous-section 4 transpose les dispositions de la directive relatives aux pratiques commerciales agressives. L'objectif est de viser les pratiques particulièrement malsaines qui altèrent de manière significative la liberté de choix du consommateur.

Les articles 94/9 et 94/10 transposent intégralement les articles 8 et 9 de la directive, qui précisent les critères permettant de déterminer l'existence de pratiques agressives. Ces dispositions couvrent les pratiques qui, ayant recours à toute forme de contrainte ou de harcèlement, ont pour conséquence d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. On y trouve la nouvelle notion d'influence injustifiée, définie à l'article 93 ainsi que d'autres éléments plus subjectifs.

punt 6 gewijzigd. De term «aangeprezen» werd verkozen boven «aangeboden», dat men aantreft in de richtlijn. De Engelse en de Franse versie verwijzen immers naar de notie van product of dienst «die het voorwerp hebben uitgemaakt van reclame». De Nederlandse versie van het artikel 94/8, 20° werd eveneens aangevuld.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerkingen van de Raad voor het Verbruik werden de punten 7, 8, 11 en 21 aangepast.

Het punt 14 van de bijlage bij de richtlijn werd niet overgenomen aangezien het de kettingverkoop viseert, wat reeds verboden is krachtens het artikel 84 van de WHPC. Dit artikel wordt regelmatig aangewend zowel door de hoven en rechtbanken als door de instanties belast met de controle op de wet. Toepassingscriteria, in overeenstemming met wat de richtlijn voorschrijft, hebben zich ontwikkeld. Teneinde de bescherming door dit artikel eveneens in de relaties tussen verkopers te kunnen waarborgen en in antwoord op de unanieme vraag van de Raad voor het Verbruik, is het artikel 84 in de wet van 14 juli 1991 behouden.

In het punt 18 werd het niet nuttig geacht de woorden «in het kader van een handelspraktijk» te hernemen zoals verduidelijkt in punt 19 van de bijlage bij de richtlijn, aangezien het toepassingsgebied van het artikel 94/8 precies de handelspraktijken viseert. Een dergelijke verduidelijking is overbodig.

Artikelen 24 tot 27

Onderafdeling 4

Agressieve handelspraktijken

De onderafdeling 4 zet de bepalingen van de richtlijn om met betrekking tot de agressieve handelspraktijken. De doelstelling is om de bijzonder ongezonde praktijken te viseren die de keuzevrijheid van de consument aanzienlijk beperken.

De artikelen 94/9 en 94/10 zetten integraal de artikelen 8 en 9 van de richtlijn om, die de criteria preciseren die toelaten het bestaan van agressieve praktijken vast te stellen. Deze bepalingen bestrijken de praktijken die, met gebruik van om het even welke vorm van dwang of lastig vallen, tot gevolg hebben dat de consument er toe gebracht wordt een commerciële beslissing te nemen die hij anders niet zou hebben genomen. Men vindt hier het begrip ongepaste beïnvloeding terug, zoals bepaald in artikel 93, alsmede andere meer subjectieve elementen.

Faisant suite à la remarque du Conseil d'État, la version néerlandaise de l'article 94/9 a été adaptée.

Malgré la remarque unanime du Conseil de la consommation concernant la référence aux «grossièretés verbales» que l'on trouve dans la version néerlandaise de l'article 9, b de la directive, la version néerlandaise de l'article 94/10, 2° n'a pas été modifiée. En effet ce critère ne se trouve pas dans les versions anglaises et françaises de la directive.

Par ailleurs, suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation concernant l'article 94/10, 4°, le texte de cet article a été modifié, tant en français qu'en néerlandais. En effet, la lecture des versions anglaises et néerlandaises laisse apparaître l'exigence d'obstacle non contractuel *onéreux* et non simplement important.

L'article 94/11 transpose les points 24 à 31 de l'annexe I de la directive, énonçant les pratiques commerciales agressives, réputées déloyales en toutes circonstances.

Afin de répondre à la remarque du Conseil d'État, les mots «die ertoe strekken» ont été préférés dans la version néerlandaise de la phrase introductive de l'article 94/11.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, la version initiale néerlandaise de l'article 94/11, 2° a été adaptée.

L'article 94/11, 3° fait référence aux dispositions nationales transposant les articles concernés des directives 97/7/CE relative à la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, 95/46/CE relative à la protection des personnes physique à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données et 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.

L'actuel article 29bis de la LPCC a transposé l'article 13 de la directive 2002/58/CE et règle de manière générale l'utilisation des techniques de communication à des fins publicitaires (et donc plus uniquement dans le cadre de la vente à distance). Cet article, suite aux modifications entraînées par la présente transposition, deviendra l'article 94/17. L'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information et ses arrêtés d'exécution ont

In gevolge de opmerking van de Raad van State werd de Nederlandse versie van het artikel 94/9 aangepast.

Ondanks de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik omtrent de verwijzing naar «mondelijke grofheden» die men in de Nederlandse versie van artikel 9, b, van de richtlijn terugvindt, werd de Nederlandse versie van artikel 94/10, 2° niet gewijzigd. Dit criterium komt immers niet voor in de Engelse en de Franse versies van de richtlijn.

Anderzijds werd, in gevolge de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik met betrekking tot het artikel 94/10, 4°, de tekst van dit artikel zowel in het Nederlands als het Frans aangepast. De lezing van de Engelse en de Nederlandse versies brengt immers de vereiste van een met zich kosten meebrengende en niet eenvoudigweg een aanzienlijke niet-contractuele belemmering naar voor.

Artikel 94/11 zet de punten 24 tot 31 van bijlage I van de richtlijn om die de agressieve handelspraktijken weergeven die in alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd.

Teneinde aan de opmerking van de Raad van State tegemoet te komen, genoten de woorden «die ertoe strekken» de voorkeur in de Nederlandse versie van de inleidingszin van het artikel 94/11.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik, werd de initiële Nederlandse versie van het artikel 94/11, 2°, aangepast.

Artikel 94/11, 3° verwijst naar de nationale bepalingen die de betrokken artikelen omzetten van de richtlijnen 97/7/EG betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten, 95/46/EG betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en 2002/58/EG betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie.

Het huidige artikel 29bis van de WHPC heeft het artikel 13 van de richtlijn 2002/58/EG omgezet en bevat een algemene regeling inzake het gebruik van communicatietechnieken voor reclamadoeleinden (en dus niet enkel meer in het kader van de verkoop op afstand). Dit artikel zal door de wijzigingen die de huidige omzetting meebrengt, het artikel 94/17 worden. Het artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de

déjà transposé ledit article 13 de cette directive pour ce qui concerne la publicité par courrier électronique. L'interdiction, mise en place par l'article 94/11, 3°, de se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, fax, courrier électronique, ou tout autre outil de communication à distance, s'entend sans préjudice de ces dispositions.

Suite à la remarque du Conseil d'État, l'article 94/11, 3°, est complété par les mots «sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle» qui figurent mutatis mutandis dans le point 26 de l'annexe I à la directive.

A titre d'exemple, on peut citer la loi du 7 novembre 2002 sur le recouvrement amiable des dettes du consommateur qui autorise, sous certaines conditions, les sollicitations répétées et non souhaitées, notamment par téléphone, en vue de faire exécuter une obligation contractuelle.

L'article 94/11, 5° transpose le point 28 de l'annexe I de la directive, qui fait référence à l'article 16 de la directive 89/552/CEE sur la radiodiffusion télévisuelle. Il étend à l'ensemble des média utilisés pour des communications commerciales le contenu du point b, de cet article 16. Celui-ci stipule en effet que «la publicité télévisée ne doit pas porter un préjudice moral ou physique aux mineurs et doit, de ce fait, respecter les critères suivants pour leur protection:

a) elle ne doit pas inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service, en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité;

b) elle ne doit pas inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services concernés;

c) elle ne doit pas exploiter la confiance particulière que les mineurs ont dans leurs parents, leurs enseignants ou d'autres personnes;

d) elle ne doit pas, sans motif, présenter des mineurs en situation dangereuse.»

Cet article a été transposé en droit belge par l'article 37 de la loi du 30 mars 1995 concernant les réseaux de distribution d'émissions de radiodiffusion et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale, par l'article 13 du décret de la Communauté française du 27 février 2003 sur la radiodiffu-

informatiemaatschappij en haar uitvoeringsbesluiten zetten het betrokken artikel 13 van deze richtlijn reeds om voor wat de reclame per elektronische post betreft. Het verbod, vervat in artikel 94/11, 3°, om hardnekkig en ongewenst aan te dringen per telefoon, fax, e-mail of andere communicatietechnieken op afstand, dient onverminderd deze bepalingen te worden gezien.

In gevolge de opmerking van de Raad van State is het artikel 94/11, 3°, aangevuld met de woorden «onverminderd de wettelijke of reglementaire bepalingen die dit toelaten om de uitvoering van een contractuele verplichting te verzekeren». Deze komen mutatis mutandis in het punt 26 van de bijlage I van de richtlijn voor.

Er kan bijvoorbeeld worden verwezen naar de wet van 20 december 2002 betreffende de minnelijke invordering van schulden van de consument. Deze wet laat onder bepaalde voorwaarden het ongewenst aandringen, onder meer per telefoon, toe, om een contractuele verbintenis te doen uitvoeren.

Artikel 94/11, 5° zet punt 28 van bijlage I van de richtlijn om, dat verwijst naar artikel 16 van de richtlijn 89/552/EEG inzake televisie-omroepactiviteiten. Het breidt de inhoud van punt b, van dit artikel 16 uit naar alle media die gebruikt worden voor commerciële boodschappen. Hierin wordt namelijk gesteld dat «televisie-reclame aan minderjarigen geen morele of fysieke schade mag berokkenen en daarom moet voldoen aan de volgende criteria voor hun bescherming:

a) zij mag minderjarigen niet rechtstreeks tot de aankoop van een bepaald product of dienst aanzetten door te profiteren van hun onervarenheid of hun goedgelovigheid;

b) zij mag minderjarigen er niet rechtstreeks toe aanzetten hun ouders of derden te overreden tot de aankoop van de betrokken producten of diensten;

c) zij mag niet profiteren van het bijzondere vertrouwen dat minderjarigen hebben in ouders, leerkrachten of andere personen;

d) zij mag minderjarigen niet zonder reden in gevaarlijke situaties tonen.»

Dit artikel werd in Belgisch recht omgezet door het artikel 37 van de wet van 30 maart 1995 betreffende de netten voor distributie voor omroepuitzendingen en de uitoefening van omroepactiviteiten in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad, door artikel 13 van het decreet van de Franse Gemeenschap van 27 februari 2003 be-

sion, par l'article 81 du décret de la Communauté flamande relatif à la radiodiffusion et à la télévision, coordonné le 25 janvier 1995 et par l'article 9 du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur la radiodiffusion et les représentations cinématographiques.

L'article 94/11, 7° correspond à l'interdiction visée par l'actuel article 23, 10°, LPCC. Il considère comme pratique agressive en toutes circonstances, le fait, pour le vendeur, de donner l'impression, à tort, que le consommateur a gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement de formalité, un prix ou un autre avantage équivalent alors qu'en fait soit le prix ou autre avantage équivalent n'existe pas, soit l'accomplissement de ladite formalité oblige le consommateur à verser de l'argent ou à supporter un coût. Par conséquent, les sweepstakes, déjà interdits par l'article 23, 10° LPCC, le resteront.

Le point 29 de l'annexe I de la directive n'a pas été repris car il vise les achats forcés, qui sont déjà interdits par l'article 76 de la LPCC. Cet article, qui comporte également sa sanction, est régulièrement utilisé, tant par les consommateurs que par les instances chargées du contrôle de la loi.

Articles 28 à 34

Section 5

Dispositions communes

La cinquième section fixe les dispositions communes aux pratiques commerciales entre vendeurs et à celles entre vendeurs et consommateurs.

L'article 94/12 reprend les articles 25 et 26 actuels de la loi. Ces dispositions relèvent des obligations d'information prévues par le nouvel article 94/7, § 4. Elles sont maintenues telles quelles car il a été jugé plus clair de conserver une obligation positive plutôt que de devoir faire référence aux obligations générales contenues dans l'article 94/7, § 4. En effet, l'indication des prix et des quantités dans les publicités ne peut être trompeuse par rapport à l'indication lors de l'offre en vente.

Les dispositions de l'actuel article 25 de la LPCC, concernant les produits préemballés en quantités préétablies, qui imposent de mentionner les quantités nominales du contenu des emballages, lorsque la publicité reprend leur prix, peuvent subsister. En effet, elles relè-

treffende de radio-omroep, door artikel 81 van het decreet van de Vlaamse Gemeenschap gecoördineerd op 25 januari 1995 betreffende de radio-omroep en de televisie, en door artikel 9 van het decreet van de Duitstalige Gemeenschap van 27 juni 2005 over de radio-omroep en de filmvoorstellingen.

Artikel 94/11, 7° stemt overeen met het verbod als bedoeld in het huidige artikel 23, 10°, WHPC. Hierin wordt in alle omstandigheden als agressief beschouwd het feit dat de verkoper bij de consument ten onrechte de indruk wekt dat hij, al dan niet mits het vervullen van een formaliteit, een prijs of enig gelijkwaardig voordeel heeft gewonnen of zal winnen, terwijl in werkelijkheid ofwel de prijs of enig ander gelijkwaardig voordeel niet bestaat ofwel het vervullen van de genoemde formaliteit de consument verplicht geld te storten of een kost te dragen. De nu reeds krachtens het artikel 23, 10°, WHPC verboden sweepstakes blijven dus verboden.

Punt 29 van bijlage I werd niet opgenomen omdat het de afgedwongen aankopen beoogt die reeds verboden zijn door artikel 76 van de WHPC. Dit artikel dat ook zijn sanctie bevat, wordt regelmatig gebruikt zowel door de consumenten als door de instanties die zijn belast met de controle van de wet.

Artikelen 28 tot 34

Afdeling 5

Gemeenschappelijke bepalingen

De vijfde afdeling legt de bepalingen vast die gemeenschappelijk zijn aan de handelspraktijken tussen verkopers en aan die tussen verkopers en consumenten.

Artikel 94/12 herneemt de huidige artikelen 25 en 26 van de wet. Deze bepalingen vallen onder de informatieverplichtingen zoals voorzien in het nieuwe artikel 94/7, § 4. Ze blijven als dusdanig behouden want er werd geoordeeld dat het duidelijker is een positieve verplichting te behouden, eerder dan te moeten verwijzen naar de algemene verplichtingen die vervat zijn in artikel 94/7, § 4. De aanduiding van de prijzen en van de hoeveelheden in de reclameboodschappen mag immers niet misleidend zijn t.o.v. de aanduiding in de tekoopaanbieding.

De bepalingen van het huidige artikel 25 van de WHPC betreffende voorverpakte producten in vooraf bepaalde hoeveelheden die opleggen de nominale hoeveelheden van de inhoud van de verpakkingen te vermelden wanneer de reclame de hun verkoopprijs her-

vent exactement de la notion d'invitation à l'achat et ont pour conséquence de garantir une information complète et exacte du consommateur. L'obligation de l'article 25 est reprise dans l'article 94/12, § 2, du présent projet.

L'indication du prix reprise dans la publicité ne peut prêter à confusion avec le prix qui est indiqué dans le magasin, lors de l'offre en vente. L'actuel article 26 précise que dès que la publicité fait état d'un prix ou d'une réduction de prix, elle doit l'indiquer conformément aux prescriptions des articles 3 et 4 LPCC, et le cas échéant de l'article 5 LPCC et des dispositions prises en application de l'article 6, 1 LPCC. Cette obligation a pour double objectif de garantir une information correcte et complète des consommateurs et de favoriser une concurrence loyale entre vendeurs. Par ailleurs, l'article 3, § 4, de la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs prévoit déjà l'obligation d'indiquer, dans les publicités qui comportent le prix de vente, le prix à l'unité de mesure. L'actuel article 26 LPCC transpose cette obligation.

Le considérant 14 de la directive sur les pratiques commerciales déloyales permet le maintien de ce type d'exigences puisqu'il précise que «L'approche adoptée dans la présente directive, qui consiste en une harmonisation complète, n'empêche pas les États membres de préciser dans leur droit national les principales caractéristiques de produits particuliers, (...), dont l'omission serait substantielle lors d'une invitation à l'achat».

L'article 94/13 transpose l'article 12 de la directive. Il reprend, en en élargissant la portée, l'actuel article 24 LPCC. La charge de la preuve de l'exactitude des données, des affirmations ou des données de fait vise l'ensemble des pratiques commerciales: non seulement toutes les publicités (publicité comparative, publicité entre vendeurs, publicité à l'égard des consommateurs) mais également toutes les pratiques commerciales (actions, omissions, conduites ou démarches) adressées aux consommateurs. Elle incombe non seulement à l'annonceur d'une publicité, qu'il soit producteur ou importateur, mais aussi au vendeur. Une pratique commerciale non publicitaire est donc également visée par cet article. La liste des données de fait reprise dans l'ancien article 24 n'est pas conservée dès lors qu'elle ne peut inclure toutes les pratiques commerciales déloyales envisagées.

neemt, kunnen blijven bestaan. Ze vallen immers helemaal onder het begrip uitnodiging tot aankoop en hebben tot gevolg de consument een volledige en correcte informatie te waarborgen. De verplichting van artikel 25 wordt hernomen in artikel 94/12, § 2, van dit ontwerp.

De prijsaanduiding opgenomen in de reclame mag niet tot verwarring leiden met de prijs die aangeduid is bij de tekoopaanbieding in de winkel. Het huidige artikel 26 preciseert dat, zodra de reclame gewag maakt van een prijs of van een prijsverlaging, dit moet gebeuren in overeenstemming met de voorschriften van de artikelen 3 en 4, en desgevallend van artikel 5 en van de bepalingen genomen bij toepassing van artikel 6, 1, WHPC. Deze verplichting heeft als dubbele doelstelling om enerzijds een correcte en volledige voorlichting van de consument te waarborgen en anderzijds een eerlijke concurrentie tussen verkopers te begunstigen. Daarenboven voorziet artikel 3, § 4, van de richtlijn 98/6/EG van het Europese Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten reeds in de verplichting om in de reclames waarin de verkoopprijs wordt vermeld, de prijs per meeteenheid aan te duiden. Het huidige artikel 26 WHPC zet deze verplichting om.

Overweging 14 van de richtlijn handelspraktijken laat het behoud van dat type van vereisten toe, aangezien erin gepreciseerd wordt dat «De in deze richtlijn gehanteerde aanpak van volledige harmonisatie niet belet dat de lidstaten in hun nationale wetgeving van bepaalde producten, (...) de hoofdkenmerken specificeren, die in een uitnodiging tot aankoop niet mogen worden weggelaten».

Artikel 94/13 zet artikel 12 van de richtlijn om. Het herneemt, op verruimde wijze, het huidige artikel 24 WHPC. De bewijslast omtrent de juistheid van de gegevens, van de beweringen of van de feitelijke gegevens betreft het geheel van de handelspraktijken: niet enkel alle reclames (vergelijkende reclame, reclame tussen verkopers, reclame ten aanzien van de consumenten), doch ook alle handelspraktijken (handelingen, weglatingen, gedragingen of benaderingswijzen) gericht naar de consumenten. Ze rust niet enkel op de adverteerder van een reclame, of het nu een producent of een invoerder is, maar ook op de verkoper. Een niet-publicitaire handelspraktijk wordt dus ook bedoeld door dit artikel. De lijst van feitelijke gegevens opgenomen in het vroegere artikel 24 wordt niet behouden, omdat ze niet alle voorggehouden oneerlijke handelspraktijken kan omvatten.

Faisant suite à la remarque du Conseil d'État, la version néerlandaise de l'article 94/13, § 2, 2° a été adaptée.

L'article 94/14, § 1^{er} reprend l'actuel article 24, § 3, de la loi tout en élargissant les éléments en fonction desquels les contrats et conditions de fourniture de produits et de services peuvent être interprétés. Ils peuvent être interprétés, non plus seulement en fonction de la publicité mais en fonction de tout type de messages publicitaires et de toutes pratiques commerciales en relation directe avec ceux-ci. En effet, lorsque ceux-ci ont pu avoir une incidence sur la décision du consommateur de conclure le contrat, ils doivent pouvoir être considérés comme des éléments de celui-ci. Cette disposition a pour objectif de permettre aux consommateurs victimes de pratiques déloyales d'obtenir, le cas échéant, un ajustement du contrat qu'ils ont pu conclure, influencés par les pratiques déloyales d'un vendeur.

Suite à la remarque du Conseil d'État, l'article 94/14, § 2, a été adapté. Il prévoit, pour les pratiques déloyales les plus graves énumérées dans les articles 94/8, 12°, 15° et 16° et 94/11, 1°, 2° et 7°, une protection concrète et rapide du consommateur qui en est victime. Cette sanction civile vise les conséquences contractuelles des pratiques commerciales déloyales: le remboursement du consommateur, sans obligation pour celui-ci de restituer le bien ou le service qui a fait l'objet du contrat.

Le droit commun prévoit l'annulation du contrat conclu suite à un dol ou à une erreur substantielle. L'examen de la liste et des critères de la directive permet de d'affirmer que lorsqu'un contrat a été conclu suite à une pratique commerciale déloyale, le consentement du consommateur a bien été vicié puisque les informations dont il avait besoin pour prendre sa décision soit ne lui ont pas été communiquées soit ont été faussées, dans le but de l'inciter à conclure le contrat.

Cependant la seule annulation du contrat, son ajustement ou une réévaluation du prix ne constituent pas un dédommagement du consommateur ni une réelle sanction pour le vendeur. La possibilité de conserver le bien ou le service fourni a dès lors pour objectif de permettre la réparation concrète et rapide du préjudice subi par le consommateur, victime d'une pratique commerciale déloyale. Cet article s'inspire de la sanction appliquée aux achats forcés.

Gevolg gevend aan de opmerking van de Raad van State, werd de Nederlandse versie van het artikel 94/13, § 2, 2°, aangepast.

Artikel 94/14, § 1 herneemt het huidige artikel 24, § 3 van de wet, maar de elementen in functie waarvan de overeenkomsten en leveringsvoorwaarden van producten en diensten kunnen worden geïnterpreteerd, worden uitgebreid. Ze kunnen niet enkel worden geïnterpreteerd op basis van de reclame, maar ook op basis van elk soort van reclameboodschap en elke handelspraktijk in direct verband ermee. Wanneer deze immers een weerslag kunnen gehad hebben op de beslissing van de consument om het contract te sluiten, moeten ze beschouwd worden als zulke elementen. Deze bepaling heeft tot doel om aan de consumenten, slachtoffer van oneerlijke praktijken, toe te laten desgevallend een contractsaanpassing te bekomen, ter wille van de omstandigheid dat het contract dat zij mochten afsluiten beïnvloed was door de oneerlijke praktijken van een verkoper.

In gevolge de opmerking van de Raad van State, werd het artikel 94/14, §2, aangepast. Het voorziet, voor wat betreft de ergste oneerlijke praktijken, opgesomd in de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, en 94/11, 1°, 2° en 7°, in een concrete en snelle bescherming van de consument die er het slachtoffer van is. Deze burgerlijke sanctie doelt op de contractuele gevolgen van deze oneerlijke handelspraktijken: de terugbetaling van de consument, zonder de verplichting voor hem het goed dat of de dienst die het voorwerp uitmaakt van het contract, terug te geven.

Het gemeen recht voorziet in een nietigverklaring van het contract dat is afgesloten ingevolge een misleiding of een substantiële vergissing. Het onderzoek van de lijst en van de criteria van de richtlijn laat toe te bevestigen dat, wanneer een contract is afgesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk, de instemming van de consument inderdaad gebrekkig is, daar de inlichtingen die hij nodig had om zijn beslissing te nemen, ofwel hem niet waren meegedeeld ofwel waren vervalst om hem aan te zetten het contract af te sluiten.

Nochtans vormen de enkele nietigverklaring van het contract, zijn aanpassing of een herziening van de prijs geen schadeloosstelling van de consument evenmin als een echte sanctie voor de verkoper. De mogelijkheid om het geleverde goed of de geleverde dienst te behouden heeft derhalve tot doel het concrete en snelle herstel van de schade toe te laten die de consument als slachtoffer van een oneerlijke handelspraktijk heeft geleden. Dit artikel volgt het voorbeeld van de sanctie bij de afgedwongen aankopen.

Cette sanction civile se place uniquement sous l'angle des conséquences économiques d'une pratique déloyale à l'égard du consommateur. Elle a pour principal objectif d'éviter aux consommateurs de devoir aller en justice pour obtenir l'annulation du contrat et l'indemnisation du préjudice qu'il a subi. Il ne faut pas perdre de vue que l'action en cessation de la LPCC ne le lui permet pas ce type de réparation.

Afin de garantir la sécurité juridique, cette sanction n'est applicable qu'aux pratiques citées aux articles 94/8, 12°, 15° et 16° et 94/11, 1°, 2° et 7° reprenant certaines pratiques des «listes noires». Cependant, la président du Tribunal de commerce pourra également l'ordonner, à la demande du consommateur, lorsqu'il constate une infraction aux articles 94/5 à 94/7, 94/8, 1° à 11°, 13° et 14°, 17° à 22°, 94/9 à 94/10 et 94/11, 3° à 6°, (pratiques déloyales déterminées par des critères généraux et certaines pratiques déloyales figurant dans les «listes noires».)

Deux critères ont été retenus:

1. Le lien entre la pratique déloyale et la conclusion du contrat. Le consommateur doit avoir été victime, au préalable, d'une pratique déloyale qui l'a amené à conclure ce contrat. Dès lors, un consommateur ne pourra pas ne pas respecter ses obligations contractuelles dans le seul but de bénéficier de cette sanction;

2. Le bénéfice de cette sanction ne peut être obtenu à n'importe quel moment: ce n'est que dans un délai raisonnable à partir du moment où le consommateur a eu connaissance de la pratique déloyale ou aurait dû en avoir connaissance qu'il pourra la demander.

Lorsque le contrat porte sur des services de longue durée ou échelonnés dans le temps, seul le service fourni entre le moment de la conclusion du contrat et sa résiliation, avec remboursement des sommes versées par le consommateur, lui restera acquis.

Une telle sanction civile se veut principalement dissuasive, comme le prévoit l'article 13 de la directive.

L'article 94/15 reprend l'actuel article 28 de la loi. Cette disposition est conforme à l'article 30 du Traité instituant la Communauté européenne. Les interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit, justifiées par des raisons notamment de sécurité publique,

Deze burgerlijke sanctie plaatst zich enkel onder de invalshoek van de economische gevolgen van een oneerlijke praktijk ten aanzien van de consument. Zij heeft tot voornaamste doel voor de consument te vermijden dat hij naar het gerecht moet stappen om de vernietiging van het contract en de vergoeding van de schade die hij heeft geleden, te bekomen. Men mag niet uit het oog verliezen dat de vordering tot staking van de WHPC hem geen derlijke wijze van herstel biedt.

Om de rechtszekerheid te verzekeren is deze sanctie slechts van toepassing op de praktijken die zijn opgesomd onder de artikelen 94/8, 12°, 15°, en 16°, en 94/11, 1°, 2° en 7°, die bepaalde praktijken van de «zwarte lijsten» hernemen. Nochtans zal de rechter ze op vraag van de consument eveneens kunnen bevelen, wanneer hij een inbreuk vaststelt op de artikelen 94/5 tot en met 94/7, 94/8, 1° tot en met 11°, 13° en 14°, 17° tot en met 22°, 94/9 tot en met 94/10, en 94/11, 3° tot en met 6°, (oneerlijke praktijken vastgesteld door algemene criteria en bepaalde praktijken die voorkomen in de «zwarte lijsten».)

Twee criteria zijn weerhouden geworden:

1. Het verband tussen de oneerlijke praktijk en het afsluiten van het contract. De consument moet voorafgaandelijk het slachtoffer zijn geweest van een oneerlijke praktijk die hem er heeft toe gebracht het contract af te sluiten. Derhalve zal het de consument niet mogelijk zijn zijn contractuele verplichtingen niet na te leven, met als enig doel te genieten van deze sanctie;

2. Het voordeel van deze sanctie kan niet op om het even welk ogenblik worden bekomen: de consument zal ze slechts kunnen vragen binnen een redelijke termijn vanaf het ogenblik dat hij kennis heeft gekregen van de oneerlijke praktijk of dat hij er kennis had moeten van hebben.

Wanneer het contract slaat op diensten van lange duur of gespreid in de tijd, zal enkel de dienst die werd ge-presteerd tussen het ogenblik van de afsluiting van het contract en zijn ontbinding, met terugbetaling van de reeds door de consument gestorte sommen, hem verworven blijven.

Een dergelijke burgerlijke sanctie wil vooral ontradend zijn, zoals artikel 13 van de richtlijn het voorziet.

Artikel 94/15 herneemt het huidige artikel 28 van de wet. Die bepaling is in overeenstemming met artikel 30 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap. De verboden of beperkingen van invoer, uitvoer of doorvoer, die zijn gerechtvaardigd om redenen van

de protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux ou de préservation des végétaux peuvent être adoptées par un État membre si elles ne constituent pas un moyen de discrimination arbitraire ni une restriction déguisée dans le commerce entre les États membres.

Par conséquent, le Roi peut interdire ou restreindre la publicité pour certains produits ou services, dès lors que des raisons de protection de la sécurité des consommateurs, au sens de l'article 30 du Traité CE, le justifieraient.

La possibilité pour le Roi de déterminer les mentions minimales de la publicité, en vue d'une meilleure information du consommateur est également maintenue, même si cette disposition semble donner au Roi un pouvoir qui dépasserait les mesures prévues par la directive sur les pratiques commerciales déloyales. En effet, en tant que loi générale, il est régulièrement fait recours aux délégations que la LPCC contient pour transposer des dispositions européennes spécifiques relatives à l'information du consommateur. C'est au niveau du contenu des arrêtés qui pourront être pris sur base de cet article, que la question de l'adéquation au droit européen devra être examinée.

En outre, pour les matières exclues du champ d'application de la directive par son article 3, cette possibilité doit pouvoir subsister. On peut citer, à titre d'exemple, les services financiers, exclus de la directive par son article 3, 9, pour lesquels les États membres peuvent imposer, en matière de publicité, des exigences plus restrictives ou rigoureuses que ce qui est prévu par la directive. Dès lors, un arrêté royal prescrivant les mentions minimales de la publicité pour les services financiers pourrait être adopté, sans entrer pour autant en contradiction avec les règles de droit européen.

L'article 94/16, relatif à la Commission pour l'étiquetage et la publicité écologique, reprend l'actuel article 29 de la LPCC.

L'article 94/17 reprend, sans modifications, l'actuel article 29*bis* de la loi, transposant certaines dispositions de la directive 2002/65/CE, concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et de la directive 2002/58/CE, concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.

Cet article a été inséré dans la LPCC par la loi du 24 août 2005 visant à transposer certaines dispositions

onder meer openbare veiligheid, bescherming van de gezondheid en het leven van personen en dieren of behoud van planten, kunnen door een lidstaat worden aangenomen als ze geen middel tot willekeurige discriminatie of een verkapte beperking van de handel tussen de lidstaten vormen.

Bijgevolg kan de Koning de reclame voor sommige producten of diensten verbieden of beperken voor zover redenen van bescherming van de consumenten, in de zin van artikel 30 van het Verdrag van de EG, dit zouden rechtvaardigen.

De mogelijkheid voor de Koning om de minimale vermeldingen van de reclame te bepalen met het oog op een betere voorlichting van de consument blijft eveneens behouden, zelfs indien deze bepaling de Koning een bevoegdheid lijkt te geven die de maatregelen als bepaald in de richtlijn oneerlijke handelspraktijken zou overtreffen. In haar hoedanigheid van algemene wet wordt er regelmatig toevlucht genomen tot de delegaties die de WHPC bevat om specifieke Europese bepalingen ter voorlichting van de consument om te zetten. De vraag naar de afstemming op het Europees recht moet worden onderzocht op het vlak van de inhoud van de besluiten die zullen kunnen worden genomen op basis van dit artikel.

Bovendien dient deze mogelijkheid te blijven bestaan voor materies die door het artikel 3 van het toepassingsgebied van de richtlijn worden uitgesloten. Bij wijze van voorbeeld kunnen de financiële diensten, van de richtlijn door zijn artikel 3, 9, uitgesloten worden geciteerd, waarvoor de Lidstaten inzake reclame restrictiever of strengere eisen kunnen stellen dan wat voorzien is door de richtlijn. Bijgevolg zou een koninklijk besluit kunnen worden aangenomen dat minimale vereisten voor de reclame van financiële diensten vaststelt, zonder in strijd te zijn met de regels van Europees recht.

Artikel 94/16 betreffende de Commissie voor milieu-reclame en milieuetikettering neemt het huidige artikel 29 van de WHPC over.

Artikel 94/17 herneemt het huidige artikel 29*bis* van de wet dat omzetting geeft aan een aantal bepalingen van de richtlijn 2002/65/EG betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten en van de richtlijn 2002/58/EG betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie.

Dit artikel werd in de WHPC ingevoegd door de wet van 24 augustus 2005 tot omzetting van verschillende

de la directive services financiers à distance et de la directive vie privée et communications électroniques (M.B., 31.08.2005).

Dans l'exposé des motifs de cet article (Doc. Parl. Ch. 51, 1776/001), il est précisé que «L'article 29*bis* entend encadrer, en particulier, l'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine (automates d'appel) et de télécopieurs à des fins de publicité. Pour pouvoir adapter facilement l'arsenal juridique à l'évolution technologique, il est prévu que le Roi peut étendre ces règles à d'autres techniques de communication». La formulation suggérée par le Conseil d'État a donc été suivie.

Il est prévu au second alinéa de l'article 29*bis* que le principe de l'opt in pour les techniques de communication citées au premier alinéa ne s'applique pas lorsqu'il s'agit de publicité destinée aux personnes morales. Comme le Conseil d'État le suggère à juste titre, cela vaut aussi bien pour les techniques de communication citées expressément au premier alinéa (les systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et le fax), que pour les techniques de communication à fixer éventuellement par arrêté royal. Pour la formulation des §§ 1^{er}, alinéa 2, 2 et 4, la proposition de texte du Conseil d'État a dès lors été reprise.

Article 35

L'article 95, alinéa 2, est modifié afin de tenir compte de la nouvelle numérotation lors de la référence à un article. L'action en cessation peut porter non seulement sur les publicités entre vendeurs mais également sur les pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs qui constituent des infractions à la LPCC.

Article 36

L'article 97*bis* reprend l'actuel article 27 de la loi. Il est désormais placé de manière plus adéquate dans le chapitre VIII relatif à l'action en cessation.

Lorsque l'action en cessation porte sur une publicité, celle-ci ne peut être intentée du chef de manquement aux dispositions des articles 94/1 (publicité comparative), 94/2 (publicité entre vendeurs) et 94/5 (pratiques commerciales déloyales) qu'à charge de l'annonceur, qui peut être tant le producteur que le distributeur.

bepalingen van de richtlijn financiële diensten op afstand en van de richtlijn privacy elektronische communicatie (B.S., 31.08.2005).

In de memorie van toelichting op dit artikel (Parl. St. Kamer 51, 1776/001), werd verduidelijkt dat «artikel 29*bis* in het bijzonder het gebruik van automatische oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst (oproepautomaten) en van faxen voor reclame in goede banen wil leiden. Om het juridisch arsenaal soepel aan de technologische evolutie aan te kunnen passen, wordt erin voorzien dat de Koning deze regels kan uitbreiden tot andere communicatietechnieken.». De formulering, voorgesteld door de Raad van State, werd dus gevolgd.

In het tweede lid van artikel 29*bis* wordt gesteld dat het opt in- principe voor de in het eerste lid genoemde communicatietechnieken niet van toepassing is indien het gaat om reclame gericht tot rechtspersonen. Zoals de Raad van State terecht suggereert, geldt dit zowel voor de in het eerste lid expliciet vernoemde communicatietechnieken (geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en fax), als voor de eventueel bij Koninklijk Besluit vast te stellen communicatietechnieken. Voor de formulering van de §§ 1, tweede lid, 2 en 4 werd bijgevolg het tekstvoorstel van de Raad van State overgenomen.

Artikel 35

Artikel 95, 2^{de} lid, wordt gewijzigd om bij verwijzing naar een artikel rekening te houden met de nieuwe nummering. De vordering tot staking kan niet enkel betrekking hebben op de reclames tussen verkopers maar ook op de oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten die overtredingen op de WHPC vormen.

Artikel 36

Artikel 97*bis* neemt het huidige artikel 27 van de wet over. Het is voortaan op een beter gepaste manier ondergebracht in hoofdstuk VIII betreffende de vordering tot staking.

Wanneer de vordering tot staking slaat op een reclame, kan ze, omwille van tekortkoming aan de bepalingen van de artikelen 94/1 (vergelijkende reclame), 94/2 (reclame tussen verkopers) en 94/5 (oneerlijke handelspraktijken), enkel maar tegen de adverteerder worden ingesteld, die zowel de producent als de verdeler kan zijn.

Article 37

L'article 98 de la LPCC est modifié afin de tenir compte de la nouvelle numérotation lors de la référence à un article.

Par ailleurs, la directive impose en son article 11, 1, alinéa 2, de permettre également aux concurrents, vendeurs et/ou organisations professionnelles, d'intenter une action en justice, afin de lutter plus efficacement contre les pratiques commerciales déloyales. Dès lors, la limitation d'agir pour les groupements professionnels ou interprofessionnels lorsque l'acte visé relève des pratiques contraires aux usages honnêtes à l'égard des consommateurs, prévue par l'article 98, 3° LPCC, est supprimée.

Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, le liminaire de l'article 37 a été adapté.

Article 38

L'article 101, alinéa 1^{er}, de la loi est modifié afin de tenir compte de la nouvelle numérotation lors de la référence à un article.

Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, l'article 38 a été adapté.

Article 39

L'article 102 LPCC sanctionne pénalement certains manquements aux dispositions de la loi.

L'actuel article 94*bis* est devenu l'article 39*bis*. L'article 102, 3°, est dès lors modifié afin de tenir compte de la nouvelle numérotation. Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, le liminaire de l'article 39 a été adapté.

Au vu de la gravité de leurs conséquences sur le comportement économique du consommateur, il est nécessaire que les pratiques commerciales déloyales soient sanctionnées pénalement. La directive impose en effet de prévoir des sanctions efficaces, proportionnées et dissuasives.

La pratique a démontré qu'en ce qui concerne certaines infractions à la LPCC, non sanctionnées pénalement, comme les publicités trompeuses par exemple, un ordre de cessation prononcé par le Président du Tribunal de commerce est peu adapté. En effet, celui-ci

Artikel 37

Artikel 98 van de WHPC wordt gewijzigd om bij verwijzing naar een artikel rekening te houden met de nieuwe nummering.

Bovendien, legt de richtlijn in artikel 11, 1, tweede lid op, ook aan concurrenten, verkopers en/of beroepsorganisaties een rechtsvordering in te stellen, om meer doeltreffend te kunnen strijden tegen oneerlijke handelspraktijken. Derhalve wordt de beperking die enkel de beroeps- of interprofessionele verenigingen toelaat om te ageren wanneer de bedoelde handeling onder de praktijken strijdig met de eerlijke handelsgebruiken valt en zoals voorzien in artikel 98, 3°, WHPC, opgeheven.

In gevolge de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd de inleidende zin van artikel 37 aangepast.

Artikel 38

Artikel 101, 1^{ste} lid, van de wet wordt gewijzigd om bij verwijzing naar een artikel rekening te houden met de nieuwe nummering.

In gevolge de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd het artikel 38 aangepast.

Artikel 39

Artikel 102 WHPC sanctionneert bepaalde overtredingen op de wetsbepalingen strafrechtelijk.

Het huidige artikel 94*bis* is het artikel 39*bis* geworden. Artikel 102, 3°, wordt bijgevolg gewijzigd om rekening te houden met de nieuwe nummering. In gevolge de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd de begintekst van artikel 39 aangepast.

Het is nodig de oneerlijke handelspraktijken, gezien de ernst van hun gevolgen op het economische gedrag van de consument, strafrechtelijk te bestraffen. De richtlijn legt inderdaad op om te voorzien in doeltreffende, evenredige en ontradende sancties.

De praktijk heeft uitgewezen dat wat bepaalde inbreuken op de WHPC betreft, niet strafrechtelijk gesanctioneerd, zoals bijvoorbeeld de misleidende reclame, een vordering tot staking uitgesproken door de Voorzitter van de Rechtbank van Koophandel weinig aangepast is. Een

survient généralement à posteriori, une fois les effets dévastateurs de l'infraction réalisés. De même, pour ces infractions, des poursuites pénales ne peuvent survenir qu'en application de l'article 103 LPCC, c'est à dire en cas de mauvaise foi. Celle-ci est le plus souvent acquise lorsque, malgré les conclusions de la procédure d'avertissement, qui constate l'existence de l'infraction et demande au contrevenant d'y mettre fin (art. 101 LPCC), celui-ci poursuit la pratique incriminée.

Sanctionner pénalement les infractions à l'interdiction des pratiques commerciales déloyales permettra l'intervention rapide des instances chargées du contrôle et de la constatation des infractions à la LPCC et garantira ainsi une meilleure protection des consommateurs. Non seulement le vendeur indélicat devra y mettre fin immédiatement mais il sera également directement sanctionné. En outre le risque qu'il recommence sera fortement réduit.

En pratique, la procédure pénale initiée dans le cadre des infractions aux articles 102 et 105 LPCC dépasse rarement le stade de la procédure administrative. En effet, une fois l'infraction constatée, la Direction générale Contrôle et Médiation du SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, propose au contrevenant, en application de l'article 116 LPCC, le paiement d'une somme qui éteindra l'action publique. Le montant de ces amendes transactionnelles est fixé par l'arrêté royal du 27 avril 1993 relatif au règlement transactionnel des infractions à la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. Il doit être compris entre 25 et 25 000 euro, à charge pour l'administration d'en apprécier le montant en fonction, notamment, de la gravité de l'infraction, des conséquences que celle-ci a pu avoir sur le consommateur ou de l'importance économique de l'entreprise responsable. En général, ce n'est que si celle-ci refuse le règlement transactionnel ou ne paie pas dans le délai prévu, que le dossier sera transmis au Parquet. Il peut toutefois exister des cas où le dossier sera directement transmis au Parquet (récidive, gravité particulière de l'infraction ou de ses conséquences, etc...).

Le caractère dissuasif des sanctions pénales dans le domaine des pratiques commerciales déloyales constitue dès lors un moyen indispensable pour garantir le respect des interdictions édictées par les articles 94/5, 94/8 et 94/11.

Le nouvel article 102, 6bis, prévoit désormais une sanction pénale en cas d'infraction à l'article 76 (achats

dergelijke vordering komt immers in het algemeen a posteriori, eens de schadelijke gevolgen van de inbreuk zich gerealiseerd hebben. Daarnaast kan een strafrechtelijke vervolging op deze inbreuken pas bij toepassing van het artikel 103 WHPC, dit wil zeggen in geval van kwade trouw. Dit doet zich het meest voor als, ondanks de besluiten van een waarschuwingsprocedure waarbij het bestaan van een inbreuk vastgesteld wordt en de overtreder gevraagd wordt er een einde aan te maken (art. 101 WHPC, deze de geïncrimineerde praktijk toch verder zet.

Een strafrechtelijke sanctie op de inbreuken op het verbod van oneerlijke handelspraktijken zal een snelle tussenkomst van de instanties belast met de controle en de vaststelling van inbreuken op de WHPC mogelijk maken, en een betere bescherming van de consumenten garanderen. Niet enkel zal de oneerlijke verkoper er direct een einde aan moeten stellen, hij zal ook direct gesanctioneerd kunnen worden. Bovendien wordt het risico van herhaling sterk verminderd.

In de praktijk overschrijdt de strafprocedure in het kader van inbreuken op de artikelen 102 tot 105 zelden de fase van de administratieve procedure. Eens de inbreuk vastgesteld wordt stelt de Algemene Directie van de FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie de overtreder immers de betaling van een som voor waarvan de betaling de strafvordering doet vervallen, en dit bij toepassing van het artikel 116 van de WHPC. Het bedrag van deze minnelijke boete is vastgesteld krachtens het koninklijk besluit van 27 april 1993 betreffende de minnelijke schikking bij inbreuken op de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument. Het gaat van 25 tot 25 000 euro, waarbij de administratie belast is dit bedrag te beoordelen in functie van, in het bijzonder, de ernst van de inbreuk, de gevolgen die deze kan hebben voor de consument, of het economische belang van de verantwoordelijke onderneming. In het algemeen is het enkel indien deze de minnelijke regeling weigert of niet binnen de voorziene termijn betaalt, dat het dossier aan het Parket zal worden overgemaakt. In sommige gevallen zal het dossier echter direct aan het Parket worden overgemaakt (recidive, bijzondere ernst van de inbreuk of van haar gevolgen, enz. ...).

Het ontradend karakter van de strafsancities in het domein van de oneerlijke handelspraktijken is dus een noodzakelijk middel om de naleving van de verboden gesteld door de artikelen 94/5, 94/8 en 94/11 te verzekeren.

Het nieuwe artikel 102, 6bis, voorziet in een strafrechtelijke sanctie in geval van inbreuk op artikel 76 (af-

forcés), en complément des possibilités déjà prévues de non-paiement et de non-restitution. La pratique des achats forcés est considérée par la directive comme constituant une pratique commerciale déloyale. Il y a dès lors lieu de la sanctionner pénalement, au même titre que les autres pratiques déloyales.

L'actuel article 102, 6*bis* relatif aux contrats à distance devient l'article 102, 6*ter*.

L'article 102, 8°, qui reprenait une sanction pénale pour l'usage de lettre de change (devenu l'article 39*bis* dans la cadre du présent projet) est remplacé de manière à prévoir des sanctions pénales pour les infractions aux articles interdisant les pratiques commerciales déloyales. Y sont reprises les infractions aux:

- Article 94/5, §§ 1 et 3, relatif à l'interdiction générale des pratiques commerciales déloyales;
- Article 94/8 relatif aux pratiques commerciales trompeuses, déloyales en toutes circonstances;
- Article 94/11 relatif aux pratiques commerciales agressives, déloyales en toutes circonstances.

L'article 102 ne s'applique pas aux articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°. Ces articles visent des pratiques particulièrement graves et dangereuses. Elles sont dès lors sanctionnées par une peine plus forte, comprenant la possibilité d'un emprisonnement, prévue à l'article 105.

Article 40

L'actuel article 93 est devenu l'article 94/3. L'article 103, est modifié afin de tenir compte de la nouvelle numérotation. Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, le liminaire de l'article 40 a été adapté.

Article 41

L'article 105 prévoit des peines plus lourdes qui comprennent l'emprisonnement pour certaines infractions particulièrement graves.

Par ailleurs, ces peines plus lourdes sont désormais prévues pour des pratiques commerciales déloyales particulièrement graves. C'est le cas des infractions à l'interdiction reprise à l'articles 94/8, 12°, 15° et 16°, et à l'article 94/11, 1°, 2° et 7°.

gedwongen aankopen), als aanvulling op de reeds voorziene mogelijkheden van niet-betaling en niet-restitutie. De praktijk van de afgedwongen aankopen wordt door de richtlijn als zijnde een oneerlijke handelspraktijk beschouwd. Ze dient dus, net zoals de andere oneerlijke praktijken, strafrechtelijk gesanctioneerd te worden.

Het huidige artikel 102, 6*bis* betreffende de overeenkomsten op afstand wordt het artikel 102, 6*ter*.

Artikel 102, 8°, dat een strafrechtelijke sanctie hernam voor het gebruik van de wisselbrief (artikel 39*bis* geworden in het kader van het voorliggende ontwerp), wordt vervangen om in strafrechtelijke sancties te voorzien voor de inbreuken op de artikelen waarbij de oneerlijke handelspraktijken worden verboden. Zijn erin opgenomen de inbreuken op:

- Artikel 94/5, §§ 1 en 3, betreffende het algemene verbod op oneerlijke handelspraktijken;
- Artikel 94/8 betreffende misleidende handelspraktijken die in alle omstandigheden oneerlijk zijn;
- Artikel 94/11 betreffende agressieve handelspraktijken die in alle omstandigheden oneerlijk zijn.

Artikel 102 is niet van toepassing op de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7°. Deze artikelen beogen bijzonder ernstige en gevaarlijke praktijken. Bijgevolg worden zij gesanctioneerd met een zwaardere straf, waaronder de mogelijkheid van een gevangenisstraf, voorzien in artikel 105.

Artikel 40

Het huidige artikel 93 is het artikel 94/3 geworden. Artikel 103, wordt gewijzigd om rekening te houden met de nieuwe nummering. In gevolge de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd de begintekst van artikel 40 aangepast.

Artikel 41

Artikel 105 voorziet in zwaardere straffen, waaronder een gevangenisstraf voor sommige bijzonder zware overtredingen.

Bovendien zijn deze zwaardere straffen voortaan voorzien voor bijzonder ernstige, oneerlijke handelspraktijken. Dit is het geval voor de inbreuken op het verbod opgenomen in de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, en in artikel 94/11, 1°, 2° en 7°.

Faisant suite à la remarque du Conseil d'État, la version néerlandaise de l'article 41 a été adaptée.

Article 42

La loi du 14 juillet 1991 a déjà fait l'objet de nombreuses modifications depuis son entrée en vigueur. La dernière en date, qui transposait la directive 2002/65/CE concernant la commercialisation à distance des services financiers auprès des consommateurs et la directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de vie privée dans le secteur des communications électronique, a introduit de nombreux nouveaux articles. Le présent projet de loi en ajoute également beaucoup, ce qui compliquera grandement la lecture du texte. Il est dès lors donné au Roi le pouvoir de coordonner la LPCC, afin de revenir à une meilleure structure du texte légal.

Article 43

L'article 43 du présent projet abroge les dispositions de la loi qui sont remplacées par les nouveaux articles.

Le chapitre IV de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, comprenant les articles 22 à 29*bis*, qui s'applique tant aux publicités entre vendeurs qu'à celles destinées aux consommateurs, est repris dans le présent projet de loi. Les pratiques des vendeurs à l'égard des consommateurs font l'objet de la section 4 du nouveau chapitre VII. La réglementation applicable aux publicités entre vendeurs est reprise dans la section 3 du même chapitre.

Faisant suite à la remarque d'ordre légistique du Conseil d'État, l'article 43, 1°, a été adapté.

L'article 85 LPCC est visé par l'article 94/6, 3°, nouveau.

Article 44

Afin de laisser aux professionnels le temps d'adapter leurs pratiques commerciales et campagnes publicitaires à ses nouvelles règles, la directive sur les pratiques commerciales déloyales prévoit une période transitoire

Gevolg gevend aan de opmerking van de Raad van State, werd de Nederlandse versie van het artikel 41 aangepast.

Artikel 42

De wet van 14 juli 1991 heeft reeds het voorwerp uitgemaakt van veelvuldige wijzigingen sinds haar inwerkingtreding. De laatste in datum, die omzetting gaf aan de richtlijn 2002/65/EG betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten en aan de richtlijn 2002/58/EG betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie, heeft tal van nieuwe artikelen ingevoerd. Het voorliggende wetsontwerp voegt er ook veel aan toe, wat het lezen van de tekst in hoge mate zal bemoeilijken. Daarom wordt aan de Koning de bevoegdheid verleend om de WHPC te coördineren om opnieuw tot een betere structuur van de wettekst te komen.

Artikel 43

Artikel 43 van het huidig ontwerp heft de bepalingen van de wet op die vervangen worden door de nieuwe artikelen.

Hoofdstuk IV van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, dat de artikelen 22 tot 29*bis* omvat en dat zowel van toepassing is op de reclameboodschappen tussen verkopers als op die welke gericht zijn naar de consumenten, is hernomen in voorliggende wetsontwerp. De praktijken van verkopers jegens consumenten vallen onder afdeling 4 van het nieuwe hoofdstuk VII. De reglementering die toepasselijk is op reclames tussen verkopers is opgenomen in afdeling 3 van hetzelfde hoofdstuk.

Gevolg gevend aan de opmerking van legistieke aard van de Raad van State, werd het artikel 43, 1°, aangepast.

Artikel 85 WHPC wordt bedoeld in het nieuwe artikel 94/6, 3°.

Artikel 44

Teneinde de professionelen de tijd te geven om hun handelspraktijken en commerciële campagnes aan de nieuwe regels aan te passen, voorziet de richtlijn oneerlijke handelspraktijken in een overgangstermijn van

de 6 mois. De la même manière, celle-ci est reprise dans le cadre de sa transposition.

Faisant suite à la remarque unanime du Conseil de la consommation, le projet a été adapté afin de correspondre au délai repris dans le présent exposé des motifs.

*Pour la ministre de la Protection de la Consommation,
absente, le ministre de la Mobilité,*

Renaat LANDUYT

Le ministre de l'Economie,

Marc VERWILGHEN

La ministre des Classes moyennes,

Sabine LARUELLE

6 maanden. Deze wordt in dezelfde zin overgenomen in het kader van haar omzetting.

Gevolg gevend aan de unanieme opmerking van de Raad voor het Verbruik, werd het ontwerp aangepast en in overeenstemming gebracht met de termijn die in deze memorie van toelichting is hernomen.

*Voor de minister van Consumentenzaken,
Afwezig, de minister van Mobiliteit,*

Renaat LANDUYT

De minister van Economie,

Marc VERWILGHEN

De minister van Middenstand,

Sabine LARUELLE

AVANT-PROJET DE LOI**soumis à l'avis du Conseil d'État****Avant-projet de loi modifiant la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur****Article 1^{er}**

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Elle transpose les dispositions de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.

Art. 2

Un article 39*bis*, rédigé comme suit, est inséré dans la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur:

«Art. 39*bis*. — Sans préjudice de réglementations particulières qui l'autorisent expressément, il est interdit au vendeur de faire signer par le consommateur une lettre de change pour se faire promettre ou se faire garantir le paiement des engagements de celui-ci.».

Art. 3

L'intitulé du chapitre VII de la même loi est remplacé par l'intitulé suivant:

«Chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales».

Art. 4

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 1^{ère}, comprenant l'article 93, avec l'intitulé suivant:

«Section 1^{ère} - Définitions».

VOORONTWERP VAN WET**onderworpen aan het advies van de Raad van State****Voorontwerp van wet tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument****Artikel 1**

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Ze zet de bepalingen van de richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad om.

Art. 2

In de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument wordt een artikel 39*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 39*bis*. — Onverminderd bijzondere reglementeringen die het uitdrukkelijk toelaten, is het aan de verkoper verboden de consument een wisselbrief ter ondertekening voor te leggen om deze laatste de betaling van zijn verplichtingen te laten beloven of waarborgen.».

Art. 3

Het opschrift van hoofdstuk VII van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken».

Art. 4

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling I ingevoegd, die artikel 93 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 1 – Definities».

Art. 5

L'article 93, de la même loi, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 93. — Pour l'application du présent chapitre, il faut entendre par:

1° consommateur: toute personne physique qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché;

2° produits: les biens meubles corporels, les biens immeubles, les droits et les obligations;

3° publicité: toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre;

4° publicité comparative: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des produits ou services offerts par un concurrent;

5° pratiques commerciales: toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un vendeur, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de produits ou de services aux consommateurs;

6° altération substantielle du comportement économique des consommateurs: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement;

7° code de conduite: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposés par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des vendeurs qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité;

8° diligence professionnelle: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le vendeur est raisonnablement censé faire preuve dans son domaine d'activité vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale;

9° invitation à l'achat: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit ou du service et son prix de façon appropriée en fonction du moyen utilisé pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat;

10° influence injustifiée: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative;

Art. 5

Artikel 93 van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Art. 93. — Voor de toepassing van dit hoofdstuk moet worden verstaan onder:

1° consument: iedere natuurlijke persoon die, uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden, op de markt gebrachte producten of diensten verwerft of gebruikt;

2° producten: lichamelijke roerende zaken, onroerende goederen, rechten en verplichtingen;

3° reclame: elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten of diensten te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen;

4° vergelijkende reclame: elke vorm van reclame waarbij een concurrent of de door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd;

5° handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een verkoper, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van producten of diensten aan consumenten;

6° het economische gedrag van consumenten wezenlijk verstoren: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

7° gedragscode: een overeenkomst of een aantal niet bij wettelijke, reglementaire of bestuursrechtelijke bepalingen voorgeschreven regels waarin wordt vastgesteld hoe verkopers die zich aan de code binden, zich moeten gedragen met betrekking tot één of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

8° professionele toewijding: het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een verkoper ten aanzien van de consument mag worden verwacht, overeenkomstig de eerlijke handelsgebruiken;

9° uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product of de dienst op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen;

10° ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie ten aanzien van de consument om, zelfs zonder gebruik van of dreiging met fysiek geweld, druk uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt;

11° décision commerciale: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel, de conserver, de se défaire ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit ou le service, qu'elle l'ait amené soit à agir, soit à s'abstenir d'agir.».

Art. 6

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 2, comprenant l'article 94/1, avec l'intitulé suivant:

«Section 2 - De la publicité comparative».

Art. 7

L'article 94, de la même loi, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 94/1. — La publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites, en ce qui concerne la comparaison:

1° elle n'est pas trompeuse au sens des articles 94/2, 1° à 5°, 94/6 à 94/8;

2° elle compare des produits ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;

3° elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces produits et services, dont le prix peut faire partie;

4° elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;

5° elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits, services, activités ou situations d'un concurrent;

6° pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;

7° elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;

8° elle ne présente pas un produit ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un produit ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

11° besluit over een transactie: elk door een consument genomen besluit over de vraag of, en, zo ja, hoe en op welke voorwaarden hij een product koopt, geheel of gedeeltelijk betaalt, behoudt of van de hand doet, of een contractueel recht uitoefent in verband met het product of de dienst, ongeacht of de consument wel of niet tot handelen overgaat.».

Art. 6

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 2 ingevoegd, die artikel 94/1 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 2 - Vergelijkende reclame».

Art. 7

Artikel 94 van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Art. 94/1. — Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd op voorwaarde dat deze:

1° niet misleidend is in de zin van de artikelen 94/2, 1° tot 5°, 94/6 tot 94/8;

2° producten of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;

3° op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze producten en diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, met elkaar vergelijkt;

4° er niet toe leidt dat op de markt de adverteerder met een concurrent, of de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten van de adverteerder met die van een concurrent worden verward;

5° niet de goede naam schaadt van of zich kleinerend uitlaat over de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;

6° voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;

7° geen oneerlijk voordeel haalt uit de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken, van een concurrent of van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten;

8° producten of diensten niet voorstelt als een imitatie of namaak van producten of diensten met een beschermd handelsmerk of beschermde handelsnaam.

§ 2. Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des produits ou services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

§ 3. Est interdite toute publicité comparative qui ne respecte pas les conditions fixées aux §§ 1^{er} et 2.». ».

Art. 8

Il est inséré dans le chapitre VII - De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 3, comprenant les articles 94/2 et 94/3, avec l'intitulé suivant:

«Section 3 — De la publicité et des pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs».

Art. 9

L'article 94*bis*, de la même loi, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 94/2. — Sans préjudice d'autres dispositions légales ou réglementaires, est interdite entre vendeurs toute publicité:

1° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, l'origine, la quantité, la disponibilité, le mode et la date de fabrication ou les caractéristiques d'un produit ou les effets sur l'environnement; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un produit, notamment au point de vue de ses propriétés, de ses possibilités d'utilisation, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit et des services qui l'accompagnent;

2° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, la durée, la disponibilité, la date de prestation ou les caractéristiques d'un service; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un service, notamment au point de vue de ses propriétés, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le service et des services qui l'accompagnent;

3° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité ou les qualités du vendeur d'un produit ou d'un service;

§ 2. Elke vergelijking die verwijst naar een speciale aanbieding, moet duidelijk en ondubbelzinnig het einde en, zo de speciale aanbieding nog niet loopt, het begin aangeven van de periode gedurende welke de speciale prijs of andere specifieke voorwaarden gelden of in voorkomend geval vermelden dat de speciale aanbieding loopt zo lang de voorraad strekt of de diensten kunnen worden geleverd.

§ 3. Verboden is elke vergelijkende reclame die de voorwaarden gesteld in §§ 1 en 2 niet eerbiedigt.».

Art. 8

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 3 ingevoegd, die artikelen 94/2 en 94/3 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 3 — Reclame en praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken onder verkopers».

Art. 9

Artikel 94*bis* van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Art. 94/2. — Onverminderd andere wettelijke of reglementaire bepalingen is verboden onder verkopers elke reclame:

1° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de oorsprong, de hoeveelheid, de beschikbaarheid, de wijze en de datum van vervaardiging, of de kenmerken van een product of de gevolgen voor het leefmilieu; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een product, onder meer vanuit het oogpunt van de eigenschappen ervan, de gebruiksmogelijkheden ervan, de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, de voorwaarden waaronder het kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan, alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op het product werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

2° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de duur, de beschikbaarheid, de datum waarop een dienst verstrekt wordt of de kenmerken van die dienst; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een dienst, onder meer uit het oogpunt van de eigenschappen ervan, van de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, van de voorwaarden waaronder hij kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op de dienst werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

3° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit of de kwaliteiten van de verkoper van een product of dienst;

4° par laquelle le vendeur omet des informations essentielles dans le but d'induire en erreur sur les mêmes éléments que ceux visés aux 1°, 2° et 3°;

5° qui, étant donné son effet global, y compris sa présentation, ne peut être nettement distinguée comme telle, et qui ne comporte pas la mention «publicité» de manière lisible, apparente et non équivoque;

6° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments dénigrants à l'égard d'un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

7° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des comparaisons trompeuses, dénigrantes ou impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres vendeurs;

8° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments susceptibles de créer la confusion avec un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

9° qui porte sur une offre de produits ou de services, lorsque le vendeur ne dispose pas du stock suffisant ou ne peut effectivement prester les services qui doivent normalement être prévus, compte tenu de l'ampleur de la publicité;

10° qui favorise un acte qui doit être considéré comme un manquement à la présente loi ou comme une infraction en application des articles 102 à 105 de la présente loi;

11° qui affirme faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

12° qui inclut dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement, qui donne l'impression que le produit ou le service a déjà été commandé alors que ce n'est pas le cas;

13° qui, dans le matériel promotionnel, dissimule ou fournit de façon peu claire une information substantielle relative aux conséquences résultant de la réponse donnée par le destinataire ou qui dissimule, fournit de façon peu claire ou n'indique pas sa véritable intention commerciale, dès lors que celle-ci ne ressort pas clairement du contexte.».

Art. 10

Un article 94/3, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/3. Est interdit tout acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale par lequel un vendeur porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts professionnels d'un ou de plusieurs autres vendeurs.».

4° waarbij de verkoper essentiële inlichtingen weglaat met de bedoeling te misleiden omtrent dezelfde gegevens als die bedoeld in 1°, 2° en 3°;

5° die, vanwege de globale indruk, met inbegrip van de presentatie, niet onmiskenbaar als zodanig kan worden herkend, en die niet leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig de vermelding «reclame» draagt;

6° die, onverminderd de bepalingen als bepaald in artikel 94/1, afbrekende gegevens bevat ten opzichte van een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

7° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, vergelijkingen inhoudt die bedrieglijk of afbrekend zijn of die het zonder noodzaak mogelijk maken één of meer andere verkopers te identificeren;

8° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, gegevens bevat waardoor verwarring kan ontstaan met een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

9° die betrekking heeft op een aanbod van producten of diensten, als de verkoper niet over een toereikende voorraad beschikt of niet werkelijk de diensten kan verlenen waarin, gelet op de omvang van de reclame, normalerwijze moet voorzien zijn;

10° die een daad in de hand werkt, die als een overtreding van deze wet of als een inbreuk bij toepassing van de artikelen 102 tot 105 van deze wet moet worden beschouwd;

11° waarbij ten onrechte beweerd wordt dat een product of een dienst ziektes, functiestoornissen of afwijkingen kan genezen;

12° die in het promotiemateriaal een factuur of gelijkaardig document waarbij om betaling wordt gevraagd, bevat, die of dat de indruk wekt dat het product of de dienst reeds werd besteld terwijl dat niet het geval is;

13° die in het promotiemateriaal essentiële informatie over de gevolgen van het door de bestemming gegeven antwoord verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft, of die de eigenlijke commerciële bedoeling, wanneer die niet duidelijk blijkt uit de context, verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft.».

Art. 10

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/3 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/3. Verboden is elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de beroepsbelangen van één of meer andere verkopers schaadt of kan schaden.».

Art. 11

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 4, comprenant les articles 94/4 à 94/11, avec l'intitulé suivant:

«Section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs».

Art. 12

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 1^{ère}, comprenant l'article 94/4, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 1^{ère} — Champ d'application».

Art. 13

Un article 94/4, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/4. La présente section s'applique aux pratiques commerciales déloyales des vendeurs vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après l'offre en vente et la vente de produits ou de services.».

Art. 14

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 2, comprenant l'article 94/5, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 2 — Des pratiques commerciales déloyales».

Art. 15

Un article 94/5, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/5 — § 1^{er}. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

§ 2. Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et si elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur auquel elle s'adresse, par rapport au produit ou au service.

Les pratiques commerciales, qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit ou service qu'elle concerne, en raison d'une

Art. 11

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 4 ingevoegd, die artikelen 94/4 tot 94/11 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten».

Art. 12

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 1 ingevoegd, die artikel 94/4 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 1 — Toepassingsgebied».

Art. 13

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/4 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/4. Deze afdeling is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken van verkopers jegens consumenten vóór, gedurende en na de tekoopaanbieding en de verkoop van producten of diensten.».

Art. 14

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 2 ingevoegd, die artikel 94/5 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 2 — Oneerlijke handelspraktijken».

Art. 15

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/5 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/5 — § 1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

§ 2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de vereisten van professionele toewijding en het economisch gedrag van de consument op wie zij gericht is, met betrekking tot het product of de dienst, wezenlijk verstoort of kan verstoren.

Handelspraktijken, die op voor de verkoper redelijkerwijs voorzienbare wijze het economische gedrag van een duidelijk herkenbare groep van consumenten, die wegens een mentale of lichamelijke handicap, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar zijn voor die handelspraktijk of voor het on-

infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du vendeur qu'il prévienne cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen du groupe auxquelles elle s'adressent. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

§ 3. Les pratiques commerciales trompeuses et agressives visées aux articles 94/6 à 94/11 sont déloyales.».

Art. 16

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 3, comprenant les articles 94/6 à 94/8, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 3 — Des pratiques commerciales trompeuses».

Art. 17

Un article 94/6, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/6 — § 1^{er}. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments cités à l'alinéa 2, même si les informations présentées sont factuellement correctes, et qu'elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Sont visées par l'alinéa 1^{er}, les informations relatives à:

1° l'existence ou la nature du produit ou du service;

2° les caractéristiques principales du produit ou du service, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur celui-ci;

3° l'étendue des engagements du vendeur, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le vendeur ou le produit ou le service bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect;

4° le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix;

derliggende product of de onderliggende dienst wezenlijk verstoren of kunnen verstoren, worden beoordeeld vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep van consumenten. Dit laat onverlet de gangbare, legitieme reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen.

§ 3. Misleidende en agressieve handelspraktijken als bedoeld in de artikelen 94/6 tot 94/11 zijn oneerlijk.».

Art. 16

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 3 ingevoegd, die artikelen 94/6 tot 94/8 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 3 — Misleidende handelspraktijken».

Art. 17

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/6 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/6 — § 1. Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van één of meer van de in lid 2 aangehaalde elementen en de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Wordt bedoeld in lid 1, informatie over:

1° het bestaan of de aard van het product of van de dienst;

2° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong of van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;

3° de reikwijdte van de verplichtingen van de verkoper, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, elke verklaring of symbool dat doet geloven dat de verkoper of het product of de dienst sponsoring of directe of indirecte steun krijgt;

4° de prijs of de berekeningswijze van de prijs of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;

5° la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation;

6° la nature, les qualités et les droits du vendeur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues;

7° les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement en application des dispositions de la loi du 1^{er} septembre 2004 relative à la protection des consommateurs en cas de vente des biens de consommation, ou les risques qu'il peut encourir.

§ 2. Est également réputée trompeuse une pratique commerciale qui, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, amène ou est susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, lorsqu'elle implique:

1° toute activité de marketing concernant un produit ou un service, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, service, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent;

2° le non-respect par le vendeur d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables et qu'il indique qu'il est lié par le code.».

Art. 18

Un article 94/7, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/7 — § 1^{er}. Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle omet une information substantielle dont le consommateur a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

§ 2. Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un vendeur dissimule une information substantielle telle que définie au paragraphe 1^{er} ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas son intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

5° de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;

6° de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de verkoper, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn bekroningen en onderscheidingen;

7° de rechten van de consument, in het bijzonder het recht op vervanging of terugbetaling bij toepassing van de bepalingen van de wet van 1 september 2004 betreffende de bescherming van de consumenten bij verkoop van consumptiegoederen of de risico's die hij eventueel loopt.

§ 2. Als misleidend wordt eveneens beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, de consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen en die het volgende behelst:

1° elke marketing van een product of een dienst met inbegrip van vergelijkende reclame, op zodanige wijze dat verwarring wordt geschapen met producten, handelsmerken, handelsnamen en andere onderscheidende kenmerken van een concurrent;

2° de niet-nakoming door de verkoper van verplichtingen die opgenomen zijn in een gedragscode waaraan hij zich heeft verbonden, voorzover het gaat om een vaststaande verbintenis die verifieerbaar is en hij aangeeft dat hij aan de code verbonden is.».

Art. 18

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/7 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/7 — § 1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd, een handelspraktijk waarbij een verkoper essentiële informatie als bedoeld in paragraaf 1, verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laattijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 3. Lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il convient, en vue de déterminer si des informations ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le vendeur pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

§ 4. Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes:

1° les caractéristiques principales du produit ou du service, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit ou service concerné;

2° l'adresse géographique et l'identité du vendeur, et le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du vendeur pour le compte duquel il agit;

3° le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque celui-ci ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement pas être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur;

4° les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle;

5° le cas échéant, l'existence d'un droit de renonciation ou d'annulation.

§ 5. Sont également réputées substantielles les informations qui sont prévues par le droit communautaire et qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité et le marketing, et qui sont visées à l'annexe II de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.».

Art. 19

Un article 94/8, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/8. Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances les pratiques commerciales trompeuses qui ont pour objet de:

1° pour un vendeur, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas;

§ 3. Indien het voor de handelspraktijk gebruikte communicatiemiddel beperkingen qua ruimte of tijd met zich meebrengt, wordt bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten rekening gehouden met deze beperkingen, alsook met maatregelen die de verkoper genomen heeft om de informatie langs andere wegen ter beschikking van de consument te stellen.

§ 4. Bij een uitnodiging tot aankoop wordt de volgende informatie, voor zover die nog niet uit de context blijkt, als essentieel beschouwd:

1° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, in de mate waarin zulks gezien het aangewende communicatiemiddel en het betrokken product of de betrokken dienst passend is;

2° het geografische adres en de identiteit van de verkoper en in voorkomend geval het geografische adres en de identiteit van de verkoper namens wie hij optreedt;

3° de prijs, inclusief belastingen, of als die redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend, en in voorkomend geval, alle extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, de vermelding dat deze kosten ten laste van de consument kunnen worden gelegd;

4° de wijze van betaling, levering, uitvoering en het beleid inzake klachtenbehandeling, indien deze afwijken van de vereisten van professionele toewijding;

5° in voorkomend geval het bestaan van een verzakings- of annuleringsrecht.

§ 5. Worden eveneens als essentieel beschouwd, de overeenkomstig de communautaire wetgeving vereiste informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, bedoeld in bijlage II van de richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad.».

Art. 19

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/8 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/8. Zijn onder alle omstandigheden oneerlijke handelspraktijken, misleidende handelspraktijken die tot doel hebben:

1° voor een verkoper, beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is;

2° afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire;

3° affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas;

4° affirmer qu'un vendeur, ou ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou un service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou que celui-ci ne respecte pas les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue;

5° proposer l'achat de produits ou services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le vendeur de penser qu'il ne pourra fournir lui-même, ou faire fournir par un autre vendeur, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé;

6° proposer l'achat de produits ou de services à un prix indiqué, et ensuite:

- a) soit refuser de présenter au consommateur le produit ou le service ayant fait l'objet de la publicité,
- b) soit refuser de prendre des commandes concernant ce produit ou ce service ou de le livrer dans un délai raisonnable,
- c) soit en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent;

7° déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver le consommateur d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause;

8° s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le vendeur a communiqué avant la transaction, dans une langue qui n'est pas une des langues nationales et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue, sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction;

9° déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit ou d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas;

10° présenter les droits conférés au consommateur par des dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le vendeur;

11° utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service, alors que le vendeur a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur;

2° een vertrouwens-, kwaliteits-of ander soortgelijk label aanbrengen zonder daarvoor de vereiste toestemming te hebben gekregen;

3° beweren dat een gedragscode door een publieke of andere instantie is erkend wanneer dit niet het geval is;

4° beweren dat een verkoper, of zijn handelspraktijken, of een product of een dienst door een openbare of particuliere instelling is erkend, goedgekeurd of toegelaten terwijl zulks niet het geval is, of deze niet aan de voorwaarden tot erkenning, goedkeuring of toelating voldoet.

5° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden zonder dat de verkoper aangeeft dat er een gegronde vermoeden bestaat dat hij deze producten of gelijkwaardige producten niet tegen die prijs kan leveren of door een andere verkoper kan doen leveren gedurende een periode en in hoeveelheden die, rekening houdend met het product of de dienst, de omvang van de voor het product gevoerde reclame en de aangeboden prijs redelijk zijn;

6° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden en vervolgens:

- a) weigeren het aangeboden product of de aangeboden dienst aan de consument te tonen,
- b) weigeren een bestelling op te nemen of het product of de dienst binnen een redelijke termijn te leveren,
- c) of een exemplaar van het artikel met gebreken tonen, met de bedoeling een ander product of een andere dienst aan te prijzen;

7° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst slechts gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn of dat het slechts onder speciale voorwaarden gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn, om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven een geïnformeerd besluit te nemen;

8° aan de consumenten met wie de verkoper vóór de transactie heeft gecommuniceerd in een taal die geen nationale taal is, een dienst na verkoop te beloven en vervolgens die dienst enkel in een andere taal te leveren zonder dit duidelijk aan de consument te laten weten alvorens deze zich tot de transactie verbindt;

9° beweren of anderszins de indruk wekken dat een product of dienst legaal kan worden verkocht wanneer dit niet het geval is;

10° wettelijke rechten van consumenten voorstellen als een onderscheidend kenmerk van het aanbod van de verkoper;

11° redactionele inhoud in de media, waarvoor de verkoper heeft betaald, gebruiken om reclame te maken voor een product of een dienst, zonder dat dit duidelijk uit de inhoud of uit duidelijk door de consument identificeerbare beelden of geluiden blijkt;

12° formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service;

13° promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas;

14° déclarer que le vendeur est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas, sans préjudice des articles 46 et suivants de la présente loi;

15° affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard;

16° affirmer faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

17° communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver le produit ou le service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché;

18° affirmer qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable;

19° décrire un produit ou un service comme étant «gratuit», «à titre gracieux», «sans frais» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à l'offre et au fait de prendre possession ou livraison de l'article;

20° inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service alors que ce n'est pas le cas;

21° affirmer faussement ou donner l'impression que le vendeur n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité professionnelle ou se présenter faussement comme un consommateur;

22° créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un État membre autre que celui dans lequel il est vendu.».

Art. 20

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 - Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 4, comprenant les articles 94/9 à 94/11, avec l'intitulé suivant: «Sous-section 4 - Des pratiques commerciales agressives».

12° feitelijk onjuiste beweringen doen betreffende de aard en de omvang van het gevaar dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin zou bedreigen indien hij het product of de dienst niet koopt;

13° een op een door een bepaalde fabrikant vervaardigd product of verstrekte dienst gelijkend product of dienst op zodanige wijze promoten dat bij de consument doelbewust de verkeerde indruk wordt gewekt dat dit product van deze fabrikant afkomstig is, terwijl dit niet het geval is;

14° beweren dat de verkoper op het punt staat zijn zaak stop te zetten of te verhuizen, indien zulks niet het geval is, onverminderd de artikelen 46 en volgende van deze wet;

15° beweren dat een product of dienst het winnen bij kansspelen kan vergemakkelijken;

16° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst ziekten, functiestoornissen of misvormingen kan genezen;

17° feitelijk onjuiste informatie verstrekken over marktomstandigheden of de mogelijkheid het product of de dienst te bemachtigen met de bedoeling de consument dit of deze te doen aanschaffen tegen voorwaarden die minder gunstig zijn dan de normale marktvoorwaarden;

18° beweren dat er een wedstrijd wordt georganiseerd of prijzen worden uitgelooft zonder de aangekondigde prijzen of een redelijk equivalent daadwerkelijk toe te kennen;

19° een product of een dienst als «gratis», «voor niets» «kosteloos» en dergelijke omschrijven als de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod en het product af te halen dan wel dit te laten bezorgen;

20° marketingmateriaal voorzien van een factuur of een soortgelijk document waarin om betaling wordt gevraagd, waardoor bij de consument de indruk wordt gewekt dat hij het aangeprezen product al heeft besteld terwijl dat niet het geval is.

21° op bedrieglijke wijze beweren of de indruk wekken dat de verkoper niet optreedt ten behoeve van zijn beroepsactiviteit of zich op bedrieglijke wijze voordoen als consument.

22° op bedrieglijke wijze de indruk wekken dat voor een bepaald product of een bepaalde dienst de dienst na verkoop beschikbaar is in een andere lidstaat dan die waar het product wordt verkocht.».

Art. 20

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 - Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 4 ingevoegd, die artikelen 94/9 tot 94/11 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt: «Onderafdeling 4 - Agresieve handelspraktijken».

Art. 21

Un article 94/9, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/9. — Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur à l'égard d'un produit ou d'un service, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.».

Art. 22

Un article 94/10, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/10. — Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, il est tenu compte des éléments suivants:

1° le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance;

2° le recours à la menace physique ou verbale;

3° l'exploitation en connaissance de cause par le vendeur de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer sa décision à l'égard du produit ou du service;

4° tout obstacle non contractuel payant ou disproportionné imposé par le vendeur lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou service ou de vendeur;

5° toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.».

Art. 23

Un article 94/11, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/11. — Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances, les pratiques commerciales agressives qui ont pour objet de:

1° donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu;

Art. 21

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/9 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/9. — Als agressief wordt beschouwd een handelspraktijk die, in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, door intimidatie, dwang, inclusief het gebruik van lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de gemiddelde consument met betrekking tot het product of de dienst aanzienlijk beperkt of kan beperken, waardoor hij ertoe wordt gebracht of kan worden gebracht over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.».

Art. 22

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/10 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/10. — Om te bepalen of er bij een handelspraktijk gebruik wordt gemaakt van intimidatie, dwang, inclusief lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, wordt rekening gehouden met:

1° het tijdstip en de plaats waar de praktijk wordt uitgevoerd, de aard en de persistentie ervan;

2° het gebruik van dreigende taal of gedragingen;

3° het bewust uitbuiten door de verkoper van enige bijzondere tegenslagen of omstandigheden, die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen aantasten, met het doel zijn beslissing over het product of de dienst te beïnvloeden;

4° door de verkoper opgelegde, kosten met zich meebrengende of bovenmatige niet contractuele belemmeringen ten aanzien van rechten die de consument uit hoofde van het contract wil uitoefenen, waaronder het recht om het contract te beëindigen of een ander product of dienst of een andere verkoper te kiezen;

5° het dreigen met maatregelen die wettelijk niet kunnen worden genomen.».

Art. 23

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/11 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/11. — Worden onder alle omstandigheden als oneerlijk beschouwd, de agressieve handelspraktijken die tot doel hebben:

1° de indruk geven dat de consument het pand niet mag verlaten alvorens er een overeenkomst is opgesteld;

2° effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le vendeur quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle;

3° se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de l'article 94/17 de la présente loi et de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;

4° obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels;

5° dans une publicité, inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité.

6° informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du vendeur seront menacés;

7° donner la fausse l'impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement de formalité, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,

- soit il n'existe pas de prix ou d'autre avantage équivalent,
- soit l'accomplissement de la formalité en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonnée à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.».

Art. 24

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 5, comprenant les articles 94/12 à 94/17, avec l'intitulé suivant:

«Section 5 — Dispositions communes».

Art. 25

Un article 94/12, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/12 — § 1^{er}. Toute publicité faisant état d'un prix ou d'une réduction de prix, doit l'indiquer conformément aux prescriptions des articles 3 et 4, et le cas échéant de l'article 5 et

2° de consument thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan of niet meer terug te komen negeren, behalve indien, en voor zover gerechtvaardigd volgens de wettelijke of reglementaire bepalingen, wordt beoogd een contractuele verplichting te doen naleven.

3° hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of andere afstandsmedia onverminderd artikel 94/17 van deze wet en artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij;

4° een consument die op grond van een verzekeringspolis een vordering indient, om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de vordering te beoordelen, dan wel systematisch weigeren antwoord te geven op daaromtrent gevoerde correspondentie met de bedoeling de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen;

5° kinderen er in reclame rechtstreeks toe aanzetten om geadverteerde producten te kopen of om hun ouders of andere volwassenen ertoe over te halen die producten voor hen te kopen.

6° de consument uitdrukkelijk meedelen dat, als hij het product of de dienst niet koopt, de baan of de bestaansmiddelen van de handelaar in het gedrang komen.

7° de bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen dan wel door een bepaalde handeling te verrichten een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen, als er in feite

- geen sprake is van een prijs of een ander soortgelijk voordeel,
- of als het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs of voor een ander soortgelijk voordeel afhankelijk is van de betaling van een bedrag door de consument of indien daaraan voor hem kosten zijn verbonden.».

Art. 24

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 5 ingevoegd, die artikelen 94/12 tot 94/17 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 5 — Gemeenschappelijke bepalingen «.

Art. 25

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/12 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/12 — § 1. Elke reclame die gewag maakt van een prijs of een prijsvermindering, moet die aanduiden overeenkomstig de voorschriften van de artikelen 3 en 4, en in voorkom-

des dispositions prises en application de l'article 6, 1.

§ 2. Toute publicité concernant les produits préemballés en quantités préétablies doit mentionner les quantités nominales du contenu des emballages, conformément aux dispositions de la section 2 du chapitre II, lorsque la publicité mentionne les prix de vente de ces produits.».

Art. 26

Un article 94/13, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/13 — § 1^{er}. Lorsque, en application de l'article 101 de la présente loi, le ministre ou l'agent commissionné par lui en vertu de l'article 113, § 1^{er}, avertit un vendeur ou un annonceur d'un message publicitaire, qu'une pratique commerciale ou une publicité est contraire aux dispositions du présent chapitre, il incombe à l'annonceur ou au vendeur d'apporter, dans un délai d'un mois maximum, la preuve de l'exactitude des données de fait en rapport avec celles-ci.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le ministre ou l'agent commissionné à cet effet peut considérer la publicité ou la pratique commerciale comme contraire aux dispositions du présent chapitre.

§ 2. L'annonceur ou le vendeur sont également tenus d'apporter cette preuve, lorsqu'une action en cessation est intentée par:

1° le ministre et, le cas échéant, le ministre compétent visé à l'article 98, § 2;

2° les autres personnes visées à l'article 98, § 1^{er}, pour autant que, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur ou du vendeur et de toute autre partie à la procédure, le président du tribunal de commerce estime qu'une telle exigence est appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le président du tribunal de commerce peut considérer les données de fait comme inexactes.».

Art. 27

Un article 94/14, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/14 — § 1^{er}. Les contrats et les conditions de fourniture de produits et de services aux consommateurs peuvent être interprétés notamment en fonction des messages publicitaires et des pratiques commerciales en relation directe avec ceux-ci.

mend geval van artikel 5 alsmede van de met toepassing van artikel 6, 1 vastgestelde bepalingen.

§ 2. Elke reclame betreffende voorverpakte producten in vooraf bepaalde hoeveelheden moet de nominale hoeveelheden van de inhoud van de verpakking vermelden, overeenkomstig de bepalingen van afdeling 2 van hoofdstuk II, wanneer de reclame de verkoopprijs van deze producten vermeldt.».

Art. 26

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/13 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/13 — § 1. Wanneer op grond van artikel 101 van deze wet, de minister of de door hem krachtens artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar, een verkoper of een adverteerder van een reclameboodschap ervan verwittigt dat een handelspraktijk of een reclame in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk, dan moet de adverteerder of de verkoper binnen een termijn van maximum één maand bewijzen dat de bovengenoemde gegevens juist zijn.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens lid 1 niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de minister of de hiertoe aangestelde ambtenaar oordelen dat de reclame of de handelspraktijk in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk.

§ 2. De adverteerder of de verkoper zijn er eveneens toe gehouden om dit bewijs te leveren als er een vordering tot staking wordt ingesteld door:

1° de minister en, in voorkomend geval, de bevoegde minister als bedoeld in artikel 98, § 2;

2° de andere personen bedoeld in artikel 98, § 1, voor zover dat, rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder en van elke andere partij bij de procedure, de voorzitter van de rechtbank van koophandel van oordeel is dat dergelijke eis aangepast is aan de omstandigheden van het concrete geval.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens lid 1 niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel de feitelijke gegevens als onjuist beschouwen.».

Art. 27

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/14 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/14 — § 1. De overeenkomsten en de leveringsvoorwaarden van producten en diensten aan de consumenten kunnen onder meer worden geïnterpreteerd aan de hand van de reclameboodschappen en handelspraktijken die er rechtstreeks verband mee houden

§ 2. Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/8 et 94/11, le consommateur peut, dans un délai raisonnable à partir du moment où il a eu connaissance ou aurait dû avoir connaissance de son existence, exiger le remboursement des sommes payées, sans restitution du produit livré ou du service fourni.

Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/5 à 94/7 et 94/9 à 94/10, le président du tribunal de commerce peut, sans préjudice des sanctions de droit commun, ordonner le remboursement au consommateur des sommes qu'il a payées sans restitution par celui-ci du produit livré ou du service fourni.».

Art. 28

Un article 94/15, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/15 — § 1^{er}. Sans préjudice des pouvoirs qui Lui sont conférés en vertu d'une autre disposition légale, le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, pour les produits ou services ou les catégories de produits ou services qu'Il détermine:

1° interdire ou restreindre la publicité, en vue d'assurer une protection accrue de la sécurité du consommateur et de l'environnement;

2° déterminer les mentions minimales de la publicité, en vue d'assurer une meilleure information du consommateur.

§ 2. Avant de proposer un arrêté en application du § 1^{er}, le ministre consulte le Conseil de la Consommation et fixe le délai dans lequel l'avis doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.».

Art. 29

Un article 94/16, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/16 — § 1^{er}. Le Roi crée, au sein du Conseil de la Consommation et aux conditions qu'Il détermine, une commission chargée d'émettre des avis et des recommandations au sujet de la publicité et de l'étiquetage relatifs aux effets sur l'environnement et au sujet de l'élaboration d'un code de la publicité écologique.

§ 2. Après avis de la commission et à l'initiative conjointe du ministre et du ministre ayant l'environnement dans ses attributions, le Roi peut imposer un code de la publicité écologique.

§ 3. Le Roi détermine la composition de la commission. Celle-ci doit compter parmi ses membres au moins deux re-

§ 2. Wanneer een overeenkomst werd afgesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in artikelen 94/8 en 94/11, kan de consument 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 ervan, zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.

Wanneer een overeenkomst werd afgesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in artikelen 94/5 tot en met 94/7 en 94/9 tot en met 94/10, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel, onverminderd de gemeenrechtelijke sancties, de terugbetaling aan de consument van de door hem betaalde sommen bevelen zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.».

Art. 28

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/15 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/15 — § 1. Onverminderd de bevoegdheden die Hem krachtens een andere wetbepaling zijn toegekend, kan de Koning, bij een in ministerraad overlegd besluit, voor de producten of diensten of de categorieën van producten of diensten die Hij bepaalt:

1° de reclame verbieden of beperken teneinde een betere bescherming van de veiligheid van de consument en van het leefmilieu te waarborgen;

2° de minimale vermeldingen van de reclame vaststellen, teneinde een betere voorlichting van de consument te verzekeren.

§ 2. Alvorens een besluit ter uitvoering van § 1 voor te stellen, raadpleegt de minister de Raad voor het Verbruik en bepaalt de termijn waarbinnen het advies moet worden gegeven. Eenmaal deze termijn is verstreken, is het advies niet meer vereist.».

Art. 29

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/16 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/16 — § 1. De Koning richt binnen de Raad voor het Verbruik, op de voorwaarden die Hij bepaalt een commissie op, belast met het uitbrengen van adviezen en aanbevelingen in verband met reclame en etikettering die betrekking hebben op de gevolgen voor het leefmilieu alsmede inzake de opstelling van een milieureclamecode.

§ 2. Na advies van de commissie en op gezamenlijk initiatief van de minister en van de minister die het leefmilieu onder zijn bevoegdheid heeft, kan de Koning een milieureclamecode opleggen.

§ 3. De Koning bepaalt de samenstelling van de commissie. Deze moet ten minste twee vertegenwoordigers onder

présentants d'associations de protection de l'environnement.».

Art. 30

Un article 94/17, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/17 — § 1^{er}. L'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs à des fins de publicité personnalisée est interdite, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages. Le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, étendre cette interdiction à d'autres techniques de communication, compte tenu de leur évolution.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, et sans préjudice du § 4, alinéa 2, tout émetteur est dispensé de solliciter auprès des personnes morales le consentement préalable à recevoir des publicités au moyen des techniques visées à l'alinéa 1^{er}.

Sans préjudice de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, les publicités personnalisées, diffusées par d'autres techniques que celles visées à l'alinéa 1^{er} ne peuvent l'être qu'en l'absence d'opposition manifeste du destinataire, personne physique ou morale. Aucun frais ne peut être imputé au destinataire en raison de l'exercice de son droit d'opposition.

§ 2. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, l'émetteur fournit une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir des publicités.

§ 3. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 3, il est interdit de dissimuler l'identité du vendeur au nom duquel la communication est faite.

§ 4. La charge de la preuve du caractère sollicité de la publicité envoyée au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, incombe à l'émetteur du message.

Toute personne peut notifier directement à un émetteur déterminé, sans frais ni indications de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités envoyées au moyen d'une technique visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}.».

Art. 31

Dans l'article 43, § 4 de la même loi, les mots «prévues à l'article 23bis» sont remplacés par les mots «prévues à l'article 94/1».

haar leden bevatten van verenigingen ter bescherming van het leefmilieu.».

Art. 30

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/17 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/17 — § 1. Het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en het gebruik van faxen voor specifiek aan de persoon gerichte reclame, is verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen. Bij een besluit, vastgesteld na overleg in de Ministerraad, kan de Koning dit verbod uitbreiden tot andere communicatietechnieken, rekening houdend met de evolutie ervan.

In afwijking van het eerste lid, en onverminderd § 4, tweede lid, is elke afzender ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen aan rechtspersonen om reclame te ontvangen via de communicatietechnieken bedoeld in het eerste lid.

Onverminderd artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij kan specifiek aan de persoon gerichte reclame verspreid door middel van andere technieken dan deze bedoeld in het eerste lid slechts worden gebruikt bij ontstentenis van kennelijk verzet van de geadresseerde, natuurlijke persoon of rechtspersoon. Er kunnen geen kosten aan de geadresseerde worden aangerekend omwille van de uitoefening van zijn recht op verzet.

§ 2. Bij het versturen van enige reclame door middel van een communicatietechniek als bedoeld in § 1, eerste lid, verschaft de afzender duidelijke en verstaanbare informatie over het recht zich te verzetten tegen het ontvangen van reclame in de toekomst.

§ 3. Bij de verzending van enige reclame door middel van een communicatietechniek als bedoeld in § 1, derde lid, is het verboden de identiteit van de verkoper, namens wie de communicatie plaatsvindt, te verbergen.

§ 4. De bewijslast van het feit dat om reclame werd verzocht via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, berust op de afzender van het bericht.

Ieder persoon kan rechtstreeks aan een bepaalde afzender zonder kosten en zonder een reden op te geven, zijn wil kenbaar maken om van hem geen reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, meer te ontvangen.».

Art. 31

In artikel 43, § 4 van dezelfde wet, worden de woorden «voorzien in artikel 23bis» vervangen door de woorden «voorzien in artikel 94/1».

Art. 32

Dans l'article 78 de la même loi, dont le texte actuel formera le § 1^{er}, il est inséré un § 2, rédigé comme suit:

«§ 2. Sans préjudice des articles 55, 56 et 57, toute offre gratuite de produits, de services ou de tout autre avantage n'est autorisée que si la demande d'obtention de celle-ci figure sur un document distinct de tout bon de commande de produits ou de services.».

Art. 33

L'article 95, alinéa 2, de la même loi, est remplacé par l'alinéa suivant:

«Il peut ordonner l'interdiction de la publicité visée à l'article 94/2 ainsi que l'interdiction des pratiques commerciales déloyales visées aux articles 94/5 à 94/11, lorsqu'elles n'ont pas encore été portées à la connaissance du public ou débuté, mais que leur publication ou mise en place est imminente.».

Art. 34

Un article 97*bis*, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 97*bis*. — Lorsque l'infraction concerne une publicité, l'action en cessation ne peut être intentée du chef de manquement aux dispositions des articles 94/1, 94/2 et 94/5, qu'à charge de l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, lorsque l'annonceur n'est pas domicilié en Belgique et n'a pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique, l'action en cessation pourra également être intentée à charge de:

- l'éditeur de la publicité écrite ou le producteur de la publicité audiovisuelle;
- l'imprimeur ou le réalisateur, si l'éditeur ou le producteur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique;
- le distributeur ainsi que toute personne qui contribue sciemment à ce que la publicité produise son effet, si l'imprimeur ou le réalisateur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique.».

Art. 35

A l'article 98 de la même loi sont apportées les modifications suivantes:

1° dans le § 1^{er}, point 2, les mots «à l'article 93» sont remplacés par les mots «à l'article 94/3»;

Art. 32

In artikel 78 van dezelfde wet, waarvan de bestaande tekst § 1 zal vormen, wordt een § 2 ingevuld, luidende:

«§ 2. Onverminderd de artikelen 55, 56 en 57, is elk gratis aanbod van producten, van diensten of van enig ander voordeel enkel toegelaten als de vraag om deze te verkrijgen gescheiden is van enige bestelbon van producten of diensten.».

Art. 33

Artikel 95, lid 2, van dezelfde wet, wordt vervangen als volgt:

«Hij kan de reclame bedoeld in artikel 94/2 en de oneerlijke handelspraktijken bedoeld in artikel 94/5 tot en met 94/11 verbieden wanneer zij nog niet onder het publiek zijn gebracht of begonnen, doch de publicatie of invoering ervan op het punt staat te gebeuren.».

Art. 34

In dezelfde wet wordt een artikel 97*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 97*bis*. — Als de inbreuk een reclame betreft, kan de vordering tot staking wegens overtreding van de bepalingen van de artikelen 94/1, 94/2 en 94/5 alleen tegen de adverteerder van de gewraakte reclame worden ingesteld.

Indien de adverteerder evenwel geen woonplaats in België heeft en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België heeft aangewezen, kan de vordering tot staking eveneens worden ingesteld tegen:

- de uitgever van de geschreven reclame of de producent van de audiovisuele reclame
- de drukker of de maker, indien de uitgever of de producent geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen;
- de verdeler alsmede elke persoon die er bewust toe bijdraagt dat de reclame uitwerking heeft, indien de drukker of de maker geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen.».

Art. 35

In artikel 98 van dezelfde wet worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° in § 1, punt 2, worden de woorden «in artikel 93» vervangen door de woorden «in artikel 94/3»;

2° dans le § 1^{er}, point 3, les mots «sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 94 de la présente loi» sont supprimés;

3° dans le § 1^{er}, point 4, les mots «à l'article 93» sont remplacés par les mots «à l'article 94/3»;

4° dans le § 2, les mots «des articles 93» sont remplacés par les mots «des articles 94/3».

Art. 36

Dans l'article 101, alinéa 1^{er}, de la même loi, les mots «sans préjudice de l'article 24» sont remplacés par les mots «sans préjudice de l'article 94/13».

Art. 37

A l'article 102 de la même loi sont apportées les modifications suivantes:

1° le point 3 est remplacé par la disposition suivante:

«3. des articles 37, 39 et 39 bis, relatifs aux documents sur les ventes de produits et de services et des arrêtés pris en exécution des articles 37 et 39;»;

2° il est inséré à la place du point 6bis, qui devient le point 6ter, un point 6bis nouveau rédigé comme suit:

«6bis. de l'article 76 relatif aux achats forcés;»;

3° le point 8 est remplacé par la disposition suivante:

«8. des articles 94/5, §§1^{er} et 3, 94/8 et 94/11, relatifs aux pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, à l'exception des articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°.».

Art. 38

Dans l'article 103 de la même loi, les mots «visées aux articles 30, 93 et 97» sont remplacés par les mots «visées aux articles 30, 94/3 et 97».

Art. 39

Dans l'article 105 de la même loi, les mots «à l'article 85 prohibant les offres en vente et les ventes faisant abusivement état d'actions philanthropiques humanitaires ou de nature à éveiller la générosité du consommateur» sont remplacés par les mots «aux articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°, relatifs aux pratiques commerciales déloyales».

2° in § 1, punt 3, vervallen de woorden «tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 94 van deze wet» geschrapt;

3° in § 1, punt 4, worden de woorden «in artikel 93» vervangen door de woorden «in artikel 94/3»;

4° in § 2, worden de woorden «van de artikelen 93» vervangen door de woorden «van de artikelen 94/3».

Art. 36

In artikel 101, lid 1 van dezelfde wet worden de woorden «onverminderd artikel 24» vervangen door de woorden «onverminderd artikel 94/13».

Art. 37

In artikel 102 van dezelfde wet worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° punt 3 wordt vervangen als volgt:

«3. van de artikelen 37, 39 en 39 bis inzake de documenten betreffende de verkoop van producten en diensten en van de besluiten in uitvoering van de artikelen 37 en 39;»;

2° in de plaats van punt 6bis, dat punt 6ter wordt, wordt een nieuw punt 6bis ingevoegd, luidende:

«6bis. van artikel 76 betreffende de afgedwongen aankopen;»;

3° punt 8 wordt vervangen als volgt:

«8. Van de artikelen 94/5, §§1 en 3, 94/8 en 94/11, betreffende de oneerlijke handelspraktijken met uitzondering van de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7°.».

Art. 38

In artikel 103 van dezelfde wet worden de woorden «bedoeld in de artikelen 30, 93 en 97» vervangen door de woorden «bedoeld in de artikelen 30, 94/3 en 97».

Art. 39

In artikel 105 van dezelfde wet, worden de woorden «artikel 85 dat de tekoopaanbiedingen en verkopen verbiedt waarbij ten onrechte gewag wordt gemaakt van acties van menslievende of humanitaire aard of die gevoelens van vrijgevigheid bij de consument opwekken» vervangen door de woorden «in de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7° betreffende de oneerlijke handelspraktijken».

Art. 40

Un article 122 bis , rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 122*bis*. — Le Roi peut coordonner les dispositions de la présente loi et les dispositions qui les auraient expressément ou implicitement modifiées au moment où les coordinations seront établies.

A cette fin, Il peut:

1° modifier l'ordre, le numérotage et, en général, la présentation des dispositions à coordonner;

2° modifier les références qui seraient contenues dans les dispositions à coordonner en vue de les mettre en concordance avec le numérotage nouveau;

3° modifier la rédaction des dispositions à coordonner en vue d'assurer leur concordance et d'en unifier la terminologie, sans qu'il puisse être porté atteinte aux principes inscrits dans ces dispositions.

Les coordinations porteront l'intitulé déterminé par le Roi. ».

Art. 41

Sont abrogés, dans la même loi:

1°. le chapitre IV, De la publicité, comprenant les articles 22 à 29*bis*;

2°. L'article 85.

Art. 42

La présente loi entre en vigueur le premier jour du sixième mois qui suit celui au cours duquel elle aura été publiée au *Moniteur belge*.

Art. 40

In dezelfde wet wordt een artikel 122*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 122*bis*. — De Koning kan de bepalingen van deze wet coördineren met de bepalingen die daarin uitdrukkelijk of stilzwijgend wijzigingen hebben aangebracht tot het tijdstip van de coördinatie.

Te dien einde kan Hij:

1° de te coördineren bepalingen anders inrichten, inzonderheid opnieuw ordenen en vernummern;

2° de verwijzingen in de te coördineren bepalingen dienovereenkomstig vernummern;

3° de te coördineren bepalingen met het oog op onderlinge overeenstemming en eenheid van terminologie herschrijven, zonder te raken aan de erin neergelegde beginselen.

De coördinaties zullen het opschrift dragen bepaald door de Koning . ».

Art. 41

In dezelfde wet worden opgeheven:

1° . hoofdstuk IV, Reclame, bestaande uit de artikelen 22 tot 29*bis*;

2° . artikel 85.

Art. 42

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

AVIS DU CONSEIL D'ÉTAT N° 41.825/1

Le CONSEIL D'ÉTAT, section de législation, première chambre, saisi par la Ministre de la Protection de la Consommation, le 1^{er} décembre 2006, d'une demande d'avis, dans un délai de trente jours, sur un avant-projet de loi «modifiant la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur», a donné le 19 décembre 2006 l'avis suivant:

OBSERVATION GÉNÉRALE

L'avant-projet de loi soumis pour avis entend transposer la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 ⁽¹⁾ en droit belge ⁽²⁾. Il apporte à cet effet différentes modifications à la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. La transposition de la directive susmentionnée commande de compléter et de modifier des dispositions existantes de la loi du 14 juillet 1991, mais également de procéder à un certain nombre d'adaptations structurelles emportant l'abrogation de dispositions et leur réinsertion à un autre endroit de la loi.

L'intégration des dispositions transposant la directive 2005/29/CE dans le cadre normatif existant de la loi du 14 juillet 1991 ne peut faire oublier qu'entre les deux catégories de normes - celle de la directive et celle de la loi - des différences subsistent sur le plan de la finalité et du champ d'application. Le procédé concret de la transposition de la directive 2005/29/CE en droit interne doit être abordé dans cette optique.

Ainsi, alors que la directive entend uniquement harmoniser le droit relatif aux pratiques commerciales déloyales dans le cadre de la relation entre les entreprises et les consommateurs, il y a lieu de constater que la loi du 14 juillet 1991 concerne tant la relation entre les «vendeurs» et les consommateurs que les rapports mutuels entre les «vendeurs» ⁽³⁾. Il s'ensuit que, même à l'occasion de la transposition de la directive, la loi s'en tient à la notion de «vendeur» et qu'il n'a pas été choisi de recourir à la notion de «professionnel» au sens de l'article 2, b), de la directive, mais également que la loi ne définit pas la «profession réglementée», contrairement

ADVIES VAN DE RAAD VAN STATE NR. 41.825/1

De RAAD VAN STATE, afdeling wetgeving, eerste kamer, op 1 december 2006 door de Minister van Consumentenzaken verzocht haar, binnen een termijn van dertig dagen, van advies te dienen over een voorontwerp van wet «tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument», heeft op 19 december 2006 het volgende advies gegeven:

ALGEMENE OPMERKING

Het om advies voorgelegde voorontwerp van wet strekt ertoe richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 ⁽¹⁾ in het Belgische recht om te zetten ⁽²⁾. Het brengt daartoe diverse wijzigingen aan in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument. De omzetting van de voornoemde richtlijn noopt tot een aanvulling en wijziging van bestaande bepalingen van de wet van 14 juli 1991, maar ook tot een aantal structurele aanpassingen waarbij bepalingen worden opgeheven en worden hernomen op een andere plaats in de wet.

De integratie van de bepalingen tot omzetting van richtlijn 2005/29/EG in het bestaande regelgevende kader van de wet van 14 juli 1991 mag niet uit het oog doen verliezen dat tussen beide categorieën van normering die van de richtlijn en die van de wet verschillen blijven bestaan op het vlak van finaliteit en toepassingsgebied. Het concrete procédé van omzetting van richtlijn 2005/29/EG in het interne recht moet vanuit die optiek worden benaderd.

Zo is er de vaststelling dat, waar de richtlijn enkel het recht inzake oneerlijke handelspraktijken in de relatie tussen ondernemingen en consumenten beoogt te harmoniseren, de wet van 14 juli 1991 zowel op de relatie tussen «verkopers» en consumenten, als op de verhouding tussen «verkopers» onderling betrekking heeft ⁽³⁾. Dat maakt dat in de wet, zelfs naar aanleiding van de omzetting van de richtlijn, wordt vastgehouden aan het begrip «verkoper» en dat niet wordt geopteerd voor het overnemen van het begrip «handelaar» in de zin van artikel 2, b), van de richtlijn, maar ook dat in de wet geen omschrijving wordt opgenomen van «gereguleerd»

⁽¹⁾ Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales»).

⁽²⁾ Pour ce qui est des intentions fondant la directive, on consultera l'exposé des motifs du projet de loi.

⁽³⁾ Plus d'informations à ce sujet dans, notamment, STUYCK, J., De nieuwe richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Gevolgen voor de wet op de handelspraktijken, *T.B.H.*, 2005, 901 et suiv.

⁽¹⁾ Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad («Richtlijn oneerlijke handelspraktijken»).

⁽²⁾ Omtrent de aan de richtlijn ten grondslag liggende bedoelingen raadplege men de memorie van toelichting bij het ontwerp van wet.

⁽³⁾ Meer daarover in o.m. STUYCK, J., De nieuwe richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Gevolgen voor de wet op de handelspraktijken, *T.B.H.*, 2005, 901 e.v.

à l'article 2, l) de la directive, ce qui amène à la constatation que la loi en projet ne transpose pas la directive en ce qui concerne les titulaires de professions libérales ⁽⁴⁾. Le projet de loi soumis pour avis ne constitue en ce sens qu'une première étape de la transposition de la directive.

En outre, il convient de relever que la notion de «pratiques du commerce» peut se voir attribuer une portée diversifiée. Si la directive donne à la notion de «pratiques commerciales» une interprétation plutôt étendue, le législateur semble s'en tenir à une interprétation plus restrictive. Ainsi, l'article 93, 5°, en projet de la loi du 14 juillet 1991 (article 5 du projet) reproduit certes la définition des «pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs» inscrite à l'article 2, d), de la directive, mais l'exposé des motifs précise ce qui suit:

«Ces pratiques doivent être en relation directe avec la promotion ou la vente de produits ou de services aux consommateurs. Ne sont dès lors pas directement visées les actions, omissions, conduites, démarches ou communications commerciales qui constituent des promotions commerciales. Ainsi, les conditions de fond établies par la LPCC, telles que l'interdiction des ventes à perte ou les conditions à remplir pour annoncer des prix réduits, pour une vente en liquidation ou en solde restent quant à elles d'application» ⁽⁵⁾.

L'intégration, dans la loi du 14 juillet 1991, de dispositions visant à transposer la directive 2005/29/CE risque dès lors d'aller à l'encontre des principes et des intentions qui fondaient cette loi jusqu'à présent, de sorte que le maintien de ce cadre légal serait incompatible avec une transposition adéquate de la directive.

Les réserves formulées ci-dessus quant aux différences qui existent sur le plan, notamment, de la finalité, du champ d'application, du cadre notionnel et de son contenu entre la directive et la loi du 14 juillet 1991 et qui ne sont certainement pas gommées complètement par le projet de loi soumis pour avis ⁽⁶⁾, soulèvent la question de savoir s'il ne serait pas préférable de procéder à un remplacement intégral de la loi susmentionnée par une nouvelle loi, qui serait actualisée et davantage en phase avec la législation européenne et qui, tant en ce qui concerne la finalité que le champ d'application et le contenu, permettrait une transposition plus parfaite de la directive 2005/29/CE.

⁽⁴⁾ Cette restriction de la portée de la transposition de la directive devrait apparaître dans la rédaction de l'article 1^{er}, alinéa 2, du projet, qui est formulé en des termes relativement absolus (voyez la proposition d'adaptation textuelle formulée dans l'observation consacrée à cet article).

⁽⁵⁾ Voir également à cet égard la justification circonstanciée donnée dans l'exposé des motifs en ce qui concerne les articles 12 et 13 du projet.

⁽⁶⁾ En témoignent l'identité imparfaite de l'arsenal de notions, la non-applicabilité aux titulaires de professions libérales, le maintien de certains éléments de la loi sur la base d'une interprétation bien déterminée de la notion des pratiques commerciales (par exemple en matière d'offre conjointe).

beroep», zoals dat het geval is in artikel 2, l), van de richtlijn, wat tot de vaststelling noopt dat met de ontworpen wet de richtlijn niet wordt omgezet ten aanzien van de vrije beroepsbeoefenaren ⁽⁴⁾. Het om advies voorgelegde ontwerp van wet vormt in die zin slechts een eerste stap in de omzetting van de richtlijn.

Daarenboven is er het feit dat aan het begrip «handelspraktijken» een gediversifieerde invulling kan worden gegeven. Waar de richtlijn aan dat begrip een veeleer ruime interpretatie geeft, lijkt de wetgever vast te houden aan een meer restrictieve interpretatie. Zo herneemt het ontworpen artikel 93, 5°, van de wet van 14 juli 1991 (artikel 5 van het ontwerp) weliswaar de omschrijving van «handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten» die in artikel 2, d), van de richtlijn voorkomt, maar wordt in de memorie van toelichting het volgende verduidelijkt:

«Deze praktijken moeten rechtstreeks verband houden met de verkoopbevordering of de verkoop van producten of diensten aan consumenten. Worden dus niet rechtstreeks beoogd, de handelingen, omissies, gedragingen, voorstellingen van zaken of commerciële communicaties die verkoopbevordering uitmaken. De grondvoorwaarden vastgelegd in de WHPC, zoals het verbod van verkoop met verlies of de voorwaarden voor een aankondiging van prijsvermindering, uitverkoop of solden blijven aldus van toepassing» ⁽⁵⁾.

Het inkapselen van bepalingen ter omzetting van richtlijn 2005/29/EG in de wet van 14 juli 1991 riskeert derhalve beginselen en doeleinden die tot op heden aan die wet ten grondslag lagen te doorkruisen, waardoor het behoud van dat wettelijke kader op gespannen voet zou kunnen komen te staan met een adequate omzetting van de richtlijn.

De voorgaande bedenkingen in verband met de verschillen die, op het vlak van onder meer finaliteit, toepassingsgebied, begrippenkader en invulling ervan, bestaan tussen de richtlijn en de wet van 14 juli 1991, en die zeker niet volledig worden weggewerkt door het om advies voorgelegde ontwerp van wet ⁽⁶⁾, doen de vraag rijzen of niet beter wordt geopteerd voor het volledig vervangen van de voornoemde wet door een meer op de Europese regelgeving georiënteerde en geactualiseerde nieuwe wet die, zowel naar finaliteit, als naar toepassingsgebied en inhoud, een meer volkomen omzetting van richtlijn 2005/29/EG mogelijk zou maken.

⁽⁴⁾ Deze inperking van de draagwijdte van de omzetting van de richtlijn zou in de redactie van - het in vrij absolute bewoordingen geformuleerde - artikel 1, tweede lid, van het ontwerp, moeten worden tot uitdrukking gebracht (zie het voorstel van tekstaanpassing aldaar).

⁽⁵⁾ Zie in dat verband ook de uitgebreide verantwoording die met betrekking tot de artikelen 12 en 13 van het ontwerp is opgenomen in de memorie van toelichting.

⁽⁶⁾ Getuige daarvan het niet geheel identieke begrippenarsenaal, de niet-toepasselijkheid op vrije beroepsbeoefenaren, het handhaven van sommige onderdelen van de wet op grond van een welbepaalde interpretatie van het begrip van de handelspraktijken (bv. inzake gezamenlijk aanbod).

EXAMEN DU TEXTEArticle 1^{er}

Comme il a été mentionné dans l'observation générale, le projet de loi ne met pas intégralement en oeuvre la directive 2005/29/CE. Il est dès lors plus correct de commencer l'article 1^{er}, alinéa 2, du projet comme suit: «Elle vise à transposer partiellement les dispositions de la directive 2005/29/CE du ...».

Article 5

L'article 93 en projet de la loi du 14 juillet 1991 définit certaines notions - exclusivement pour l'application du chapitre VII en projet - qui le sont déjà pour partie à l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la même loi, si ce n'est que la définition est alors donnée «Pour l'application de la (présente) loi» ⁽⁷⁾.

Il n'est pas inadmissible que des notions soient assorties d'une définition spécifique et divergente pour l'application de certaines subdivisions d'un texte normatif, à condition que cela soit indiqué clairement dans le texte et qu'il n'existe aucune ambiguïté pour le destinataire de la norme sur ce point. Il peut suffire à cet effet d'adapter également la rédaction de la phrase introductive de l'article 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la loi du 14 juillet 1991 comme suit:

«Pour l'application de la présente loi et sans préjudice de la règle énoncée à l'article 93, on entend par:» ⁽⁸⁾.

Article 7

On commencera l'article 94/1 en projet de la loi du 14 juillet 1991 comme suit: «Art. 94/1. § 1^{er}. La publicité comparative est ...».

Article 9

1. On rédigera la phrase liminaire de l'article 9 du projet comme suit: «L'article 94bis de la même loi, inséré par la loi du 25 mai 1999, est remplacé par la disposition suivante:».

2. Par souci d'uniformité rédactionnelle, on écrira dans le texte néerlandais de l'article 94/2, 6°, en projet de la loi du 14 juillet 1991 «die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, ...;».

⁽⁷⁾ On pense aux notions de «consommateur» et de «produits», qui sont définis dans les deux articles.

⁽⁸⁾ Dans la proposition de texte, les mots «il faut entendre» sont remplacés par «on entend». En effet, il n'est pas recommandé d'employer dans un texte normatif des mots tels que «devoir» ou «il faut», dès lors que l'obligation résulte déjà de la nature normative même de la disposition. La même observation s'applique à l'égard de la phrase introductive de l'article 93 en projet (article 5 du projet).

ONDERZOEK VAN DE TEKSTArtikel 1

Zoals vermeld onder de algemene opmerking, geeft het ontwerp van wet geen volkomen uitvoering aan richtlijn 2005/29/EG. Het is derhalve meer correct om artikel 1, tweede lid, van het ontwerp te laten aanvangen als volgt: «Ze strekt tot partiële omzetting van de bepalingen van richtlijn 2005/29/EG van ...».

Artikel 5

In het ontworpen artikel 93 van de wet van 14 juli 1991 worden - uitsluitend voor de toepassing van het ontworpen hoofdstuk VII - bepaalde begrippen gedefinieerd die voor een deel ook reeds worden omschreven in artikel 1, eerste lid, van dezelfde wet, zij het dat alsdan de omschrijving wordt gegeven «voor de toepassing van de(z) wet» ⁽⁷⁾.

Het is niet ontoelaatbaar dat begrippen van een specifieke, afwijkende omschrijving worden voorzien voor de toepassing van bepaalde onderdelen van een normatieve tekst, mits dat duidelijk wordt aangegeven in de tekst en de bestemming van de norm op dat punt niet in verarring wordt gebracht. Daartoe kan het volstaan om ook de redactie van de inleidende zin van artikel 1, eerste lid, van de wet van 14 juli 1991 aan te passen als volgt:

«Voor de toepassing van deze wet en onverminderd het bepaalde in artikel 93, wordt verstaan onder:» ⁽⁸⁾.

Artikel 7

Men late het ontworpen artikel 94/1 van de wet van 14 juli 1991 aanvangen als volgt: «Art. 94/1. § 1. Vergelijkende reclame is, ...».

Artikel 9

1. Men redigere de inleidende zin van artikel 9 van het ontwerp als volgt: «Artikel 94bis van dezelfde wet, ingevoegd bij de wet van 25 mei 1999, wordt vervangen als volgt:».

2. Ter wille van de redactionele eenvormigheid schrijve men in het ontworpen artikel 94/2, 6°, van de wet van 14 juli 1991 «die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, ...;».

⁽⁷⁾ Te denken valt aan de begrippen «consument» en «producten», die in de beide artikelen worden omschreven.

⁽⁸⁾ In het tekstvoorstel worden de woorden «moet worden verstaan» vervangen door de woorden «wordt verstaan». In een normatieve tekst verdient het immers geen aanbeveling om woorden als «moeten» of «dienen te» te gebruiken aangezien de verplichting reeds voortvloeit uit de normatieve aard zelf van die bepalingen. Dezelfde opmerking geldt ten aanzien van de inleidende zin van het ontworpen artikel 93 (artikel 5 van het ontwerp).

Article 17

1. Dans le texte néerlandais de l'article 94/6 en projet de la loi du 14 juillet 1991, il convient d'écrire «tweede lid» et «eerste lid» au lieu de, respectivement, «lid 2» et «lid 1».

Des modifications similaires devront, le cas échéant, être apportées aussi dans d'autres dispositions du projet (ainsi, notamment, dans l'article 94/13 en projet de la loi du 14 juillet 1991 (article 26 du projet)).

2. À la fin du texte néerlandais de l'article 94/6, § 2, 2°, en projet de la loi du 14 juillet 1991, on remplacera le mot «verbonden» par «gebonden».

Article 18

1. Dans l'article 94/7, § 1^{er}, en projet de la loi du 14 juillet 1991, les mots «dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances» ne correspondent pas aux termes «dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé» employés dans l'article 7, paragraphe 1, de la directive. Le texte du projet devrait également faire référence aux «limites propres au moyen de communication utilisé».

2. L'annexe II de la directive 2005/29/CE, à laquelle l'article 94/7, § 5, en projet de la loi du 14 juillet 1991 fait référence, contient, selon l'article 7, paragraphe 5, de la directive ⁽⁹⁾, une liste non limitative de dispositions communautaires. Son caractère non exhaustif devrait apparaître plus clairement dans le texte du projet. En outre, il conviendrait de ne pas faire référence aux dispositions communautaires en question, mais bien aux règles de droit interne qui les ont transposées.

Article 19

1. À la fin du texte néerlandais de la phrase introductive de l'article 94/8 en projet de la loi du 14 juillet 1991, les mots «die tot doel hebben» peuvent donner l'impression que l'aspect intentionnel est déterminant et non la mesure dans laquelle est réalisé l'objet des pratiques commerciales visées. Les mots concernés n'apparaissent d'ailleurs pas dans l'annexe I de la directive 2005/29/CE, alors que dans le texte français du texte en projet il est écrit: «qui ont pour objet». Mieux vaudrait adapter le texte néerlandais du projet sur ce point.

2. Dans l'article 94/8, 6°, a), en projet de la loi du 14 juillet 1991, les mots «le produit ou le service ayant fait l'objet de la publicité» du texte français ne correspondent pas aux mots «het aangeboden product of de aangeboden dienst» qui figu-

⁽⁹⁾ L'exposé des motifs du projet de loi le rappelle.

Artikel 17

1. In de Nederlandse tekst van het ontworpen artikel 94/6 van de wet van 14 juli 1991 moet worden geschreven «tweede lid» en «eerste lid» in plaats van, respectievelijk, «lid 2» en «lid 1».

Gelijkaardige wijzigingen dienen, waar nodig, in nog andere bepalingen van het ontwerp te worden aangebracht (zo onder meer in het ontworpen artikel 94/13 van de wet van 14 juli 1991 (artikel 26 van het ontwerp)).

2. Aan het einde van de Nederlandse tekst van het ontworpen artikel 94/6, § 2, 2°, van de wet van 14 juli 1991 vervange men het woord «verbonden» door het woord «gebonden».

Artikel 18

1. In het ontworpen artikel 94/7, § 1, van de wet van 14 juli 1991 stemt de zinsnede «een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen», niet overeen met de woorden «een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen», in artikel 7, lid 1, van de richtlijn. Ook in de tekst van het ontwerp zou aan «de beperkingen van het communicatiemedium» moeten worden gerefereerd.

2. Bijlage II van richtlijn 2005/29/EG, waarnaar wordt verwezen in het ontworpen artikel 94/7, § 5, van de wet van 14 juli 1991, bevat blijkens artikel 7, lid 5, van de richtlijn ⁽⁹⁾, een niet-limitatieve lijst van communautaire bepalingen. Het niet-exhaustieve karakter ervan zou duidelijker tot uitdrukking moeten worden gebracht in de tekst van het ontwerp. Daarenboven zou niet moeten worden verwezen naar de communautaire bepalingen in kwestie, maar wel naar de internrechtelijke regels die deze hebben omgezet.

Artikel 19

1. Aan het einde van de Nederlandse tekst van de inleidende zin van het ontworpen artikel 94/8 van de wet van 14 juli 1991 kunnen de woorden «die tot doel hebben» de indruk wekken dat het intentionele aspect determinerend is en niet de mate waarin het voorwerp van de betrokken handelspraktijken wordt gerealiseerd. De betrokken woorden komen trouwens niet voor in bijlage I van richtlijn 2005/29/EG, terwijl in de Franse tekst van de ontworpen tekst wordt geschreven «qui ont pour objet». De Nederlandse tekst van het ontwerp wordt op dat punt beter aangepast.

2. In het ontworpen artikel 94/8, 6°, a), van de wet van 14 juli 1991 stemmen de woorden «het aangeboden product of de aangeboden dienst», in de Nederlandse tekst, niet overeen met de woorden «le produit ou le service ayant fait l'objet

⁽⁹⁾ In de memorie van toelichting bij het ontwerp van wet wordt zulks in herinnering gebracht.

rent dans le texte néerlandais. Les deux textes doivent être davantage harmonisés.

3. Dans l'article 94/8, 2^o, en projet de la loi du 14 juillet 1991, les mots «qu'il a déjà commandé le produit ou le service» du texte français ne correspondent pas aux mots «*dat hij het aangeprezen product al heeft besteld*» du texte néerlandais. Cette discordance doit également disparaître.

Article 21

Le texte français de l'article 94/9 en projet de la loi du 14 juillet 1991 fait état du «consommateur» alors qu'il est question dans le texte néerlandais du «gemiddelde consument». La terminologie doit être davantage uniformisée sur ce point.

Article 23

1. En ce qui concerne les mots «qui ont pour objet de», à la fin de la phrase introductive de l'article 94/11 en projet de la loi du 14 juillet 1991, il suffit de renvoyer à l'observation 1 formulée à propos de l'article 19 du projet.

2. Contrairement à ce qui est le cas dans l'article 94/11, 2^o, en projet de la loi du 14 juillet 1991 où, par analogie avec la règle énoncée dans l'annexe I, 25, de la directive 2005/29/CE, il est fait état de l'intention d'«assurer l'exécution d'une obligation contractuelle», l'article 94/11, 3^o, en projet de la loi ne renvoie pas à une telle obligation contractuelle, bien que l'annexe I, 26, de la directive susmentionnée, que vise à transposer l'article 94/11, 3^o, en projet, en fasse bel et bien mention expresse. La question se pose de savoir si l'article 94/11, 3^o, en projet ne doit pas être complété sur ce point. Si les auteurs du projet devaient estimer que cela n'est pas nécessaire, ils feraient bien de le justifier dans l'exposé des motifs.

Article 26

Dans le texte néerlandais de l'article 94/13, § 2, 2^o, en projet de la loi du 14 juillet 1991, il convient d'écrire, par analogie avec le texte français, «..., rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder of de verkoper en van elke andere partij bij de procedure».

Article 27

1. L'article 94/14, § 2, alinéa 1^{er}, en projet de la loi du 14 juillet 1991 dispose que, lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/8 et 94/11 de la loi, le consommateur peut, «dans un délai raisonnable à partir du moment où il a eu connaissance ou aurait dû avoir connaissance de son existence, exiger le remboursement des sommes payées, sans restitution du produit livré ou du service fourni».

de la publicité», in de Franse tekst. Beide teksten dienen beter op elkaar te worden afgestemd.

3. In het ontworpen artikel 94/8, 2^o, van de wet van 14 juli 1991 stemmen de woorden «dat hij het aangeprezen product al heeft besteld», in de Nederlandse tekst, niet overeen met de woorden «*qu'il a déjà commandé le produit ou le service*», in de Franse tekst. Ook deze discordantie moet worden weggewerkt.

Artikel 21

In de Nederlandse tekst van het ontworpen artikel 94/9 van de wet van 14 juli 1991 wordt melding gemaakt van de «gemiddelde consument», terwijl de Franse tekst het heeft over «(le) consommateur». De terminologie dient op dat punt meer eenvormig te worden gemaakt.

Artikel 23

1. Wat betreft de woorden «die tot doel hebben», aan het einde van de inleidende zin van het ontworpen artikel 94/11 van de wet van 14 juli 1991, volstaat het te verwijzen naar opmerking 1 bij artikel 19 van het ontwerp.

2. In tegenstelling tot wat het geval is in het ontworpen artikel 94/11, 2^o, van de wet van 14 juli 1991 waarin, naar analogie van het bepaalde in bijlage I, 25, van richtlijn 2005/29/EG, melding wordt gemaakt van het oogmerk om «een contractuele verplichting te doen naleven», wordt in het ontworpen artikel 94/11, 3^o, van de wet, niet aan dergelijke contractuele verplichting gerefereerd, alhoewel bijlage I, 26, van de voornoemde richtlijn, dat het ontworpen artikel 94/11, 3^o, beoogt om te zetten, daarvan wel uitdrukkelijk melding maakt. Vraag is of het ontworpen artikel 94/11, 3^o, op dat punt niet moet worden aangevuld. Indien de stellers van het ontwerp van oordeel mochten zijn dat dergelijke aanvulling niet nodig is, doen zij er goed aan de verklaring daarvoor in de memorie van toelichting op te nemen.

Artikel 26

In de Nederlandse tekst van het ontworpen artikel 94/13, § 2, 2^o, van de wet van 14 juli 1991, moet, naar analogie van de Franse tekst, worden geschreven «..., rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder of de verkoper en van elke andere partij bij de procedure».

Artikel 27

1. Het ontworpen artikel 94/14, § 2, eerste lid, van de wet van 14 juli 1991 bepaalt dat, wanneer een overeenkomst werd gesloten (niet: afgesloten) ingevolge een oneerlijke handelspraktijk, bedoeld in de artikelen 94/8 en 94/11 van de wet, de consument terugbetaling van de betaalde sommen kan eisen «binnen een redelijke termijn vanaf het moment dat hij kennis had of hoorde te hebben van het bestaan ervan, zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst».

En ce qui concerne cette disposition, l'exposé des motifs indique notamment ce qui suit:

«Cependant la seule annulation du contrat, son ajustement ou une réévaluation du prix ne constituent pas un dédommagement du consommateur ni une réelle sanction pour le vendeur. La possibilité de conserver le bien ou le service fourni a dès lors pour objectif de permettre la réparation concrète et rapide du préjudice subi par le consommateur, victime d'une pratique commerciale déloyale. Cet article s'inspire de la sanction appliquée aux achats forcés».

La sanction visée à l'article 94/14, § 2, en projet de la loi du 14 juillet 1991 concerne les diverses infractions qui figurent sur les «listes noires» - comme les qualifie l'exposé des motifs - reproduites dans les articles 94/8 et 94/11 en projet de la loi. Le régime des sanctions prévues à l'égard de chacune de ces infractions doit en tout cas répondre aux exigences posées à cet égard à l'article 13 de la directive 2005/29/CE, qui dispose notamment que les sanctions doivent être «effectives, proportionnées et dissuasives».

2. Aux termes de l'article 94/14, § 2, alinéa 1^{er}, en projet de la loi du 14 juillet 1991, le consommateur «peut, dans un délai raisonnable à partir du moment où il a eu connaissance ou aurait dû avoir connaissance de [la pratique commerciale déloyale], exiger le remboursement des sommes payées».

La notion de «délai raisonnable» est une notion générale qui, sans autre précision, sera interprétée cas par cas lors du règlement judiciaire des litiges. La question se pose de savoir si cette situation répond pleinement à l'exigence de sécurité juridique, d'autant plus que l'objet de la disposition en projet concerne une forme de sanction de la personne qui s'est livrée à une pratique commerciale déloyale.

Article 30

Aux termes de l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 2, en projet de la loi du 14 juillet 1991, tout émetteur est dispensé de solliciter auprès des personnes morales le consentement préalable à recevoir des publicités «au moyen des techniques visées à l'alinéa 1^{er}». On peut se demander si ce dernier segment de phrase vise uniquement les techniques qui sont déjà mentionnées dans l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, en projet de la loi ou s'il vise également «d'autres techniques» qu'en application de l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, en projet de la loi, le Roi pourra soumettre à l'interdiction concernée. Dans cette dernière hypothèse, il serait bon, dans un souci de sécurité juridique, de préciser en ce sens le texte de l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 2, en projet de la loi ⁽¹⁰⁾.

⁽¹⁰⁾ À cet effet, les mots «visées à l'alinéa 1^{er}» de l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 2, en projet de la loi pourraient, par exemple, être remplacés par «mentionnées à l'alinéa 1^{er} ou déterminées en application de celui-ci».

In de memorie van toelichting wordt met betrekking tot die bepaling onder meer het volgende vermeld:

«Nochtans vormen de enkele nietigverklaring van het contract, zijn aanpassing of een herziening van de prijs geen schadeloosstelling van de consument evenmin als een echte sanctie voor de verkoper. De mogelijkheid om het geleverde goed of de geleverde dienst te behouden heeft derhalve tot doel het concrete en snelle herstel van de schade toe te laten die de consument als slachtoffer van een oneerlijke handelspraktijk heeft geleden. Dit artikel volgt het voorbeeld van de sanctie bij de afgedwongen aankopen».

De in het ontworpen artikel 94/14, § 2, van de wet van 14 juli 1991 bedoelde sanctie betreft de gevarieerde inbreuken die voorkomen op de - zoals in de memorie van toelichting wordt genoemd - «zwarte lijsten» die worden hernomen in de ontworpen artikelen 94/8 en 94/11 van de wet. In ieder geval dient de ontworpen sanctieregeling ten aanzien van elk van die inbreuken te beantwoorden aan de vereisten die in dat verband worden gesteld in artikel 13 van richtlijn 2005/29/EG, waarin onder meer wordt bepaald dat de sancties «doeltreffend, evenredig en afschrikwekkend» dienen te zijn.

2. Luidens het ontworpen artikel 94/14, § 2, eerste lid, van de wet van 14 juli 1991 kan de consument 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 de oneerlijke handelspraktijk)».

Het begrip «redelijke termijn» is een algemeen begrip dat, zonder nadere afbakening, naar aanleiding van de rechterlijke geschillenbeslechting op een casuïstische wijze invulling zal krijgen. Vraag is of zulks volledig in de lijn ligt van het vereiste van rechtszekerheid, temeer daar het voorwerp van de ontworpen bepaling toch betrekking heeft op een vorm van sanctiëring van de persoon die zich aan een oneerlijke handelspraktijk te buiten is gegaan.

Artikel 30

Luidens het ontworpen artikel 94/17, § 1, tweede lid, van de wet van 14 juli 1991, is elke afzender ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen aan rechtspersonen om reclame te ontvangen «via de communicatietechnieken bedoeld in het eerste lid». Er zou aan kunnen worden getwijfeld of met deze laatste zinsnede enkel de communicatietechnieken worden bedoeld, die nu reeds worden vermeld in het ontworpen artikel 94/17, § 1, eerste lid, van de wet, dan wel of ermee ook «andere communicatietechnieken» worden beoogd die de Koning met toepassing van het ontworpen artikel 94/17, § 1, eerste lid, van de wet onder het betrokken verbod zal kunnen laten vallen. In deze laatste hypothese zou de rechtszekerheid ermee zijn gebaat indien de tekst van het ontworpen artikel 94/17, § 1, tweede lid, van de wet in die zin zou worden geëxpliciteerd ⁽¹⁰⁾.

⁽¹⁰⁾ Daartoe zouden bijvoorbeeld de woorden «bedoeld in het eerste lid», in het ontworpen artikel 94/17, § 1, tweede lid, van de wet kunnen worden vervangen door de woorden «vermeld in of vastgesteld met toepassing van het eerste lid».

Une observation analogue peut être formulée à l'égard de l'article 94/17, § 1^{er}, alinéa 3, et §§ 2 et 4, en projet de la loi du 14 juillet 1991.

Articles 31 et 32

1. Compte tenu des articles de la loi du 14 juillet 1991 que les articles 31 et 32 du projet entendent modifier, ces derniers doivent suivre immédiatement l'article 2 du projet. En effet, les dispositions modificatives doivent se suivre dans l'ordre numérique des articles qu'elles entendent modifier.

2. Pour des motifs d'ordre légistique et linguistique, notamment, on rédigera l'article 31 du projet comme suit:

«Dans l'article 43, § 4, de la même loi, modifié par la loi du 25 mai 1999, les mots «prévues à l'article 23bis» sont remplacés par les mots «énoncées à l'article 94/1»».

3. On adaptera la rédaction de la phrase liminaire de l'article 32 du projet comme suit:

«L'article 78 de la même loi, remplacé par la loi du 25 mai 1999, dont le texte existant formera le § 1^{er}, est complété par un § 2, rédigé comme suit:».

4. On écrira à la fin du texte néerlandais de l'article 78, § 2, en projet de la loi du 14 juillet 1991: «... als de vraag om deze te verkrijgen voorkomt op een document dat is afgescheiden van enige bestelbon van producten of diensten».

Article 35

On rédigera la phrase liminaire de l'article 35 du projet comme suit:

«À l'article 98 de la même loi, modifié par les lois des 14 juillet 1994 et 7 décembre 1998, sont apportées les modifications suivantes:».

Article 36

On écrira dans le texte néerlandais de l'article 36 du projet: «... worden de woorden «onverminderd het bepaalde in artikel 24» vervangen door de woorden «onverminderd het bepaalde in artikel 94/13»».

Article 37

On commencera l'article 37 du projet comme suit:

«À l'article 102, alinéa 1^{er}, de la même loi, modifié par les lois des 25 mai 1999, 26 juin 2000 et 24 août 2005, sont apportées les modifications suivantes:».

Een gelijkaardige opmerking kan worden gemaakt ten aanzien van het ontworpen artikel 94/17, § 1, derde lid, en §§ 2 en 4, van de wet van 14 juli 1991.

Artikelen 31 en 32

1. Rekening houdende met de artikelen van de wet van 14 juli 1991 die de artikelen 31 en 32 van het ontwerp beogen te wijzigen, dienen deze laatste onmiddellijk te volgen op artikel 2 van het ontwerp. Wijzigingsbepalingen dienen immers te worden weergegeven volgens de numerieke volgorde van de artikelen die zij beogen te wijzigen.

2. Mede om legistieke en taalkundige redenen, redigere men artikel 31 van het ontwerp als volgt:

«In artikel 43, § 4, van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 25 mei 1999, worden de woorden 'voorzien in artikel 23bis' vervangen door de woorden 'vervat in artikel 94/1'».

3. Men passe de redactie van de inleidende zin van artikel 32 van het ontwerp aan als volgt:

«Artikel 78 van dezelfde wet, vervangen bij de wet van 25 mei 1999, waarvan de bestaande tekst § 1 zal vormen, wordt aangevuld met een § 2, luidende:».

4. Men schrijve aan het einde van de Nederlandse tekst van het ontworpen artikel 78, § 2, van de wet van 14 juli 1991: «... als de vraag om deze te verkrijgen voorkomt op een document dat is afgescheiden van enige bestelbon van producten of diensten».

Artikel 35

Men redigere de inleidende zin van artikel 35 van het ontwerp als volgt:

«In artikel 98 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 14 juli 1994 en 7 december 1998, worden de volgende wijzigingen aangebracht:».

Artikel 36

In artikel 36 van het ontwerp moet worden geschreven: «... worden de woorden 'onverminderd het bepaalde in artikel 24' vervangen door de woorden 'onverminderd het bepaalde in artikel 94/13'».

Artikel 37

Men late artikel 37 van het ontwerp aanvangen als volgt:

«In artikel 102, eerste lid, van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 25 mei 1999, 26 juni 2000 en 24 augustus 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:».

Article 38

On commencera l'article 38 du projet comme suit: «Dans l'article 103 de la même loi, modifié par les lois des 25 mai 1999 et 26 juin 2000, les mots ...».

Article 39

L'article 39 du projet doit faire état de la loi modificative du 26 juin 2000. En outre, dans le texte néerlandais, le nouveau segment doit commencer comme suit: «de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, ...» au lieu de «in de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, ...».

Article 41

L'article 41 du projet doit être complété par la mention des lois qui ont apporté des modifications à des dispositions du chapitre IV, à abroger, de la loi du 14 juillet 1991 et qui sont encore en vigueur.

La chambre était composée de

Messieurs

M. VAN DAMME,	président de chambre,
J. BAERT,	
W. VAN VAERENBERGH,	conseillers d'État,
A. SPRUYT,	
M. TISON,	assesseurs de la section de législation,

Madame

A. BECKERS,	greffier.
-------------	-----------

Le rapport a été présenté par M. P. DEPUYDT, premier auditeur chef de section.

La concordance entre la version néerlandaise et la version française a été vérifiée sous le contrôle de M. M. VAN DAMME.

LE GREFFIER,

LE PRÉSIDENT,

A. BECKERS

M. VAN DAMME

Artikel 38

Men late artikel 38 van het ontwerp aanvangen als volgt: «In artikel 103 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 25 mei 1999 en 26 juni 2000, worden ...».

Artikel 39

In artikel 39 van het ontwerp moet melding worden gemaakt van de wijzigende wet van 26 juni 2000. Daarenboven moet in de Nederlandse tekst de nieuwe zinsnede aanvangen als volgt: «de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, ...» in plaats van «in de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, ...».

Artikel 41

Artikel 41 van het ontwerp moet worden vervolledigd met de vermelding van de nog van kracht zijnde wetten die wijzigingen hebben aangebracht in bepalingen van het op te heffen hoofdstuk IV van de wet van 14 juli 1991.

De kamer was samengesteld uit

de Heren

M. VAN DAMME,	kamervoorzitter,
J. BAERT,	
W. VAN VAERENBERGH,	staatsraden,
A. SPRUYT,	
M. TISON,	assessoren van de afdeling wetgeving,

Mevrouw

A. BECKERS,	griffier.
-------------	-----------

Het verslag werd uitgebracht door de H. P. DEPUYDT, eerste auditeur afdelingshoofd.

DE GRIFFIER,

DE VOORZITTER,

A. BECKERS

M. VAN DAMME

PROJET DE LOI

ALBERT II, ROI DES BELGES,

A tous, présents et à venir,

SALUT.

Sur la proposition de Notre ministre de la Protection de la Consommation, de Notre ministre de l'Économie et de Notre ministre des Classes moyennes,

NOUS AVONS ARRÊTÉ ET ARRÊTONS:

Notre ministre de la Protection de la Consommation, Notre ministre de l'Économie et Notre ministre des Classes moyennes sont chargés de présenter en Notre nom aux Chambres législatives et de déposer à la Chambre des représentants le projet de loi dont la teneur suit:

Article 1^{er}

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Elle transpose les dispositions de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.

Art. 2

Un article 39*bis*, rédigé comme suit, est inséré dans la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur:

«Art. 39*bis*. — Sans préjudice de réglementations particulières qui l'autorisent expressément, il est interdit au vendeur de faire signer par le consommateur une lettre de change pour se faire promettre ou se faire garantir le paiement des engagements de celui-ci.».

WETSONTWERP

ALBERT II, KONING DER BELGEN,

Aan allen die nu zijn en hierna wezen zullen,

ONZE GROET.

Op de voordracht van Onze minister van Consumentenzaken, van Onze minister van Economie en van Onze minister van Middenstand,

HEBBEN WIJ BESLOTEN EN BESLUITEN WIJ :

Onze minister van Consumentenzaken, Onze minister van Economie en Onze minister van Middenstand zijn ermee belast, in Onze naam, het ontwerp van wet waarvan de tekst hierna volgt, aan de Wetgevende Kamers voor te leggen en bij de Kamer van volksvertegenwoordigers in te dienen:

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Ze zet de bepalingen van de richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad om.

Art. 2

In de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument wordt een artikel 39*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 39*bis*. — Onverminderd bijzondere reglementeringen die het uitdrukkelijk toelaten, is het aan de verkoper verboden de consument een wisselbrief ter ondertekening voor te leggen om deze laatste de betaling van zijn verplichtingen te laten beloven of waarborgen.».

Art. 3

Il est inséré dans le chapitre V — Dispositions générales concernant les ventes de produits et de services au consommateur, de la même loi, une section 5, comprenant l'article 39ter, avec l'intitulé suivant:

«Section 5 — De l'exécution du contrat».

Art. 4

Un article 39ter, rédigé comme suit, est inséré dans la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur:

«Art. 39ter. — Il est interdit au vendeur de facturer des appels téléphoniques pour lesquels le consommateur doit payer le contenu du message, en plus du tarif d'appel, lorsque ces appels concernent l'exécution d'un contrat de vente déjà conclu.»

Art. 5

Dans l'article 43, § 4 de la même loi, modifié par la loi du 25 mai 1999, les mots «prévues à l'article 23bis» sont remplacés par les mots «énoncées à l'article 94/1».

Art. 6

A l'article 78 de la même loi, remplacé par la loi du 25 mai 1999, dont le texte actuel formera le § 1^{er}, il est ajouté un § 2, rédigé comme suit:

«§ 2. Sans préjudice des articles 55, 56 et 57, toute offre gratuite de produits, de services ou de tout autre avantage n'est autorisée que si la demande d'obtention de celle-ci figure sur un document distinct de tout bon de commande de produits ou de services.».

Art. 7

L'intitulé du chapitre VII de la même loi est remplacé par l'intitulé suivant:

«Chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales».

Art. 3

In Hoofdstuk V — Algemene bepalingen betreffende de verkopen van producten en diensten aan de consument, van dezelfde wet, wordt een afdeling 5 ingevoegd, die artikel 39ter omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 5 — Uitvoering van de overeenkomst».

Art. 4

In de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument wordt een artikel 39ter ingevoegd, luidende:

«Art. 39ter. — Het is de verkoper verboden telefoonoproepen aan te rekenen waarbij de consument naast de prijs voor de oproep ook dient te betalen voor de inhoud, wanneer het oproepen betreft over de uitvoering van een reeds gesloten verkoopovereenkomst.»

Art. 5

In artikel 43, § 4 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 25 mei 1999, worden de woorden «voorzien in artikel 23bis» vervangen door de woorden «vervat in artikel 94/1».

Art. 6

Artikel 78 van dezelfde wet, vervangen bij de wet van 25 mei 1999, waarvan de bestaande tekst § 1 zal vormen, wordt aangevuld met een § 2, luidende:

«§ 2. Onverminderd de artikelen 55, 56 en 57, is elk gratis aanbod van producten, van diensten of van enig ander voordeel enkel toegelaten als de vraag om deze te verkrijgen voorkomt op een document dat gescheiden is van enige bestelbon van producten of diensten.».

Art. 7

Het opschrift van hoofdstuk VII van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken».

Art. 8

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 1^{ère}, comprenant l'article 93, avec l'intitulé suivant:

«Section 1^{ère} — Définitions».

Art. 9

L'article 93, de la même loi, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 93. — Pour l'application du présent chapitre, on entend par:

1° consommateur: toute personne physique qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché;

2° produits: les biens meubles corporels, les biens immeubles, les droits et les obligations;

3° publicité: toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre;

4° publicité comparative: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des produits ou services offerts par un concurrent;

5° pratiques commerciales: toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un vendeur, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de produits ou de services aux consommateurs;

6° altération substantielle du comportement économique des consommateurs: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement;

7° code de conduite: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposés par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des vendeurs qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs

Art. 8

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling I ingevoegd, die artikel 93 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 1 — Definities».

Art. 9

Artikel 93 van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Art. 93. — Voor de toepassing van dit hoofdstuk wordt verstaan onder:

1° consument: iedere natuurlijke persoon die, uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden, op de markt gebrachte producten of diensten verwerft of gebruikt;

2° producten: lichamelijke roerende zaken, onroerende goederen, rechten en verplichtingen;

3° reclame: elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten of diensten te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen;

4° vergelijkende reclame: elke vorm van reclame waarbij een concurrent of de door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd;

5° handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een verkoper, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van producten of diensten aan consumenten;

6° het economische gedrag van consumenten wezenlijk verstoren: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

7° gedragscode: een overeenkomst of een aantal niet bij wettelijke, reglementaire of bestuursrechtelijke bepalingen voorgeschreven regels waarin wordt vastgesteld hoe verkopers die zich aan de code binden, zich moeten gedragen met betrekking tot één of meer

pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité;

8° diligence professionnelle: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le vendeur est raisonnablement censé faire preuve dans son domaine d'activité vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale;

9° invitation à l'achat: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit ou du service et son prix de façon appropriée en fonction du moyen utilisé pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat;

10° influence injustifiée: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative;

11° décision commerciale: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel, de conserver, de se défaire ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit ou le service, qu'elle l'ait amené soit à agir, soit à s'abstenir d'agir.».

Art. 10

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 2, comprenant l'article 94/1, avec l'intitulé suivant:

«Section 2 — De la publicité comparative».

Art. 11

L'article 94, de la même loi, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 94/1 — § 1^{er}. La publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites, en ce qui concerne la comparaison:

1° elle n'est pas trompeuse au sens des articles 94/2, 1° à 5°, 94/6 à 94/8;

2° elle compare des produits ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;

bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

8° professionele toewijding: het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een verkoper ten aanzien van de consument mag worden verwacht, overeenkomstig de eerlijke handelsgebruiken;

9° uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product of de dienst op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen;

10° ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie ten aanzien van de consument om, zelfs zonder gebruik van of dreiging met fysiek geweld, druk uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt;

11° besluit over een transactie: elk door een consument genomen besluit over de vraag of, en, zo ja, hoe en op welke voorwaarden hij een product koopt, geheel of gedeeltelijk betaalt, behoudt of van de hand doet, of een contractueel recht uitoefent in verband met het product of de dienst, ongeacht of de consument wel of niet tot handelen overgaat.».

Art. 10

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 2 ingevoegd, die artikel 94/1 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 2 — Vergelijkende reclame».

Art. 11

Artikel 94 van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«Art. 94/1 — § 1. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd op voorwaarde dat deze:

1° niet misleidend is in de zin van de artikelen 94/2, 1° tot 5°, 94/6 tot 94/8;

2° producten of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;

3° elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces produits et services, dont le prix peut faire partie;

4° elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;

5° elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits, services, activités ou situations d'un concurrent;

6° pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;

7° elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;

8° elle ne présente pas un produit ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un produit ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

§ 2. Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des produits ou services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

§ 3. Est interdite toute publicité comparative qui ne respecte pas les conditions fixées aux §§ 1^{er} et 2.».

Art. 12

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 3, comprenant les articles 94/2 et 94/3, avec l'intitulé suivant:

«Section 3 — De la publicité et des pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs».

3° op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze producten en diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, met elkaar vergelijkt;

4° er niet toe leidt dat op de markt de adverteerder met een concurrent, of de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten van de adverteerder met die van een concurrent worden verward;

5° niet de goede naam schaadt van of zich kleinerend uitlaat over de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;

6° voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;

7° geen oneerlijk voordeel haalt uit de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken, van een concurrent of van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten;

8° producten of diensten niet voorstelt als een imitatie of namaak van producten of diensten met een beschermd handelsmerk of beschermde handelsnaam.

§ 2. Elke vergelijking die verwijst naar een speciale aanbieding, moet duidelijk en ondubbelzinnig het einde en, zo de speciale aanbieding nog niet loopt, het begin aangeven van de periode gedurende welke de speciale prijs of andere specifieke voorwaarden gelden of in voorkomend geval vermelden dat de speciale aanbieding loopt zo lang de voorraad strekt of de diensten kunnen worden geleverd.

§ 3. Verboden is elke vergelijkende reclame die de voorwaarden gesteld in §§ 1 en 2 niet eerbiedigt.».

Art. 12

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 3 ingevoegd, die artikelen 94/2 en 94/3 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 3 — Reclame en praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken onder verkopers».

Art. 13

L'article 94*bis* de la même loi, inséré par la loi du 25 mai 1999, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 94/2. — Sans préjudice d'autres dispositions légales ou réglementaires, est interdite entre vendeurs toute publicité:

1° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, l'origine, la quantité, la disponibilité, le mode et la date de fabrication ou les caractéristiques d'un produit ou les effets sur l'environnement; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un produit, notamment au point de vue de ses propriétés, de ses possibilités d'utilisation, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit et des services qui l'accompagnent;

2° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, la durée, la disponibilité, la date de prestation ou les caractéristiques d'un service; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un service, notamment au point de vue de ses propriétés, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le service et des services qui l'accompagnent;

3° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité ou les qualités du vendeur d'un produit ou d'un service;

4° par laquelle le vendeur omet des informations essentielles dans le but d'induire en erreur sur les mêmes éléments que ceux visés aux 1°, 2° et 3°;

5° qui, étant donné son effet global, y compris sa présentation, ne peut être nettement distinguée comme telle, et qui ne comporte pas la mention «publicité» de manière lisible, apparente et non équivoque;

6° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments dénigrants à l'égard

Art. 13

Artikel 94*bis* van dezelfde wet, ingevoegd bij de wet van 25 mei 1999, wordt vervangen als volgt:

«Art. 94/2. — Onverminderd andere wettelijke of reglementaire bepalingen is verboden onder verkopers elke reclame:

1° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de oorsprong, de hoeveelheid, de beschikbaarheid, de wijze en de datum van vervaardiging, of de kenmerken van een product of de gevolgen voor het leefmilieu; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een product, onder meer vanuit het oogpunt van de eigenschappen ervan, de gebruiksmogelijkheden ervan, de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, de voorwaarden waaronder het kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan, alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op het product werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

2° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de duur, de beschikbaarheid, de datum waarop een dienst verstrekt wordt of de kenmerken van die dienst; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een dienst, onder meer uit het oogpunt van de eigenschappen ervan, van de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, van de voorwaarden waaronder hij kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op de dienst werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

3° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit of de kwaliteiten van de verkoper van een product of dienst;

4° waarbij de verkoper essentiële inlichtingen weglaat met de bedoeling te misleiden omtrent dezelfde gegevens als die bedoeld in 1°, 2° en 3°;

5° die, vanwege de globale indruk, met inbegrip van de presentatie, niet onmiskenbaar als zodanig kan worden herkend, en die niet leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig de vermelding «reclame» draagt;

6° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, afbrekende gegevens bevat ten opzichte

d'un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

7° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des comparaisons trompeuses, dénigrantes ou impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres vendeurs;

8° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments susceptibles de créer la confusion avec un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

9° qui porte sur une offre de produits ou de services, lorsque le vendeur ne dispose pas du stock suffisant ou ne peut effectivement prêter les services qui doivent normalement être prévus, compte tenu de l'ampleur de la publicité;

10° qui favorise un acte qui doit être considéré comme un manquement à la présente loi ou comme une infraction en application des articles 102 à 105 de la présente loi;

11° qui affirme faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

12° qui inclut dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement, qui donne l'impression que le produit ou le service a déjà été commandé alors que ce n'est pas le cas;

13° qui, dans le matériel promotionnel, dissimule ou fournit de façon peu claire une information substantielle relative aux conséquences résultant de la réponse donnée par le destinataire ou qui dissimule, fournit de façon peu claire ou n'indique pas sa véritable intention commerciale, dès lors que celle-ci ne ressort pas clairement du contexte.».

Art. 14

L'article 94^{ter} de la même loi, inséré par la loi du 3 décembre 2006, est remplacé par la disposition suivante:

«Art. 94/3. — Est interdit tout acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale par lequel un vendeur porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts professionnels d'un ou de plusieurs autres vendeurs.».

van een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

7° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, vergelijkingen inhoudt die bedrieglijk of afbrekend zijn of die het zonder noodzaak mogelijk maken één of meer andere verkopers te identificeren;

8° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, gegevens bevat waardoor verwarring kan ontstaan met een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

9° die betrekking heeft op een aanbod van producten of diensten, als de verkoper niet over een toereikende voorraad beschikt of niet werkelijk de diensten kan verlenen waarin, gelet op de omvang van de reclame, normalerwijze moet voorzien zijn;

10° die een daad in de hand werkt, die als een overtreding van deze wet of als een inbreuk bij toepassing van de artikelen 102 tot 105 van deze wet moet worden beschouwd;

11° waarbij ten onrechte beweerd wordt dat een product of een dienst ziektes, functiestoornissen of afwijkingen kan genezen;

12° die in het promotiemateriaal een factuur of gelijkwaardig document waarbij om betaling wordt gevraagd, bevat, die of dat de indruk wekt dat het product of de dienst reeds werd besteld terwijl dat niet het geval is;

13° die in het promotiemateriaal essentiële informatie over de gevolgen van het door de bestemming gegeven antwoord verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft, of die de eigenlijke commerciële bedoeling, wanneer die niet duidelijk blijkt uit de context, verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft.».

Art. 14

Artikel 94^{ter} van dezelfde wet, ingevoegd bij de wet van 3 december 2006, wordt vervangen als volgt:

«Art. 94/3. — Verboden is elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de beroepsbelangen van één of meer andere verkopers schaadt of kan schaden.».

Art. 15

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 4, comprenant les articles 94/4 à 94/11, avec l'intitulé suivant:

«Section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs».

Art. 16

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 1^{ère}, comprenant l'article 94/4, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 1^{ère} — Champ d'application».

Art. 17

Un article 94/4, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/4. — La présente section s'applique aux pratiques commerciales déloyales des vendeurs vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après l'offre en vente et la vente de produits ou de services.».

Art. 18

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 2, comprenant l'article 94/5, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 2 — Des pratiques commerciales déloyales».

Art. 19

Un article 94/5, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/5 — § 1^{er}. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

§ 2. Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et si elle altère ou est susceptible d'altérer de ma-

Art. 15

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 4 ingevoegd, die artikelen 94/4 tot 94/11 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten».

Art. 16

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 1 ingevoegd, die artikel 94/4 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 1 — Toepassingsgebied».

Art. 17

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/4 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/4. — Deze afdeling is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken van verkopers jegens consumenten vóór, gedurende en na de tekoopaanbieding en de verkoop van producten of diensten.».

Art. 18

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 2 ingevoegd, die artikel 94/5 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 2 — Oneerlijke handelspraktijken».

Art. 19

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/5 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/5 — § 1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

§ 2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de vereisten van professionele toewijding en het economisch gedrag van de consument op wie zij

nière substantielle le comportement économique du consommateur auquel elle s'adresse, par rapport au produit ou au service.

Les pratiques commerciales, qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit ou service qu'elle concerne, en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du vendeur qu'il prévoie cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen du groupe auxquelles elle s'adressent. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

§ 3. Les pratiques commerciales trompeuses et agressives visées aux articles 94/6 à 94/11 sont déloyales.».

Art. 20

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 — Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 3, comprenant les articles 94/6 à 94/8, avec l'intitulé suivant:

«Sous-section 3 — Des pratiques commerciales trompeuses».

Art. 21

Un article 94/6, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/6 — § 1^{er}. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments cités à l'alinéa 2, même si les informations présentées sont factuellement correctes, et qu'elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Sont visées par l'alinéa 1^{er}, les informations relatives à:

1° l'existence ou la nature du produit ou du service;

gericht is, met betrekking tot het product of de dienst, wezenlijk verstoort of kan verstoren.

Handelspraktijken, die op voor de verkoper redelijkerwijs voorzienbare wijze het economische gedrag van een duidelijk herkenbare groep van consumenten, die wegens een mentale of lichamelijke handicap, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar zijn voor die handelspraktijk of voor het onderliggende product of de onderliggende dienst wezenlijk verstoren of kunnen verstoren, worden beoordeeld vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep van consumenten. Dit laat onverlet de gangbare, legitieme reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen.

§ 3. Misleidende en agressieve handelspraktijken als bedoeld in de artikelen 94/6 tot 94/11 zijn oneerlijk.».

Art. 20

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 — Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 3 ingevoegd, die artikelen 94/6 tot 94/8 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Onderafdeling 3 — Misleidende handelspraktijken».

Art. 21

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/6 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/6 — § 1. Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van één of meer van de in tweede lid aangehaalde elementen en de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Wordt bedoeld in eerste lid, informatie over:

1° het bestaan of de aard van het product of van de dienst;

2° les caractéristiques principales du produit ou du service, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur celui-ci;

3° l'étendue des engagements du vendeur, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le vendeur ou le produit ou le service bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect;

4° le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix;

5° la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation;

6° la nature, les qualités et les droits du vendeur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues;

7° les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement en application des dispositions de la loi du 1^{er} septembre 2004 relative à la protection des consommateurs en cas de vente des biens de consommation, ou les risques qu'il peut encourir.

§ 2. Est également réputée trompeuse une pratique commerciale qui, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, amène ou est susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, lorsqu'elle implique:

1° toute activité de marketing concernant un produit ou un service, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, service, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent;

2° le non-respect par le vendeur d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est en-

2° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong of van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;

3° de reikwijdte van de verplichtingen van de verkoper, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, elke verklaring of symbool dat doet geloven dat de verkoper of het product of de dienst sponsoring of directe of indirecte steun krijgt;

4° de prijs of de berekeningswijze van de prijs of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;

5° de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;

6° de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de verkoper, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn bekroningen en onderscheidingen;

7° de rechten van de consument, in het bijzonder het recht op vervanging of terugbetaling bij toepassing van de bepalingen van de wet van 1 september 2004 betreffende de bescherming van de consumenten bij verkoop van consumptiegoederen of de risico's die hij eventueel loopt.

§ 2. Als misleidend wordt eveneens beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, de consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen en die het volgende behelst:

1° elke marketing van een product of een dienst met inbegrip van vergelijkende reclame, op zodanige wijze dat verwarring wordt geschapen met producten, handelsmerken, handelsnamen en andere onderscheidende kenmerken van een concurrent;

2° de niet-nakoming door de verkoper van verplichtingen die opgenomen zijn in een gedragscode waar-

gagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables et qu'il indique qu'il est lié par le code.».

Art. 22

Un article 94/7, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/7 — § 1^{er}. Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

§ 2. Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un vendeur dissimule une information substantielle telle que définie au paragraphe 1^{er} ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas son intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

§ 3. Lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il convient, en vue de déterminer si des informations ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le vendeur pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

§ 4. Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes:

1° les caractéristiques principales du produit ou du service, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit ou service concerné;

2° l'adresse géographique et l'identité du vendeur, et le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du vendeur pour le compte duquel il agit;

3° le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque celui-ci ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la

aan hij zich heeft gebonden, voor zover het gaat om een vaststaande verbintenis die verifieerbaar is en hij aangeeft dat hij aan de code gebonden is.».

Art. 22

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/7 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/7 — § 1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemiddel in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd, een handelspraktijk waarbij een verkoper essentiële informatie als bedoeld in paragraaf 1, verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laatijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 3. Indien het voor de handelspraktijk gebruikte communicatiemiddel beperkingen qua ruimte of tijd met zich meebrengt, wordt bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten rekening gehouden met deze beperkingen, alsook met maatregelen die de verkoper genomen heeft om de informatie langs andere wegen ter beschikking van de consument te stellen.

§ 4. Bij een uitnodiging tot aankoop wordt de volgende informatie, voor zover die nog niet uit de context blijkt, als essentieel beschouwd:

1° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, in de mate waarin zulks gezien het angewende communicatiemiddel en het betrokken product of de betrokken dienst passend is;

2° het geografische adres en de identiteit van de verkoper en in voorkomend geval het geografische adres en de identiteit van de verkoper namens wie hij optreedt;

3° de prijs, inclusief belastingen, of als die redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop

manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement pas être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur;

4° les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle;

5° le cas échéant, l'existence d'un droit de renonciation ou d'annulation.

§ 5. Sont également réputées substantielles les informations qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité et le marketing et prévues par le droit communautaire, notamment les articles des directives visées à l'annexe II de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.».

Art. 23

Un article 94/8, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/8. — Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances les pratiques commerciales trompeuses qui ont pour objet de:

1° pour un vendeur, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas;

2° afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire;

3° affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas;

4° affirmer qu'un vendeur, ou ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou un service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou que celui-ci ne respecte pas les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue;

de prijs wordt berekend, en in voorkomend geval, alle extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, de vermelding dat deze kosten ten laste van de consument kunnen worden gelegd;

4° de wijze van betaling, levering, uitvoering en het beleid inzake klachtenbehandeling, indien deze afwijken van de vereisten van professionele toewijding;

5° in voorkomend geval het bestaan van een verzakings- of annuleringsrecht.

§ 5. Worden eveneens als essentieel beschouwd de informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, opgenomen in het Europees recht, onder meer de artikelen van de richtlijnen bedoeld in bijlage II van de richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad».

Art. 23

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/8 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/8. — Zijn onder alle omstandigheden oneerlijke handelspraktijken, misleidende handelspraktijken die ertoe strekken:

1° voor een verkoper, beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is;

2° een vertrouwens-, kwaliteits-of ander soortgelijk label aanbrengen zonder daarvoor de vereiste toestemming te hebben gekregen;

3° beweren dat een gedragscode door een publieke of andere instantie is erkend wanneer dit niet het geval is;

4° beweren dat een verkoper, of zijn handelspraktijken, of een product of een dienst door een openbare of particuliere instelling is erkend, goedgekeurd of toegelaten terwijl zulks niet het geval is, of deze niet aan de voorwaarden tot erkenning, goedkeuring of toelating voldoet.

5° proposer l'achat de produits ou services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le vendeur de penser qu'il ne pourra fournir lui-même, ou faire fournir par un autre vendeur, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé;

6° proposer l'achat de produits ou de services à un prix indiqué, et ensuite:

a) soit refuser de présenter au consommateur le produit ou le service ayant fait l'objet de la publicité,

b) soit refuser de prendre des commandes concernant ce produit ou ce service ou de le livrer dans un délai raisonnable,

c) soit en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent;

7° déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver le consommateur d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause;

8° s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le vendeur a communiqué avant la transaction, dans une langue qui n'est pas une des langues nationales et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue, sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction;

9° déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit ou d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas;

10° présenter les droits conférés au consommateur par des dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le vendeur;

11° utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service, alors que le vendeur a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur;

5° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden zonder dat de verkoper aangeeft dat er een gegrond vermoeden bestaat dat hij deze producten of gelijkwaardige producten niet tegen die prijs kan leveren of door een andere verkoper kan doen leveren gedurende een periode en in hoeveelheden die, rekening houdend met het product of de dienst, de omvang van de voor het product gevoerde reclame en de aangeboden prijs redelijk zijn;

6° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden en vervolgens:

a) weigeren het aangeprezen product of de aangeprezen dienst aan de consument te tonen,

b) weigeren een bestelling op te nemen of het product of de dienst binnen een redelijke termijn te leveren,

c) of een exemplaar van het artikel met gebreken tonen, met de bedoeling een ander product of een andere dienst aan te prijzen;

7° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst slechts gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn of dat het slechts onder speciale voorwaarden gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn, om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven een geïnformeerd besluit te nemen;

8° aan de consumenten met wie de verkoper vóór de transactie heeft gecommuniceerd in een taal die geen nationale taal is, een dienst na verkoop te beloven en vervolgens die dienst enkel in een andere taal te leveren zonder dit duidelijk aan de consument te laten weten alvorens deze zich tot de transactie verbindt;

9° beweren of anderszins de indruk wekken dat een product of dienst legaal kan worden verkocht wanneer dit niet het geval is;

10° wettelijke rechten van consumenten voorstellen als een onderscheidend kenmerk van het aanbod van de verkoper;

11° redactionele inhoud in de media, waarvoor de verkoper heeft betaald, gebruiken om reclame te maken voor een product of een dienst, zonder dat dit duidelijk uit de inhoud of uit duidelijk door de consument identificeerbare beelden of geluiden blijkt;

12° formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service;

13° promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas;

14° déclarer que le vendeur est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas, sans préjudice des articles 46 et suivants de la présente loi;

15° affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard;

16° affirmer faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

17° communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver le produit ou le service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché;

18° affirmer qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable;

19° décrire un produit ou un service comme étant «gratuit», «à titre gracieux», «sans frais» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à l'offre et au fait de prendre possession ou livraison de l'article;

20° inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service alors que ce n'est pas le cas;

21° affirmer faussement ou donner l'impression que le vendeur n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité professionnelle ou se présenter faussement comme un consommateur;

12° feitelijk onjuiste beweringen doen betreffende de aard en de omvang van het gevaar dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin zou bedreigen indien hij het product of de dienst niet koopt;

13° een op een door een bepaalde fabrikant vervaardigd product of verstrekte dienst gelijkend product of dienst op zodanige wijze promoten dat bij de consument doelbewust de verkeerde indruk wordt gewekt dat dit product van deze fabrikant afkomstig is, terwijl dit niet het geval is;

14° beweren dat de verkoper op het punt staat zijn zaak stop te zetten of te verhuizen, indien zulks niet het geval is, onverminderd de artikelen 46 en volgende van deze wet;

15° beweren dat een product of dienst het winnen bij kansspelen kan vergemakkelijken;

16° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst ziekten, functiestoornissen of misvormingen kan genezen;

17° feitelijk onjuiste informatie verstrekken over marktomstandigheden of de mogelijkheid het product of de dienst te bemachtigen met de bedoeling de consument dit of deze te doen aanschaffen tegen voorwaarden die minder gunstig zijn dan de normale marktvoorwaarden;

18° beweren dat er een wedstrijd wordt georganiseerd of prijzen worden uitgelooft zonder de aangekondigde prijzen of een redelijk equivalent daadwerkelijk toe te kennen;

19° een product of een dienst als «gratis», «voor niets» «kosteloos» en dergelijke omschrijven als de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod en het product af te halen dan wel dit te laten bezorgen;

20° marketingmateriaal voorzien van een factuur of een soortgelijk document waarin om betaling wordt gevraagd, waardoor bij de consument de indruk wordt gewekt dat hij het product of de dienst al heeft besteld terwijl dat niet het geval is.

21° op bedrieglijke wijze beweren of de indruk wekken dat de verkoper niet optreedt ten behoeve van zijn beroepsactiviteit of zich op bedrieglijke wijze voordoen als consument.

22° créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un État membre autre que celui dans lequel il est vendu.».

Art. 24

Il est inséré dans le chapitre VII, section 4 - Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, de la même loi, une sous-section 4, comprenant les articles 94/9 à 94/11, avec l'intitulé suivant: «Sous-section 4 - Des pratiques commerciales agressives».

Art. 25

Un article 94/9, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/9. — Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur à l'égard d'un produit ou d'un service, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.».

Art. 26

Un article 94/10, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/10. — Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, il est tenu compte des éléments suivants:

1° le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance;

2° le recours à la menace physique ou verbale;

3° l'exploitation en connaissance de cause par le vendeur de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer sa décision à l'égard du produit ou du service;

22° op bedrieglijke wijze de indruk wekken dat voor een bepaald product of een bepaalde dienst de dienst na verkoop beschikbaar is in een andere lidstaat dan die waar het product wordt verkocht.».

Art. 24

In Hoofdstuk VII, afdeling 4 - Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten, van dezelfde wet wordt een onderafdeling 4 ingevoegd, die artikelen 94/9 tot 94/11 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt: «Onderafdeling 4 - Agressieve handelspraktijken».

Art. 25

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/9 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/9. — Als agressief wordt beschouwd een handelspraktijk die, in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, 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, waardoor hij ertoe wordt gebracht of kan worden gebracht over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.».

Art. 26

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/10 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/10. — Om te bepalen of er bij een handelspraktijk gebruik wordt gemaakt van intimidatie, dwang, inclusief lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, wordt rekening gehouden met:

1° het tijdstip en de plaats waar de praktijk wordt uitgevoerd, de aard en de persistentie ervan;

2° het gebruik van dreigende taal of gedragingen;

3° het bewust uitbuiten door de verkoper van enige bijzondere tegenslagen of omstandigheden, die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen aantasten, met het doel zijn beslissing over het product of de dienst te beïnvloeden;

4° tout obstacle non contractuel payant ou disproportionné imposé par le vendeur lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou service ou de vendeur;

5° toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.».

Art. 27

Un article 94/11, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/11. — Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances, les pratiques commerciales agressives qui ont pour objet de:

1° donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu;

2° effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le vendeur quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle;

3° se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle et sans préjudice de l'article 94/17 de la présente loi et de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;

4° obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels;

5° dans une publicité, inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité;

4° door de verkoper opgelegde, kosten met zich meebrengende of bovenmatige niet contractuele belemmeringen ten aanzien van rechten die de consument uit hoofde van het contract wil uitoefenen, waaronder het recht om het contract te beëindigen of een ander product of dienst of een andere verkoper te kiezen;

5° het dreigen met maatregelen die wettelijk niet kunnen worden genomen.».

Art. 27

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/11 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/11. — Worden onder alle omstandigheden als oneerlijk beschouwd, de agressieve handelspraktijken die ertoe strekken:

1° de indruk geven dat de consument het pand niet mag verlaten alvorens er een overeenkomst is opgesteld;

2° de consument thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan of niet meer terug te komen negeren, behalve indien, en voor zover gerechtvaardigd volgens de wettelijke of reglementaire bepalingen, wordt beoogd een contractuele verplichting te doen naleven;

3° hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of andere afstandsmedia, onverminderd de wettelijke of reglementaire bepalingen die dit toelaten om de uitvoering van een contractuele verplichting te verzekeren en onverminderd artikel 94/17 van deze wet en artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij;

4° een consument die op grond van een verzekeringspolis een vordering indient, om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de vordering te beoordelen, dan wel systematisch weigeren antwoord te geven op daaromtrent gevoerde correspondentie met de bedoeling de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen;

5° kinderen er in reclame rechtstreeks toe aanzetten om geadverteerde producten te kopen of om hun ouders of andere volwassenen ertoe over te halen die producten voor hen te kopen;

6° informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du vendeur seront menacés;

7° donner la fausse l'impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement de formalité, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,

– soit il n'existe pas de prix ou d'autre avantage équivalent,

– soit l'accomplissement de la formalité en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonnée à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.».

Art. 28

Il est inséré dans le chapitre VII — De la publicité et des pratiques commerciales déloyales, de la même loi, une section 5, comprenant les articles 94/12 à 94/17, avec l'intitulé suivant:

«Section 5 — Dispositions communes».

Art. 29

Un article 94/12, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/12 — § 1^{er}. Toute publicité faisant état d'un prix ou d'une réduction de prix, doit l'indiquer conformément aux prescriptions des articles 3 et 4, et le cas échéant de l'article 5 et des dispositions prises en application de l'article 6, 1.

§ 2. Toute publicité concernant les produits préemballés en quantités préétablies doit mentionner les quantités nominales du contenu des emballages, conformément aux dispositions de la section 2 du chapitre II, lorsque la publicité mentionne les prix de vente de ces produits.».

Art. 30

Un article 94/13, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/13 — § 1^{er}. Lorsque, en application de l'article 101 de la présente loi, le ministre ou l'agent com-

6° de consument uitdrukkelijk meedelen dat, als hij het product of de dienst niet koopt, de baan of de bestaansmiddelen van de handelaar in het gedrang komen;

7° de bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen dan wel door een bepaalde handeling te verrichten een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen, als er in feite

– geen sprake is van een prijs of een ander soortgelijk voordeel,

– of als het ondernemen van stappen om in te kunnen komen voor de prijs of voor een ander soortgelijk voordeel afhankelijk is van de betaling van een bedrag door de consument of indien daaraan voor hem kosten zijn verbonden.».

Art. 28

In Hoofdstuk VII — Reclame en oneerlijke handelspraktijken, van dezelfde wet, wordt een afdeling 5 ingevoegd, die artikelen 94/12 tot 94/17 omvat en waarvan het opschrift luidt als volgt:

«Afdeling 5 — Gemeenschappelijke bepalingen «.

Art. 29

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/12 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/12 — § 1. Elke reclame die gewag maakt van een prijs of een prijsvermindering, moet die aanduiden overeenkomstig de voorschriften van de artikelen 3 en 4, en in voorkomend geval van artikel 5 alsmede van de met toepassing van artikel 6, 1 vastgestelde bepalingen.

§ 2. Elke reclame betreffende voorverpakte producten in vooraf bepaalde hoeveelheden moet de nominale hoeveelheden van de inhoud van de verpakking vermelden, overeenkomstig de bepalingen van afdeling 2 van hoofdstuk II, wanneer de reclame de verkoopprijs van deze producten vermeldt.».

Art. 30

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/13 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/13 — § 1. Wanneer op grond van artikel 101 van deze wet, de minister of de door hem krachtens

missionné par lui en vertu de l'article 113, § 1^{er}, avertit un vendeur ou un annonceur d'un message publicitaire, qu'une pratique commerciale ou une publicité est contraire aux dispositions du présent chapitre, il incombe à l'annonceur ou au vendeur d'apporter, dans un délai d'un mois maximum, la preuve de l'exactitude des données de fait en rapport avec celles-ci.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le ministre ou l'agent commissionné à cet effet peut considérer la publicité ou la pratique commerciale comme contraire aux dispositions du présent chapitre.

§ 2. L'annonceur ou le vendeur sont également tenus d'apporter cette preuve, lorsqu'une action en cessation est intentée par:

1° le ministre et, le cas échéant, le ministre compétent visé à l'article 98, § 2;

2° les autres personnes visées à l'article 98, § 1^{er}, pour autant que, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur ou du vendeur et de toute autre partie à la procédure, le président du tribunal de commerce estime qu'une telle exigence est appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le président du tribunal de commerce peut considérer les données de fait comme inexactes.»

Art. 31

Un article 94/14, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/14 — §1^{er}. Les contrats et les conditions de fourniture de produits et de services aux consommateurs peuvent être interprétés notamment en fonction des messages publicitaires et des pratiques commerciales en relation directe avec ceux-ci.

§ 2. Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/8, 12°, 15° et 16° et 94/11, 1°, 2° et 7°, le consommateur peut, dans un délai raisonnable à partir du moment où il a eu connaissance ou aurait dû avoir connaissance de son existence, exiger le remboursement des sommes payées, sans restitution du produit livré ou du service fourni.

artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar, een verkoper of een adverteerder van een reclameboodschap ervan verwittigt dat een handelspraktijk of een reclame in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk, dan moet de adverteerder of de verkoper binnen een termijn van maximum één maand bewijzen dat de bovengenoemde gegevens juist zijn.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens eerste lid niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de minister of de hiertoe aangestelde ambtenaar oordelen dat de reclame of de handelspraktijk in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk.

§ 2. De adverteerder of de verkoper zijn er eveneens toe gehouden om dit bewijs te leveren als er een vordering tot staking wordt ingesteld door:

1° de minister en, in voorkomend geval, de bevoegde minister als bedoeld in artikel 98, § 2;

2° de andere personen bedoeld in artikel 98, § 1, voor zover dat, rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder of de verkoper en van elke andere partij bij de procedure, de voorzitter van de rechtbank van koophandel van oordeel is dat dergelijke eis aangepast is aan de omstandigheden van het concrete geval.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens eerste lid niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel de feitelijke gegevens als onjuist beschouwen.»

Art. 31

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/14 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/14 — §1. De overeenkomsten en de leveringsvoorwaarden van producten en diensten aan de consumenten kunnen onder meer worden geïnterpreteerd aan de hand van de reclameboodschappen en handelspraktijken die er rechtstreeks verband mee houden

§ 2. Wanneer een overeenkomst werd gesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in artikelen 94/8, 12°, 15° en 16° en 94/11, 1°, 2° en 7° kan de consument 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 ervan, zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.

Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/5 à 94/7, 94/8, 1° à 11°, 13° et 14°, 17° à 22°, 94/9 à 94/10 et 94/11, 3° à 6°, le président du tribunal de commerce peut, sans préjudice des sanctions de droit commun, ordonner le remboursement au consommateur des sommes qu'il a payées sans restitution par celui-ci du produit livré ou du service fourni.».

Art. 32

Un article 94/15, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/15 — § 1^{er}. Sans préjudice des pouvoirs qui Lui sont conférés en vertu d'une autre disposition légale, le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, pour les produits ou services ou les catégories de produits ou services qu'Il détermine:

1° interdire ou restreindre la publicité, en vue d'assurer une protection accrue de la sécurité du consommateur et de l'environnement;

2° déterminer les mentions minimales de la publicité, en vue d'assurer une meilleure information du consommateur.

§ 2. Avant de proposer un arrêté en application du § 1^{er}, le ministre consulte le Conseil de la Consommation et fixe le délai dans lequel l'avis doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.».

Art. 33

Un article 94/16, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/16 — § 1^{er}. Le Roi crée, au sein du Conseil de la Consommation et aux conditions qu'Il détermine, une commission chargée d'émettre des avis et des recommandations au sujet de la publicité et de l'étiquetage relatifs aux effets sur l'environnement et au sujet de l'élaboration d'un code de la publicité écologique.

§ 2. Après avis de la commission et à l'initiative conjointe du ministre et du ministre ayant l'environnement dans ses attributions, le Roi peut imposer un code de la publicité écologique.

Wanneer een overeenkomst werd afgesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in artikelen 94/5 tot en met 94/7, 94/8, 1° tot en met 11°, 13° en 14°, 17° tot en met 22°, 94/9 tot en met 94/10, en 94/11, 3° tot en met 6°, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel, onverminderd de gemeenrechtelijke sancties, de terugbetaling aan de consument van de door hem betaalde sommen bevelen zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.».

Art. 32

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/15 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/15 — § 1. Onverminderd de bevoegdheden die Hem krachtens een andere wetsbepaling zijn toegekend, kan de Koning, bij een in ministerraad overlegd besluit, voor de producten of diensten of de categorieën van producten of diensten die Hij bepaalt:

1° de reclame verbieden of beperken teneinde een betere bescherming van de veiligheid van de consument en van het leefmilieu te waarborgen;

2° de minimale vermeldingen van de reclame vaststellen, teneinde een betere voorlichting van de consument te verzekeren.

§ 2. Alvorens een besluit ter uitvoering van § 1 voor te stellen, raadpleegt de minister de Raad voor het Verbruik en bepaalt de termijn waarbinnen het advies moet worden gegeven. Eenmaal deze termijn is verstreken, is het advies niet meer vereist.».

Art. 33

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/16 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/16 — § 1. De Koning richt binnen de Raad voor het Verbruik, op de voorwaarden die Hij bepaalt een commissie op, belast met het uitbrengen van adviezen en aanbevelingen in verband met reclame en etikettering die betrekking hebben op de gevolgen voor het leefmilieu alsmede inzake de opstelling van een milieureclamecode.

§ 2. Na advies van de commissie en op gezamenlijk initiatief van de minister en van de minister die het leefmilieu onder zijn bevoegdheid heeft, kan de Koning een milieureclamecode opleggen.

§ 3. Le Roi détermine la composition de la commission. Celle-ci doit compter parmi ses membres au moins deux représentants d'associations de protection de l'environnement.».

Art. 34

Un article 94/17, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 94/17 — § 1^{er}. L'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs à des fins de publicité personnalisée est interdite, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages. Le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, étendre cette interdiction à d'autres techniques de communication, compte tenu de leur évolution.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, et sans préjudice du § 4, alinéa 2, tout émetteur est dispensé de solliciter auprès des personnes morales le consentement préalable à recevoir des publicités au moyen des techniques mentionnées à l'alinéa 1^{er} ou déterminées en application de celui-ci.

Sans préjudice de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, les publicités personnalisées, diffusées par d'autres techniques que celles mentionnées à l'alinéa 1^{er} ou déterminées en application de celui-ci ne peuvent l'être qu'en l'absence d'opposition manifeste du destinataire, personne physique ou morale. Aucun frais ne peut être imputé au destinataire en raison de l'exercice de son droit d'opposition.

§ 2. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication mentionnée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, ou déterminée en application de celui-ci, l'émetteur fournit une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir des publicités.

§ 3. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 3, il est interdit de dissimuler l'identité du vendeur au nom duquel la communication est faite.

§ 4. La charge de la preuve du caractère sollicité de la publicité envoyée au moyen d'une technique de com-

§ 3. De Koning bepaalt de samenstelling van de commissie. Deze moet ten minste twee vertegenwoordigers onder haar leden bevatten van verenigingen ter bescherming van het leefmilieu.».

Art. 34

In dezelfde wet, wordt een artikel 94/17 ingevoegd, luidende:

«Art. 94/17 — § 1. Het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en het gebruik van faxen voor specifiek aan de persoon gerichte reclame, is verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen. Bij een besluit, vastgesteld na overleg in de Ministerraad, kan de Koning dit verbod uitbreiden tot andere communicatietechnieken, rekening houdend met de evolutie ervan.

In afwijking van het eerste lid, en onverminderd § 4, tweede lid, is elke afzender ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen aan rechtspersonen om reclame te ontvangen via de communicatietechnieken vermeld in of vastgesteld met toepassing van het eerste lid.

Onverminderd artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij kan specifiek aan de persoon gerichte reclame verspreid door middel van andere technieken dan deze vermeld in of vastgesteld met toepassing van het eerste lid, slechts worden gebruikt bij ontstentenis van kennelijk verzet van de geadresseerde, natuurlijke persoon of rechtspersoon. Er kunnen geen kosten aan de geadresseerde worden aangerekend omwille van de uitoefening van zijn recht op verzet.

§ 2. Bij het versturen van enige reclame door middel van een communicatietechniek als vermeld in of vastgesteld met toepassing van § 1, eerste lid, verschaft de afzender duidelijke en verstaanbare informatie over het recht zich te verzetten tegen het ontvangen van reclame in de toekomst.

§ 3. Bij de verzending van enige reclame door middel van een communicatietechniek als bedoeld in § 1, derde lid, is het verboden de identiteit van de verkoper, namens wie de communicatie plaatsvindt, te verbergen.

§ 4. De bewijslast van het feit dat om reclame werd verzocht via een communicatietechniek vermeld in of

munication mentionnée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, ou déterminée en application de celui-ci, incombe à l'émetteur du message.

Toute personne peut notifier directement à un émetteur déterminé, sans frais ni indications de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités envoyées au moyen d'une technique visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}.».

Art. 35

L'article 95, alinéa 2, de la même loi, est remplacé par l'alinéa suivant:

«Il peut ordonner l'interdiction de la publicité visée à l'article 94/2 ainsi que l'interdiction des pratiques commerciales déloyales visées aux articles 94/5 à 94/11, lorsqu'elles n'ont pas encore été portées à la connaissance du public ou débuté, mais que leur publication ou mise en place est imminente.».

Art. 36

Un article 97*bis*, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 97*bis*. — Lorsque l'infraction concerne une publicité, l'action en cessation ne peut être intentée du chef de manquement aux dispositions des articles 94/1, 94/2 et 94/5, qu'à charge de l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, lorsque l'annonceur n'est pas domicilié en Belgique et n'a pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique, l'action en cessation pourra également être intentée à charge de:

- l'éditeur de la publicité écrite ou le producteur de la publicité audiovisuelle;
- l'imprimeur ou le réalisateur, si l'éditeur ou le producteur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique;
- le distributeur ainsi que toute personne qui contribue sciemment à ce que la publicité produise son effet, si l'imprimeur ou le réalisateur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique.».

vastgesteld met toepassing van § 1, eerste lid, berust op de afzender van het bericht.

Ieder persoon kan rechtstreeks aan een bepaalde afzender zonder kosten en zonder een reden op te geven, zijn wil kenbaar maken om van hem geen reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, meer te ontvangen.».

Art. 35

Artikel 95, tweede lid, van dezelfde wet, wordt vervangen als volgt:

«Hij kan de reclame bedoeld in artikel 94/2 en de oneerlijke handelspraktijken bedoeld in artikel 94/5 tot en met 94/11 verbieden wanneer zij nog niet onder het publiek zijn gebracht of begonnen, doch de publicatie of invoering ervan op het punt staat te gebeuren.».

Art. 36

In dezelfde wet wordt een artikel 97*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 97*bis*. — Als de inbreuk een reclame betreft, kan de vordering tot staking wegens overtreding van de bepalingen van de artikelen 94/1, 94/2 en 94/5 alleen tegen de adverteerder van de gewraakte reclame worden ingesteld.

Indien de adverteerder evenwel geen woonplaats in België heeft en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België heeft aangewezen, kan de vordering tot staking eveneens worden ingesteld tegen:

- de uitgever van de geschreven reclame of de producent van de audiovisuele reclame;
- de drukker of de maker, indien de uitgever of de producent geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen;
- de verdeler alsmede elke persoon die er bewust toe bijdraagt dat de reclame uitwerking heeft, indien de drukker of de maker geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen.».

Art. 37

A l'article 98 de la même loi, modifié par les lois des 14 juillet 1994 et 7 décembre 1998, sont apportées les modifications suivantes:

1° dans le § 1^{er}, point 2, les mots «à l'article 93» sont remplacés par les mots «à l'article 94/3»;

2° dans le § 1^{er}, point 3, les mots «sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 94 de la présente loi» sont supprimés;

3° dans le § 1^{er}, point 4, les mots «à l'article 93» sont remplacés par les mots «à l'article 94/3»;

4° dans le § 2, les mots «des articles 93» sont remplacés par les mots «des articles 94/3».

Art. 38

Dans l'article 101, alinéa 1^{er}, de la même loi, les mots «sans préjudice de l'article 24» sont remplacés par les mots «sans préjudice de l'article 94/13».

Art. 39

A l'article 102 de la même loi, modifié par les lois des 25 mai 1999, 26 juin 2000 et 24 août 2005, sont apportées les modifications suivantes:

1° le point 3 est remplacé par la disposition suivante:

«3. des articles 37, 39 et 39*bis*, relatifs aux documents sur les ventes de produits et de services et des arrêtés pris en exécution des articles 37 et 39;»;

2° il est inséré à la place du point 6*bis*, qui devient le point 6*ter*, un point 6*bis* nouveau rédigé comme suit:

«6*bis*. de l'article 76 relatif aux achats forcés;»;

3° le point 8 est remplacé par la disposition suivante:

«8. des articles 94/5, §§ 1^{er} et 3, 94/8 et 94/11, relatifs aux pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, à l'exception des articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°.».

Art. 37

In artikel 98 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 14 juli 1994 en 7 december 1998, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° in § 1, punt 2, worden de woorden «in artikel 93» vervangen door de woorden «in artikel 94/3»;

2° in § 1, punt 3, vervallen de woorden «tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 94 van deze wet» geschrapt;

3° in § 1, punt 4, worden de woorden «in artikel 93» vervangen door de woorden «in artikel 94/3»;

4° in § 2, worden de woorden «van de artikelen 93» vervangen door de woorden «van de artikelen 94/3».

Art. 38

In artikel 101, eerste lid van dezelfde wet worden de woorden «onverminderd het bepaalde in artikel 24» vervangen door de woorden «onverminderd het bepaalde in artikel 94/13».

Art. 39

In artikel 102 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 25 mei 1999, 26 juni 2000 en 24 augustus 2005, worden de volgende wijzigingen aangebracht:

1° punt 3 wordt vervangen als volgt:

«3. van de artikelen 37, 39 en 39*bis* inzake de documenten betreffende de verkoop van producten en diensten en van de besluiten in uitvoering van de artikelen 37 en 39;»;

2° in de plaats van punt 6*bis*, dat punt 6*ter* wordt, wordt een nieuw punt 6*bis* ingevoegd, luidende:

«6*bis*. van artikel 76 betreffende de afgedwongen aankopen;»;

3° punt 8 wordt vervangen als volgt:

«8. van de artikelen 94/5, §§ 1 en 3, 94/8 en 94/11, betreffende de oneerlijke handelspraktijken met uitzondering van de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7°.».

Art. 40

Dans l'article 103 de la même loi, modifié par les lois des 25 mai 1999 et 26 juin 2000, les mots «visées aux articles 30, 93 et 97» sont remplacés par les mots «visées aux articles 30, 94/3 et 97».

Art. 41

Dans l'article 105 de la même loi, modifié par la loi du 26 juin 2000, les mots «à l'article 85 prohibant les offres en vente et les ventes faisant abusivement état d'actions philanthropiques humanitaires ou de nature à éveiller la générosité du consommateur» sont remplacés par les mots «aux articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°, relatifs aux pratiques commerciales déloyales».

Art. 42

Un article 122 *bis*, rédigé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Art. 122*bis*. — Le Roi peut coordonner les dispositions de la présente loi et les dispositions qui les auraient expressément ou implicitement modifiées au moment où les coordinations seront établies.

A cette fin, Il peut:

1° modifier l'ordre, le numérotage et, en général, la présentation des dispositions à coordonner;

2° modifier les références qui seraient contenues dans les dispositions à coordonner en vue de les mettre en concordance avec le numérotage nouveau;

3° modifier la rédaction des dispositions à coordonner en vue d'assurer leur concordance et d'en unifier la terminologie, sans qu'il puisse être porté atteinte aux principes inscrits dans ces dispositions.

Les coordinations porteront l'intitulé déterminé par le Roi.».

Art. 40

In artikel 103 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wetten van 25 mei 1999 en 26 juni 2000, worden de woorden «bedoeld in de artikelen 30, 93 en 97» vervangen door de woorden «bedoeld in de artikelen 30, 94/3 en 97».

Art. 41

In artikel 105 van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 26 juni 2000, worden de woorden «artikel 85 dat de tekoopaanbiedingen en verkopen verbiedt waarbij ten onrechte gewag wordt gemaakt van acties van menslievende of humanitaire aard of die gevoelens van vrijgevigheid bij de consument opwekken» vervangen door de woorden «de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7° betreffende de oneerlijke handelspraktijken».

Art. 42

In dezelfde wet wordt een artikel 122*bis* ingevoegd, luidende:

«Art. 122*bis*. — De Koning kan de bepalingen van deze wet coördineren met de bepalingen die daarin uitdrukkelijk of stilzwijgend wijzigingen hebben aangebracht tot het tijdstip van de coördinatie.

Te dien einde kan Hij:

1° de te coördineren bepalingen anders inrichten, inzonderheid opnieuw ordenen en vernummern;

2° de verwijzingen in de te coördineren bepalingen dienovereenkomstig vernummern;

3° de te coördineren bepalingen met het oog op onderlinge overeenstemming en eenheid van terminologie herschrijven, zonder te raken aan de erin neergelegde beginselen.

De coördinaties zullen het opschrift dragen bepaald door de Koning.».

Art. 43

Sont abrogés, dans la même loi:

1° le chapitre IV, De la publicité, modifié par les lois des 25 mai 1999, 11 mars 2003 et 24 août 2005 comprenant les articles 22 à 29*bis*;

2° l'article 85.

Art. 44

La présente loi entre en vigueur le premier jour du sixième mois qui suit celui au cours duquel elle aura été publiée au *Moniteur belge*.

Donné à Bruxelles, le 7 mars 2007

ALBERT

PAR LE ROI :

*Pour la ministre de la Protection de la Consommation,
Absente, le ministre de la Mobilité,*

Renaat LANDUYT

Le ministre de l'Economie,

Marc VERWILGHEN

La ministre des Classes moyennes,

Sabine LARUELLE

Art. 43

In dezelfde wet worden opgeheven:

1° hoofdstuk IV, Reclame, gewijzigd bij de wetten van 25 mei 1999, 11 maart 2003 en 24 augustus 2005, bestaande uit de artikelen 22 tot 29*bis*;

2° artikel 85.

Art. 44

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

Gegeven te Brussel, 7 maart 2007

ALBERT

VAN KONINGSWEGE :

*Voor de minister van Consumentenzaken,
Afwezig, de minister van Mobiliteit,*

Renaat LANDUYT

De minister van Economie,

Marc VERWILGHEN

De minister van Middenstand,

Sabine LARUELLE

ANNEXE

BIJLAGE

TEXTE DE BASE

Dispositions de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur

CHAPITRE IV

De la publicité

Art. 22

Pour l'application de la présente loi, est considérée comme publicité, toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations, quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en oeuvre.

Est considérée comme publicité comparative, toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des produits ou services offerts par un concurrent

Art. 23

Sans préjudice d'autres dispositions légales ou réglementaires, est interdite toute publicité :

1° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, l'origine, la quantité, la disponibilité, le mode et la date de fabrication ou les caractéristiques d'un produit ou les effets sur l'environnement; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un produit, notamment au point de vue de ses propriétés, de ses possibilités d'utilisation, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit et des services qui l'accompagnent;

2° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, la durée, la disponibilité,

TEXTE DE BASE ADAPTÉ AU PROJET DE LOI VISANT À TRANSPOSER LES DISPOSITIONS DE LA DIRECTIVE RELATIVE AUX PRATIQUES COM- MERCIALES DELOYALES DES ENTREPRISES VIS- A-VIS DES CONSOMMATEURS DANS LE MARCHÉ INTÉRIEUR

Dispositions de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur

CHAPITRE IV

De la publicité

Art. 22

Abrogé (repris à l'article 93, 3°)

Abrogé (repris à l'article 93, 4°)

Art. 23

Abrogé (repris à l'article 94/2, 1°)

Abrogé (voir article 94/2, 2°)

BASISTEKST

Bepalingen van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument

HOOFDSTUK IV**Reclame****Art. 22**

Voor de toepassing van deze wet wordt als reclame beschouwd elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten of diensten te bevorderen, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen.

Wordt als vergelijkende reclame beschouwd elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd.

Art. 23

Onverminderd andere wettelijke of reglementaire bepalingen is elke reclame verboden:

1° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de oorsprong, de hoeveelheid, de beschikbaarheid, de wijze en de datum van vervaardiging, of de kenmerken van een product of de gevolgen voor het leefmilieu; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een product, onder meer vanuit het oogpunt van zijn eigenschappen, van zijn gebruiksmogelijkheden, van de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, van de voorwaarden waaronder het kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan, alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op het product werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

2° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de duur, de beschikbaarheid, de datum

**BASISTEKST AANGEPAST AAN HET ONTWERP
VAN WET TOT OMZETTING VAN VERSCHILLENDE
BEPALINGEN VAN DE RICHTLIJN BETREFFENDE
ONEERLIJKE HANDELSPRAKTIJKEN VAN
ONDERNEMINGEN JEGENS CONSUMENTEN OP
DE INTERNE MARKT**

Bepalingen van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument

HOOFDSTUK IV**Reclame****Art. 22**

Opgeheven (zie artikel 93, 3°)

Opgeheven (zie artikel 93, 4°)

Art. 23

Opgeheven (zie artikel 94/2, 1°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 2°)

la date de prestation ou les caractéristiques d'un service; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un service, notamment au point de vue de ses propriétés, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le service et des services qui l'accompagnent;

3° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité ou les qualités du vendeur d'un produit ou service;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 3°)

4° par laquelle le vendeur omet des informations essentielles dans le but d'induire en erreur sur les mêmes éléments que ceux visés aux 1°, 2° et 3°;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 4°)

5° qui, étant donné son effet global, y compris sa présentation, ne peut être nettement distinguée comme telle, et qui ne comporte pas la mention "publicité" de manière lisible, apparente et non équivoque;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 5°)

6° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 23 bis, comporte des éléments dénigrants à l'égard d'un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 6°)

7° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 23 bis, comporte des comparaisons trompeuses, dénigrantes ou impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres vendeurs;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 7°)

8° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 23 bis, comporte des éléments susceptibles de créer la confusion avec un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 8°)

9° qui porte sur une offre de produits ou de services, lorsque le vendeur ne dispose pas du stock suffisant ou ne peut effectivement prêter les services qui doivent normalement être prévus, compte tenu de l'ampleur de la publicité;

Abrogé (repris à l'article 94/2, 9°)

10° qui éveille chez le consommateur l'espoir ou la certitude d'avoir gagné ou de pouvoir gagner un produit, un service ou un avantage quelconque par l'effet du hasard.

Abrogé (repris de manière générale par l'article 94/11, 7°)

Cette interdiction ne s'applique pas à :
la publicité pour les loteries autorisées;
la publicité comportant des offres, gratuites ou non, de titres de participation aux loteries autorisées, y compris les offres visées aux articles 56.6 et 57.2;

waarop een dienst verstrekt wordt of de kenmerken van die dienst; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een dienst, onder meer uit het oogpunt van zijn eigenschappen, van de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, van de voorwaarden waaronder hij kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan, alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op de dienst werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

3° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit of de kwaliteiten van de verkoper van een product of dienst;

4° waarbij de verkoper essentiële inlichtingen weglaat met de bedoeling te misleiden omtrent dezelfde gegevens als die bedoeld in 1°, 2° en 3°;

5° die, vanwege de globale indruk, met inbegrip van de presentatie, niet onmiskenbaar als zodanig kan worden herkend, en die niet leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig de vermelding "reclame" draagt;

6° die, onverminderd de bepalingen voorzien in artikel 23 *bis*, afbrekende gegevens bevat ten opzichte van een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

7° die, onverminderd de bepalingen voorzien in artikel 23 *bis*, vergelijkingen inhoudt die bedrieglijk of afbrekend zijn of die het zonder noodzaak mogelijk maken een of meer andere verkopers te identificeren;

8° die, onverminderd de bepalingen voorzien in artikel 23 *bis*, gegevens bevat waardoor verwarring kan ontstaan met een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

9° die betrekking heeft op een aanbod van producten of diensten, als de verkoper niet over een toereikende voorraad beschikt of niet werkelijk de diensten kan verlenen die, gelet op de omvang van de reclame, normalerwijze moeten voorzien zijn;

10° die bij de consument de hoop of de zekerheid wekt een product, een dienst of enig voordeel te hebben gewonnen of te kunnen winnen door de werking van het toeval.

Dit verbod geldt niet voor:

- de reclame voor de toegelaten loterijen;
- de reclame die, al dan niet gratis, aanbiedingen van deelnemingstitels aan de toegelaten loterijen bevat met inbegrip van de aanbiedingen bedoeld in de artikelen 56.6 en 57.2;

Opgeheven (zie artikel 94/2, 3°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 4°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 5°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 6°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 7°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 8°)

Opgeheven (zie artikel 94/2, 9°)

Opgeheven (nu op algemene wijze geregeld in artikel 94/11, 7°)

11° qui favorise un acte qui doit être considéré comme un manquement à la présente loi ou comme une infraction en application des articles 102 à 105 de la présente loi;

Abrogé

12° qui se réfère à des tests comparatifs effectués par des organisations de consommateurs;

Abrogé

13° qui, ayant trait à des produits ou appareils autres que des médicaments, fait référence de manière abusive à l'amélioration de l'état de santé du consommateur;

Abrogé (réglé de manière générale à l'article 94/2, point 11)

14° qui, hormis le cas des offres conjointes autorisées, est relative à une offre gratuite de produits ou services ou de tout autre avantage, lorsque la demande d'obtention de celle-ci n'est pas distincte de tout bon de commande de produits ou de services.

Abrogé (réglé de manière générale par l'article 78, § 2)

Art. 23bis

Art. 23bis

§ 1^{er}. La publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites, en ce qui concerne la comparaison :

Abrogé (repris à l'article 94/1)

1° elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 23, 1° à 5°, de la présente loi;

Abrogé (repris de manière générale à l'article 94/1, 1°)

2° elle compare des produits ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 2°)

3° elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces produits et services, dont le prix peut faire partie;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 3°)

4° elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 4°)

5° elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits, services, activités ou situations d'un concurrent;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 5°)

6° pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 6°)

7° elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;

Abrogé (repris à l'article 94/1, 7°)

11° die een daad in de hand werkt die beschouwd moet worden als een nietnaleving van deze wet of als een inbreuk krachtens de artikelen 102 tot 105 van deze wet;

12° die verwijst naar vergelijkende tests, uitgevoerd door consumentenorganisaties;

13° die betrekking heeft op producten of apparaten die geen geneesmiddelen zijn en waarvan ten onrechte wordt voorgehouden dat ze de medische toestand van de consument zouden verbeteren;

14° die, buiten de gevallen van toegelaten gezamenlijk aanbod, betrekking heeft op een gratis aanbod van producten of diensten of enig ander voordeel, wanneer de vraag om deze te verkrijgen niet gescheiden is van enige bestelbon van producten of diensten.

Art. 23bis

§ 1. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd op voorwaarde dat deze:

1° niet misleidend is in de zin van artikel 23, 1° tot 5° van onderhavige wet;

2° producten of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;

3° op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze producten en diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, met elkaar vergelijkt;

4° er niet toe leidt dat op de markt de adverteerder met een concurrent, of de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten van de adverteerder met die van een concurrent worden verward;

5° niet de goede naam schaadt van of zich niet kleinerend uitlaat over de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;

6° voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;

7° geen oneerlijk voordeel oplevert ten gevolge van de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken van een concurrent dan wel van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten;

Opgeheven

Opgeheven

Opgeheven (nu op algemene wijze geregeld in artikel 94/2, punt 11)

Opgeheven (nu op algemene wijze geregeld in artikel 78, § 2)

Art. 23 bis

Opgeheven (zie artikel 94/1)

Opgeheven (nu op algemene wijze geregeld in artikel 94/1, 1°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 2°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 3°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 4°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 5°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 6°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, 7°)

8° elle ne présente pas un produit ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un produit ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

§ 2. Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des produits ou services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

§ 3. Est interdite toute publicité comparative qui ne respecte pas les conditions fixées aux § § 1^{er} et 2.

Art. 24

§ 1^{er}. Lorsque, en application de l'article 101 de la présente loi, le ministre ou l'agent commissionné par lui en vertu de l'article 113, § 1^{er}, avertit un annonceur d'un message publicitaire qui porte sur une ou plusieurs des données de fait mesurables et vérifiables ciaprès:

l'identité;
la quantité;
la composition;
le prix;
l'origine;
la date de fabrication ou de péremption;
les conditions de vente, de location, de prestation, de livraison ou de garantie de produits ou de services qui font l'objet de la publicité;
les possibilités d'utilisation;
la disponibilité et l'existence des produits ou services présentés; qu'une ou plusieurs de ces données sont de nature à induire en erreur, il incombe à l'annonceur d'apporter dans un délai d'un mois maximum la preuve de l'exactitude desdites données.

§ 2. Pour les données visées au § 1^{er}, l'annonceur est également tenu d'apporter cette preuve, lorsqu'une action en cessation est intentée par :

1. le ministre et, le cas échéant, le ministre compétent visé à l'article 98, § 2;

2. les autres personnes visées à l'article 98, § 1^{er}, pour autant que, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, le président du tribunal de commerce estime qu'une telle

Abrogé (repris à l'article 94/1, 8°)

Abrogé (repris à l'article 94/1, § 2)

Abrogé (repris à l'article 94/1, § 3)

Art. 24

Abrogé (modifié par l'article 94/13, § 1^{er})

Abrogé (modifié par l'article 94/13, § 2)

8° niet producten of diensten voorstelt als een imitatie of namaak van producten of diensten met een beschermd handelsmerk of beschermde handelsnaam.

§ 2. Elke vergelijking die verwijst naar een speciale aanbieding, moet duidelijk en ondubbelzinnig het einde en, zo de speciale aanbieding nog niet loopt, het begin aangeven van de periode gedurende welke de speciale prijs of andere specifieke voorwaarden gelden dan wel in voorkomend geval, vermelden dat de speciale aanbieding loopt zo lang de voorraad strekt of de diensten kunnen worden geleverd.

§ 3. Verboden is elke vergelijkende reclame die de voorwaarden gesteld in § 1 en 2 niet eerbiedigt.

Art. 24

§ 1. Wanneer, op grond van artikel 101 van deze wet de minister of de door hem krachtens artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar, een adverteerder van een reclameboodschap die betrekking heeft op een of meer van de navolgende meetbare en controleerbare feitelijke gegevens:

- de identiteit;
- de hoeveelheid;
- de samenstelling;
- de prijs;
- de oorsprong;
- de fabricage of vervaldatum;
- de verkoops, verhurings, verlenings, leverings of garantievoorwaarden voor producten of diensten die het voorwerp van de reclame zijn;
- de gebruiksmogelijkheden;
- de beschikbaarheid en het bestaan van de aangeboden producten of diensten; ervan verwittigt dat een of meer van deze gegevens misleidend kunnen zijn, dan moet de adverteerder binnen een termijn van maximum een maand bewijzen dat de bovengenoemde gegevens juist zijn.

§ 2. Voor de gegevens bedoeld in § 1, is de adverteerder eveneens verplicht dit bewijs te leveren indien een vordering tot staking wordt ingesteld door:

1. de minister en desgevallend de bevoegde minister bedoeld in artikel 98, § 2;
2. de andere personen bedoeld in artikel 98, § 1, voor zover dat, rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder en van elke andere partij bij de procedure, de voorzitter van de rechtbank van koophandel van oordeel is dat dergelijke eis aangepast

Opgeheven (zie artikel 94/1,8°)

Opgeheven (zie artikel 94/1, § 2)

Opgeheven (zie artikel 94/1, § 3)

Art. 24

Opgeheven (gewijzigd door artikel 94/13, § 1)

Opgeheven (gewijzigd door artikel 94/13, § 2)

exigence est appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa précédent ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le président du tribunal de commerce peut considérer les données de fait comme inexactes.

§ 3. Les contrats et les conditions de fourniture de produits et de services aux consommateurs peuvent être interprétés notamment en fonction des données de fait visées au § 1^{er} et contenues dans la publicité.

Art. 25

Toute publicité concernant les produits préemballés en quantités préétablies doit mentionner les quantités nominales du contenu des emballages, conformément aux dispositions de la section 2 du chapitre II, lorsque la publicité mentionne les prix de vente de ces produits.

Art. 26

Toute publicité faisant état d'un prix ou d'une réduction de prix, doit l'indiquer conformément aux prescriptions des articles 3 et 4, et le cas échéant de l'article 5 et des dispositions prises en application de l'article 6, 1.

Art. 27

L'action en cessation ne peut être intentée du chef de manquement aux dispositions des articles 23 et 23*bis* qu'à charge de l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, lorsque l'annonceur n'est pas domicilié en Belgique et n'a pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique, l'action en cessation pourra également être intentée à charge de :

l'éditeur de la publicité écrite ou le producteur de la publicité audiovisuelle;

l'imprimeur ou le réalisateur, si l'éditeur ou le producteur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique;

le distributeur ainsi que toute personne qui contribue sciemment à ce que la publicité produise son effet, si l'imprimeur ou le réalisateur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique.

Abrogé (repris de manière générale par l'article 94/14, §1^{er})

Art. 25

Abrogé (repris par l'article 94/12, § 2)

Art. 26

Abrogé (repris par l'article 94/12, § 1^{er})

Art. 27

Abrogé (repris de manière générale par l'article 97*bis*)

is aan de omstandigheden van het concrete geval.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens het vorige lid niet worden aangebracht dan wel onvoldoende worden geacht, kan de voorzitter van de rechtbank van koop-handel de feitelijke gegevens als onjuist beschouwen.

§ 3. De overeenkomsten en de leveringsvoorwaarden van producten en diensten aan de consumenten kunnen onder meer worden geïnterpreteerd in functie van de feitelijke gegevens bedoeld in § 1 en vervat in de reclame.

ART. 25

Elke reclame betreffende voorverpakte producten in vooraf bepaalde hoeveelheden moet de nominale hoeveelheden van de inhoud van de verpakking vermelden, overeenkomstig de bepalingen van afdeling 2 van hoofdstuk II, wanneer de reclame de verkoopprijs van deze producten vermeldt.

Art. 26

Elke reclame die gewag maakt van een prijs of een prijsvermindering, moet die aanduiden overeenkomstig de voorschriften van de artikelen 3 en 4, en in voorkomend geval van artikel 5 alsmede van de met toepassing van artikel 6, 1 vastgestelde bepalingen.

Art. 27

De vordering tot staking, wegens de nietnaleving van de bepalingen van de artikelen 23 en 23 *bis*, kan alleen worden ingesteld tegen de adverteerder van de gewraakte reclame.

Indien de adverteerder evenwel geen woonplaats in België heeft en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België heeft aangewezen, kan de vordering tot staking eveneens worden ingesteld tegen:

de uitgever van de geschreven reclame of de producent van de audiovisuele reclame;

de drukker of de maker, indien de uitgever of de producent geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen;

de verdeler evenals elke persoon die er bewust toe bijdraagt dat de reclame uitwerking heeft, indien de drukker of de maker geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen.

Opgeheven (op algemene wijze geregeld in artikel 94/14, § 1)

Art. 25

Opgeheven (zie artikel 94/12, § 2)

Art. 26

Opgeheven (zie artikel 94/12, § 1)

Art. 27

Opgeheven (nu op algemene wijze geregeld in artikel 97*bis*)

Art. 28

§ 1^{er}. Sans préjudice des pouvoirs qui Lui sont conférés en vertu d'une autre disposition légale, le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, pour les produits ou services ou les catégories de produits ou services qu'Il détermine :

1° interdire ou restreindre la publicité en vue d'assurer une protection accrue de la sécurité du consommateur et de l'environnement;

2° déterminer les mentions minimales de la publicité, en vue d'assurer une meilleure information du consommateur.

§ 2. Avant de proposer un arrêté en application du § 1^{er}, le ministre consulte le Conseil de la Consommation et fixe le délai dans lequel l'avis doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.

Art. 29

§ 1^{er}. Le Roi crée, au sein du Conseil de la consommation et aux conditions qu'Il détermine, une commission chargée d'émettre des avis et des recommandations au sujet de la publicité et de l'étiquetage relatifs aux effets sur l'environnement et au sujet de l'élaboration d'un code de la publicité écologique.

§ 2. Avant de proposer un arrêté concernant l'étiquetage ou la publicité relatifs aux effets sur l'environnement en application de la présente loi, le Ministre des Affaires économiques consulte la commission visée au § 1^{er}, ainsi que le ministre compétent en matière d'environnement. Le ministre des Affaires économiques fixe le délai dans lequel l'avis de la commission doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.

§ 3. Après avis de la commission et à l'initiative conjointe du ministre des Affaires économiques et du ministre ayant l'environnement dans ses attributions, le Roi peut imposer un code de la publicité écologique.

§ 4. Le Roi détermine la composition de la commission. Celle-ci doit compter parmi ses membres au moins deux représentants d'associations de protection de l'environnement.

Art. 28

Abrogé (repris par l'article 94/15, § 1^{er})

Abrogé (repris par l'article 94/15, § 2)

Art. 29

Abrogé (repris par l'article 94/16, § 1^{er})

Abrogé

Abrogé (repris par l'article 94/16, §2)

Abrogé (repris par l'article 94/16, §3)

Art. 28

§ 1. Onverminderd de bevoegdheden die Hem krachtens een andere wetsbepaling zijn toegekend kan de Koning, bij een in Ministerraad overlegd besluit, voor de producten of diensten of de categorieën van producten of diensten die Hij bepaalt:

1° de reclame verbieden of beperken teneinde een betere bescherming van de veiligheid van de consument en van het leefmilieu te waarborgen;

2° de minimale vermeldingen van de reclame vaststellen, teneinde een betere voorlichting van de consument te verzekeren.

§ 2. Alvorens een besluit ter uitvoering van § 1 voor te stellen raadpleegt de minister de Raad voor het Verbruik en bepaalt de termijn waarbinnen het advies moet worden gegeven. Eenmaal deze termijn is verstreken, is het advies niet meer vereist.

Art. 29

§ 1. De Koning richt binnen de Raad voor het Verbruik, op de voorwaarden die Hij bepaalt, een commissie op belast met het uitbrengen van adviezen en aanbevelingen in verband met reclame en etikettering die betrekking hebben op de gevolgen voor het leefmilieu alsmede inzake de opstelling van een milieureclamecode.

§ 2. Alvorens een besluit in verband met etikettering of reclame betreffende de effecten op het leefmilieu ter uitvoering van deze wet voor te stellen, raadpleegt de minister van Economische Zaken de commissie, vermeld in § 1 en de minister bevoegd voor het leefmilieu. De minister van Economische Zaken bepaalt de termijn waarbinnen het advies van de commissie moet worden gegeven. Eenmaal deze termijn is verstreken, is het advies niet meer vereist.

§ 3. Na advies van de commissie en op gezamenlijk initiatief van de minister van Economische Zaken en van de minister die het leefmilieu onder zijn bevoegdheid heeft, kan de Koning een milieureclamecode opleggen.

§ 4. De Koning bepaalt de samenstelling van de commissie. Deze moet tenminste twee vertegenwoordigers onder haar leden bevatten van verenigingen ter bescherming van het leefmilieu.

Art. 28

Opgeheven (zie artikel 94/15, §1)

Opgeheven (zie artikel 94/15, §2)

Art. 29

Opgeheven (zie artikel 94/16, § 1)

Opgeheven

Opgeheven (zie artikel 94/16, § 2)

Opgeheven (zie artikel 94/16, § 3)

Art. 29bis

§ 1^{er}. L'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs à des fins de publicité personnalisée est interdite, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages. Le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des Ministres, étendre cette interdiction à d'autres techniques de communication, compte tenu de leur évolution.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, et sans préjudice du § 4, alinéa 2, tout émetteur est dispensé de solliciter auprès des personnes morales le consentement préalable à recevoir des publicités au moyen des techniques visées à l'alinéa 1^{er}.

Sans préjudice de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, les publicités personnalisées, diffusées par d'autres techniques que celles visées à l'alinéa 1^{er} ne peuvent l'être qu'en l'absence d'opposition manifeste du destinataire, personne physique ou morale. Aucun frais ne peut être imputé au destinataire en raison de l'exercice de son droit d'opposition.

§ 2. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, l'émetteur fournit une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir des publicités.

§ 3. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 3, il est interdit de dissimuler l'identité du vendeur au nom duquel la communication est faite.

§ 4. La charge de la preuve du caractère sollicité de la publicité envoyée au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, incombe à l'émetteur du message.

Toute personne peut notifier directement à un émetteur déterminé, sans frais ni indications de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités envoyées au moyen d'une technique visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}.

Art. 29bis

Abrogé (repris par l'article 94/17, §1^{er})

Abrogé (repris par l'article 94/17, § 2)

Abrogé (repris par l'article 94/17, § 3)

Abrogé (repris par l'article 94/17, § 4)

Art. 29bis

§ 1. Het gebruik van geautomatiseerde oproep-systemen zonder menselijke tussenkomst en van faxen voor specifiek aan de persoon gerichte reclame is verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen. Bij een besluit, vastgesteld na overleg in de Ministerraad, kan de Koning dit verbod uitbreiden tot andere communicatietechnieken, rekening houdende met de evolutie ervan.

In afwijking van het eerste lid, en onverminderd hetgeen bepaald is in § 4, tweede lid, is elke afzender ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen aan rechtspersonen om reclame te ontvangen via de communicatietechnieken bedoeld in het eerste lid.

Onverminderd artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij kan specifiek aan de persoon gerichte reclame verspreid door middel van andere technieken dan deze bedoeld in het eerste lid slechts worden gebruikt bij ontstentenis van kennelijk verzet van de geadresseerde, natuurlijke persoon of rechtspersoon. Er kunnen geen kosten aan de geadresseerde worden aangerekend omwille van de uitoefening van zijn recht op verzet.

§ 2. Bij het versturen van elke reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, verschaft de afzender duidelijke en begrijpelijke informatie over het recht zich te verzetten tegen het ontvangen van reclame in de toekomst.

§ 3. Bij het versturen van reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, derde lid, is het verboden de identiteit van de verkoper namens wie de communicatie plaatsvindt, te verbergen.

§ 4. De bewijslast van het feit dat om reclame werd verzocht via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, berust op de afzender van het bericht.

Ieder persoon kan rechtstreeks aan een bepaalde afzender zonder kosten en zonder een reden op te geven, zijn wil kenbaar maken om van hem geen reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, meer te ontvangen.

Art. 29bis

Opgeheven (zie artikel 94/17, §1)

Opgeheven (zie artikel 94/17, §2)

Opgeheven (zie artikel 94/17, §3)

Opgeheven (zie artikel 94/17, §4)

CHAPITRE V

Dispositions générales concernant les ventes de produits et de services au consommateur*Section 4***Des documents relatifs aux ventes de produits et de services**

CHAPITRE V

Dispositions générales concernant les ventes de produits et de services au consommateur*Section 4***Des documents relatifs aux ventes de produits et de services****Art. 39bis**

Sans préjudice de réglementations particulières qui l'autorisent expressément, il est interdit au vendeur de faire signer par le consommateur une lettre de change pour se faire promettre ou se faire garantir le paiement des engagements de celui-ci.

*Section 5***De l'exécution du contrat****Art. 39ter**

Il est interdit au vendeur de facturer des appels téléphoniques pour lesquels le consommateur doit payer le contenu du message, en plus du tarif d'appel, lorsque ces appels concernent l'exécution d'un contrat de vente déjà conclu.

CHAPITRE VI

De certaines pratiques du commerce*Section 2***Des annonces de réductions et de comparaisons de prix****Art.43**

§ 1^{er}. Tout vendeur qui annonce une réduction de prix doit faire référence au prix qu'il pratiquait antérieurement et d'une manière habituelle pour des produits ou services identiques dans le même établissement.

§ 2. Les réductions de prix annoncées doivent être réelles. Sauf pour les produits susceptibles d'une détérioration rapide, aucun prix ni tarif ne peut être considéré comme habituel s'il n'a pas été pratiqué pendant une période continue d'un mois précédant immédiatement la date à partir de laquelle le prix réduit est applicable.

CHAPITRE VI

De certaines pratiques du commerce*Section 2***Des annonces de réductions et de comparaisons de prix****Art.43**

Inchangé

Inchangé

HOOFDSTUK V

Algemene bepalingen betreffende de verkopen van producten en diensten aan de consument*Afdeling 4***Documenten betreffende de verkopen van producten en van diensten**

HOOFDSTUK VI

Bepaalde handelspraktijken*Afdeling 2***Aankondigingen van prijsverminderingen en -vergelijkingen**

Art. 43

§ 1. Elke verkoper die een prijsvermindering aankondigt, moet verwijzen naar de prijs die hij voordien voor gelijke producten of diensten placht toe te passen in dezelfde inrichting.

§ 2. De aangekondigde prijsverminderingen moeten reëel zijn. Behalve voor de producten waarvan de waarde snel kan verminderen, kan geen enkele prijs noch tarief als gebruikelijk worden beschouwd indien hij niet werd toegepast gedurende een doorlopende periode van één maand, onmiddellijk voorafgaand aan de datum vanaf welke de verminderde prijs wordt toegepast.

HOOFDSTUK V

Algemene bepalingen betreffende de verkopen van producten en diensten aan de consument*Afdeling 4***Documenten betreffende de verkopen van producten en van diensten****Art. 39bis**

Onverminderd bijzondere reglementeringen die het uitdrukkelijk toelaten, is het aan de verkoper verboden de consument een wisselbrief ter ondertekening voor te leggen om deze laatste de betaling van zijn verplichtingen te laten beloven of waarborgen.

Afdeling 5**Uitvoering van de overeenkomst****Art. 39ter**

Het is de verkoper verboden telefoonoproepen aan te rekenen waarbij de consument naast de prijs voor de oproep ook dient te betalen voor de inhoud, waneer het oproepen betreft over de uitvoering van een reeds gesloten verkoopovereenkomst

HOOFDSTUK VI

Bepaalde handelspraktijken*Afdeling 2***Aankondigingen van prijsverminderingen en -vergelijkingen**

Art. 43

Ongewijzigd

Ongewijzigd

La date à partir de laquelle le prix réduit est applicable doit demeurer indiquée pendant toute la période de vente.

Hormis pour les ventes en liquidation, cette période ne peut excéder un mois et sauf pour les produits visés à l'article 41, § 1^{er}, c), ne peut être inférieure à une journée entière de vente.

§ 3. Pour les produits offerts en vente de la manière prévue à l'article 49, est considéré comme habituel, le prix pratiqué de manière ininterrompue durant les périodes visées à l'article 53.

§ 4. Sans préjudice des dispositions prévues à l'article 23bis, le vendeur ne peut faire référence à d'autres prix que s'il l'annonce d'une manière lisible, apparente et sans équivoque et qu'il s'agit d'un prix au détail réglementé en application d'une loi. Dans ce cas, il ne peut recourir aux modes d'indication de réduction de prix visés à l'article 5.

§ 5. Nul ne peut recourir à une annonce de réduction de prix ou de comparaison de prix s'il ne peut justifier que le prix de référence répond aux dispositions fixées au présent article.

Section 9

Des contrats à distance

Sous-section 2

Contrats à distance ne portant pas sur des services financiers

Art. 78

Lors de l'offre en vente à distance, le consommateur doit être informé sans équivoque, de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, notamment sur les éléments suivants :

- 1° l'identité du vendeur et son adresse géographique;
- 2° les caractéristiques essentielles du produit ou du service;
- 3° le prix du produit ou du service;
- 4° les frais de livraison, le cas échéant;
- 5° les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du contrat;

Inchangé

§4. Sans préjudice des dispositions énoncées à l'**article 94/1**, le vendeur ne peut faire référence à d'autres prix que s'il l'annonce d'une manière lisible, apparente et sans équivoque et qu'il s'agit d'un prix au détail réglementé en application d'une loi. Dans ce cas, il ne peut recourir aux modes d'indication de réduction de prix visés à l'article 5.

Inchangé

Section 9

Des contrats à distance

Sous-section 2

Contrats à distance ne portant pas sur des services financiers

Art. 78

Inchangé et devient le § 1^{er} de l'article 78.

De datum vanaf welke de verminderde prijs wordt toegepast, moet aangeduid blijven gedurende de ganse verkoopperiode.

Behalve voor de uitverkopen mag deze periode ten hoogste één maand bedragen en, behalve voor de producten bedoeld in artikel 41, § 1, c), mag zij niet korter zijn dan een volle verkoopdag.

§ 3. Voor de producten te koop aangeboden op de wijze bepaald in artikel 49, wordt als gebruikelijk beschouwd, de prijs die tijdens de in artikel 53 bedoelde periodes op ononderbroken wijze werd toegepast.

§ 4. Onverminderd de bepalingen voorzien in artikel 23 *bis* mag de verkoper slechts naar andere prijzen verwijzen indien hij het leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig aankondigt en indien het gaat om een kleinhandelsprijs die werd gereguleerd met toepassing van een wet]. In dat geval mag hij niet overgaan tot de aanduidingswijzen van een prijsvermindering bedoeld in artikel 5.

§ 5. Niemand mag tot de aankondiging van een prijsvermindering of van een prijsvergelijking overgaan, indien hij niet kan staven dat de prijs waarnaar hij verwijst, beantwoordt aan de voorwaarden gesteld in dit artikel.

Afdeling 9

Overeenkomsten op afstand

Onderafdeling 2

Overeenkomsten op afstand de geen betrekking hebben op financiële diensten

Art. 78

Bij de tekoopaanbieding op afstand moet de consument ondubbelzinnig, op heldere en begrijpelijke wijze ingelicht worden door elk middel dat aangepast is aan de gebruikte techniek voor communicatie op afstand, meer bepaald over de volgende elementen:

- 1° de identiteit van de verkoper en zijn geografisch adres;
- 2° de belangrijkste kenmerken van het product of de dienst;
- 3° de prijs van het product of de dienst;
- 4° de leveringskosten, in voorkomend geval;
- 5° de wijze van betaling, levering of uitvoering van de overeenkomst;

Ongewijzigd

§ 4. Onverminderd de bepalingen vervat in **artikel 94/1** mag de verkoper slechts naar andere prijzen verwijzen indien hij het leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig aankondigt en indien het gaat om een kleinhandelsprijs die werd gereguleerd met toepassing van een wet]. In dat geval mag hij niet overgaan tot de aanduidingswijzen van een prijsvermindering bedoeld in artikel 5.

Ongewijzigd

Afdeling 9

Overeenkomsten op afstand

Onderafdeling 2

Overeenkomsten op afstand de geen betrekking hebben op financiële diensten

Art. 78

Ongewijzigd en wordt het § 1 van artikel 78

6° l'existence ou l'absence d'un droit de renoncia-
tion;

7° les modalités soit de reprise, soit de restitution du
produit, y compris les frais éventuels y afférents;

8° le coût de l'utilisation de la technique de communi-
cation à distance, lorsqu'il est calculé sur une base autre
que le tarif de base;

9° la durée de validité de l'offre ou du prix;

10° le cas échéant, la durée minimale du contrat dans
le cas de contrats portant sur la fourniture durable ou
périodique d'un produit ou d'un service.

En outre, en cas de communications téléphoniques,
le vendeur est tenu d'indiquer explicitement au début
de toute conversation avec le consommateur son iden-
tité et le but commercial de son appel.

Section 10

Des pratiques de vente illicites

Art. 85

Il est interdit d'offrir en vente ou de vendre en faisant
abusivement état d'actions philanthropiques, humani-
taires ou de nature à éveiller la générosité du consom-
mateur.

CHAPITRE VII

Des pratiques contraires aux usages honnêtes

Art. 93

Est interdit tout acte contraire aux usages honnêtes
en matière commerciale par lequel un vendeur porte
atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts profession-
nels d'un ou de plusieurs autres vendeurs.

**§ 2. Sans préjudice des articles 55, 56 et 57, toute
offre gratuite de produits, de services ou de tout
autre avantage n'est autorisée que si la demande
d'obtention de celle-ci figure sur un document dis-
tinct de tout bon de commande de produits ou de
services.**

Section 10

Des pratiques de vente illicites

Art. 85

Abrogé

CHAPITRE VII

Des pratiques contraires aux usages honnêtes

Déplacé à l'article 94/3

6° het al dan niet bestaan van een verzakingsrecht;

7° de wijze van terugneming en teruggave van het product, met inbegrip van de eventueel daaraan verbonden kosten;

8° de kosten voor het gebruik van de techniek voor communicatie op afstand, wanneer die op een andere grondslag dan het basistarief worden berekend;

9° geldigheidsduur van het aanbod of van de prijs;

10° waar passend, de minimumduur van de overeenkomst in geval van overeenkomsten voor duurzame of periodieke dienstverlening of productlevering.

Bovendien moet in geval van telefonische communicatie de identiteit van de verkoper en het commerciële oogmerk van de oproep aan het begin van elk gesprek met de consument expliciet duidelijk worden gemaakt.

Afdeling 10

Onwettige verkooppraktijken

Art. 85

Het is verboden te koop aan te bieden of te verkopen door ten onrechte gewag te maken van acties van menslievende en humanitaire aard of die gevoelens van vrijgevigheid bij de consument opwekken.

HOOFDSTUK VII

Reclame en oneerlijke handelspraktijken

Art. 93

Verboden is elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de beroepsbelangen van een of meer andere verkopers schaadt of kan schaden.

§ 2. Onverminderd de artikelen 55, 56 en 57, is elk gratis aanbod van producten, van diensten of van enig ander voordeel enkel toegelaten als de vraag om deze te verkrijgen gescheiden is van enige bestelbon van producten of diensten.

Afdeling 10

Onwettige verkooppraktijken

Art. 85

Opgeheven

HOOFDSTUK VII

Reclame en oneerlijke handelspraktijken

Verplaatst in artikel 94/3.

*Section 1^{ère}***Définitions**

Art. 93

Pour l'application du présent chapitre, on entend par:

1° consommateur: toute personne physique qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché;

2° produits: les biens meubles corporels, les biens immeubles, les droits et les obligations;

3° publicité: toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre;

4° publicité comparative: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des produits ou services offerts par un concurrent;

5° pratiques commerciales: toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un vendeur, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture de produits ou de services aux consommateurs;

6° altération substantielle du comportement économique des consommateurs: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement;

7° code de conduite: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposés par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des vendeurs qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité;

8° diligence professionnelle: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le vendeur est raisonnablement censé faire preuve dans son domaine d'activité vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale;

*Afdeling 1***Definities**

Art. 93

Voor de toepassing van dit hoofdstuk wordt verstaan onder:

1° consument: iedere natuurlijke persoon die, uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden, op de markt gebrachte producten of diensten verwerft of gebruikt;

2° producten: lichamelijke roerende zaken, onroerende goederen, rechten en verplichtingen;

3° reclame: elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten of diensten te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen;

4° vergelijkende reclame: elke vorm van reclame waarbij een concurrent of de door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd;

5° handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een verkoper, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van producten of diensten aan consumenten;

6° het economische gedrag van consumenten wezenlijk verstoren: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

7° gedragscode: een overeenkomst of een aantal niet bij wettelijke, reglementaire of bestuursrechtelijke bepalingen voorgeschreven regels waarin wordt vastgesteld hoe verkopers die zich aan de code binden, zich moeten gedragen met betrekking tot één of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

8° professionele toewijding: het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een verkoper ten aanzien van de consument mag worden verwacht, overeenkomstig de eerlijke handelsgebruiken;

9° invitation à l'achat: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit ou du service et son prix de façon appropriée en fonction du moyen utilisé pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat;

10° influence injustifiée: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative;

11° décision commerciale: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel, de conserver, de se défaire ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit ou le service, qu'elle l'ait amené soit à agir, soit à s'abstenir d'agir.

Section 2

De la publicité comparative

Art. 94

Est interdit tout acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale par lequel un vendeur porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts d'un ou de plusieurs consommateurs.

Art. 94

§ 1^{er}. La publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites, en ce qui concerne la comparaison:

1° elle n'est pas trompeuse au sens des articles 94/2, 1° à 5°, 94/6 à 94/8;

2° elle compare des produits ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;

3° elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces produits et services, dont le prix peut faire partie;

4° elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, produits ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;

5° elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres si-

Art. 94

Verboden is elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de belangen van een of meer consumenten schaadt of kan schaden.

9° uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product of de dienst op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen;

10° ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie ten aanzien van de consument om, zelfs zonder gebruik van of dreiging met fysiek geweld, druk uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt;

11° besluit over een transactie: elk door een consument genomen besluit over de vraag of, en, zo ja, hoe en op welke voorwaarden hij een product koopt, geheel of gedeeltelijk betaalt, behoudt of van de hand doet, of een contractueel recht uitoefent in verband met het product of de dienst, ongeacht of de consument wel of niet tot handelen overgaat.

*Afdeling 2***Vergelijkende reclame**

Art. 94

§ 1. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, geoorloofd op voorwaarde dat deze:

1° niet misleidend is in de zin van de artikelen 94/2, 1° tot 5°, 94/6 tot 94/8;

2° producten of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;

3° op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze producten en diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, met elkaar vergelijkt;

4° er niet toe leidt dat op de markt de adverteerder met een concurrent, of de merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, producten of diensten van de adverteerder met die van een concurrent worden verward;

5° niet de goede naam schaadt van of zich kleinerend uitlaat over de merken, handelsnamen, andere

gnes distinctifs, produits, services, activités ou situations d'un concurrent;

6° pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;

7° elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;

8° elle ne présente pas un produit ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un produit ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

§ 2. Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des produits ou services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

§ 3. Est interdite toute publicité comparative qui ne respecte pas les conditions fixées aux §§ 1^{er} et 2.

Art. 94bis

Sans préjudice de réglementations particulières qui l'autorisent expressément, il est interdit au vendeur de faire signer par le consommateur une lettre de change pour se faire promettre ou se faire garantir le paiement des engagements de celui-ci.

Déplacé à l'article 39 *bis*.

Section 3

De la publicité et des pratiques contraires aux usages honnêtes entre vendeurs

Art. 94/2

Sans préjudice d'autres dispositions légales ou réglementaires, est interdite entre vendeurs toute publicité:

1° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, l'origine, la quan-

Art. 94bis

Onverminderd bijzondere reglementeringen die het uitdrukkelijk toelaten, is het aan de verkoper verboden de consument een wisselbrief ter ondertekening voor te leggen om deze laatste de betaling van zijn verplichtingen te laten beloven of waarborgen.

onderscheidende kenmerken, producten of diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;

6° voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;

7° geen oneerlijk voordeel haalt uit de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken, van een concurrent of van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten;

8° producten of diensten niet voorstelt als een imitatie of namaak van producten of diensten met een beschermd handelsmerk of beschermde handelsnaam.

§ 2. Elke vergelijking die verwijst naar een speciale aanbieding, moet duidelijk en ondubbelzinnig het einde en, zo de speciale aanbieding nog niet loopt, het begin aangeven van de periode gedurende welke de speciale prijs of andere specifieke voorwaarden gelden of in voorkomend geval vermelden dat de speciale aanbieding loopt zo lang de voorraad strekt of de diensten kunnen worden geleverd.

§ 3. Verboden is elke vergelijkende reclame die de voorwaarden gesteld in §§ 1 en 2 niet eerbiedigt.

Verplaats in artikel 39 bis

Afdeling 3

Reclame en praktijken strijdig met de eerlijke gebruiken onder verkopers

Art. 94/2

Onverminderd andere wettelijke of reglementaire bepalingen is verboden onder verkopers elke reclame:

1° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de oorsprong, de hoeveel-

tité, la disponibilité, le mode et la date de fabrication ou les caractéristiques d'un produit ou les effets sur l'environnement; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un produit, notamment au point de vue de ses propriétés, de ses possibilités d'utilisation, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit et des services qui l'accompagnent;

2° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité, la nature, la composition, la durée, la disponibilité, la date de prestation ou les caractéristiques d'un service; par caractéristiques, il y a lieu d'entendre les avantages d'un service, notamment au point de vue de ses propriétés, des résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, des conditions auxquelles il peut être obtenu, notamment le prix ou son mode d'établissement et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le service et des services qui l'accompagnent;

3° qui comporte des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur l'identité ou les qualités du vendeur d'un produit ou d'un service;

4° par laquelle le vendeur omet des informations essentielles dans le but d'induire en erreur sur les mêmes éléments que ceux visés aux 1°, 2° et 3°;

5° qui, étant donné son effet global, y compris sa présentation, ne peut être nettement distinguée comme telle, et qui ne comporte pas la mention «publicité» de manière lisible, apparente et non équivoque;

6° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments dénigrants à l'égard d'un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

7° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des comparaisons trompeuses, dénigrantes ou impliquant sans nécessité la possibilité d'identifier un ou plusieurs autres vendeurs;

heid, de beschikbaarheid, de wijze en de datum van vervaardiging, of de kenmerken van een product of de gevolgen voor het leefmilieu; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een product, onder meer vanuit het oogpunt van de eigenschappen ervan, de gebruiksmogelijkheden ervan, de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, de voorwaarden waaronder het kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan, alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op het product werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

2° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit, de aard, de samenstelling, de duur, de beschikbaarheid, de datum waarop een dienst verstrekt wordt of de kenmerken van die dienst; onder kenmerken dient te worden verstaan de voordelen van een dienst, onder meer uit het oogpunt van de eigenschappen ervan, van de resultaten die van het gebruik ervan kunnen worden verwacht, van de voorwaarden waaronder hij kan worden verkregen, onder meer de prijs of de wijze van vaststelling daarvan alsmede de wezenlijke kenmerken van de tests of controles die op de dienst werden verricht en van de diensten die ermee gepaard gaan;

3° die beweringen, gegevens of voorstellingen bevat die kunnen misleiden omtrent de identiteit of de kwaliteiten van de verkoper van een product of dienst;

4° waarbij de verkoper essentiële inlichtingen weglaat met de bedoeling te misleiden omtrent dezelfde gegevens als die bedoeld in 1°, 2° en 3°;

5° die, vanwege de globale indruk, met inbegrip van de presentatie, niet onmiskenbaar als zodanig kan worden herkend, en die niet leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig de vermelding «reclame» draagt;

6° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, afbrekende gegevens bevat ten opzichte van een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

7° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, vergelijkingen inhoudt die bedrieglijk of afbrekend zijn of die het zonder noodzaak mogelijk maken één of meer andere verkopers te identificeren;

8° qui, sans préjudice des dispositions prévues à l'article 94/1, comporte des éléments susceptibles de créer la confusion avec un autre vendeur, ses produits, ses services ou son activité;

9° qui porte sur une offre de produits ou de services, lorsque le vendeur ne dispose pas du stock suffisant ou ne peut effectivement prester les services qui doivent normalement être prévus, compte tenu de l'ampleur de la publicité;

10° qui favorise un acte qui doit être considéré comme un manquement à la présente loi ou comme une infraction en application des articles 102 à 105 de la présente loi;

11° qui affirme faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

12° qui inclut dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement, qui donne l'impression que le produit ou le service a déjà été commandé alors que ce n'est pas le cas;

13° qui, dans le matériel promotionnel, dissimule ou fournit de façon peu claire une information substantielle relative aux conséquences résultant de la réponse donnée par le destinataire ou qui dissimule, fournit de façon peu claire ou n'indique pas sa véritable intention commerciale, dès lors que celle-ci ne ressort pas clairement du contexte.

Art. 94^{ter}

Il est interdit au vendeur de facturer des appels téléphoniques pour lesquels le consommateur doit payer le contenu du message, en plus du tarif d'appel, lorsque ces appels concernent l'exécution d'un contrat de vente déjà conclu.

Déplacé à l'article 39 *ter*

Art. 94/3

Est interdit tout acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale par lequel un vendeur porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts professionnels d'un ou de plusieurs autres vendeurs.

8° die, onverminderd de bepalingen opgenomen in artikel 94/1, gegevens bevat waardoor verwarring kan ontstaan met een andere verkoper, zijn producten, zijn diensten of zijn activiteit;

9° die betrekking heeft op een aanbod van producten of diensten, als de verkoper niet over een toereikende voorraad beschikt of niet werkelijk de diensten kan verlenen waarin, gelet op de omvang van de reclame, normalerwijze moet voorzien zijn;

10° die een daad in de hand werkt, die als een overtreding van deze wet of als een inbreuk bij toepassing van de artikelen 102 tot 105 van deze wet moet worden beschouwd;

11° waarbij ten onrechte beweerd wordt dat een product of een dienst ziektes, functiestoornissen of afwijkingen kan genezen;

12° die in het promotiemateriaal een factuur of gelijkaardig document waarbij om betaling wordt gevraagd, bevat, die of dat de indruk wekt dat het product of de dienst reeds werd besteld terwijl dat niet het geval is;

13° die in het promotiemateriaal essentiële informatie over de gevolgen van het door de bestemming gegeven antwoord verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft, of die de eigenlijke commerciële bedoeling, wanneer die niet duidelijk blijkt uit de context, verborgen houdt of op weinig duidelijke wijze weergeeft.

Art. 94^{ter}

Het is de verkoper verboden telefoonoproepen aan te rekenen waarbij de consument naast de prijs voor de oproep ook dient te betalen voor de inhoud, wanneer het oproepen betreft over de uitvoering van een reeds gesloten verkoopsovereenkomst.

Verplaats in artikel 39 ter

Art. 94/3

Verboden is elke met de eerlijke handelsgebruiken strijdige daad, waardoor een verkoper de beroepsbelangen van één of meer andere verkopers schaadt of kan schaden.

Section 4

Des pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs

Sous-section 1^{ère}

Champ d'application

Art. 94/4

La présente section s'applique aux pratiques commerciales déloyales des vendeurs vis-à-vis des consommateurs avant, pendant et après l'offre en vente et la vente de produits ou de services.

Sous-section 2

Des pratiques commerciales déloyales

Art. 94/5

§ 1^{er}. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

§ 2. Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et si elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur auquel elle s'adresse, par rapport au produit ou au service.

Les pratiques commerciales, qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit ou service qu'elle concerne, en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du vendeur qu'il prévienne cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen du groupe auxquelles elle s'adressent. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

§ 3. Les pratiques commerciales trompeuses et agressives visées aux articles 94/6 à 94/11 sont déloyales.

Afdeling 4**Oneerlijke handelspraktijken jegens de consumenten****Onderafdeling 1****Toepassingsgebied****Art. 94/4**

Deze afdeling is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken van verkopers jegens consumenten vóór, gedurende en na de tekoopaanbieding en de verkoop van producten of diensten.

Onderafdeling 2**Oneerlijke handelspraktijken****Art. 94/5**

§ 1. Oneerlijke handelspraktijken zijn verboden.

§ 2. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de vereisten van professionele toewijding en het economisch gedrag van de consument op wie zij gericht is, met betrekking tot het product of de dienst, wezenlijk verstoort of kan verstoren.

Handelspraktijken, die op voor de verkoper redelijkerwijs voorzienbare wijze het economische gedrag van een duidelijk herkenbare groep van consumenten, die wegens een mentale of lichamelijke handicap, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar zijn voor die handelspraktijk of voor het onderliggende product of de onderliggende dienst wezenlijk verstoren of kunnen verstoren, worden beoordeeld vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep van consumenten. Dit laat onverlet de gangbare, legitieme reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen.

§ 3. Misleidende en agressieve handelspraktijken als bedoeld in de artikelen 94/6 tot 94/11 zijn oneerlijk.

Sous-section 3***Des pratiques commerciales trompeuses*****Art. 94/6**

§ 1^{er}. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments cités à l'alinéa 2, même si les informations présentées sont factuellement correctes, et qu'elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Sont visées par l'alinéa 1^{er}, les informations relatives à:

1° l'existence ou la nature du produit ou du service;

2° les caractéristiques principales du produit ou du service, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur celui-ci;

3° l'étendue des engagements du vendeur, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le vendeur ou le produit ou le service bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect;

4° le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix;

5° la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation;

6° la nature, les qualités et les droits du vendeur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues;

Onderafdeling 3

Misleidende handelspraktijken

Art. 94/6

§ 1. Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie of, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van één of meer van de in tweede lid aangehaalde elementen en de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Wordt bedoeld in eerste lid, informatie over:

1° het bestaan of de aard van het product of van de dienst;

2° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik, gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong of van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;

3° de reikwijdte van de verplichtingen van de verkoper, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, elke verklaring of symbool dat doet geloven dat de verkoper of het product of de dienst sponsoring of directe of indirecte steun krijgt;

4° de prijs of de berekeningswijze van de prijs of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;

5° de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;

6° de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de verkoper, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn bekroningen en onderscheidingen;

7° les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement en application des dispositions de la loi du 1^{er} septembre 2004 relative à la protection des consommateurs en cas de vente des biens de consommation, ou les risques qu'il peut encourir.

§ 2. Est également réputée trompeuse une pratique commerciale qui, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, amène ou est susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, lorsqu'elle implique:

1° toute activité de marketing concernant un produit ou un service, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, service, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent;

2° le non-respect par le vendeur d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables et qu'il indique qu'il est lié par le code.

Art. 94/7

§ 1^{er}. Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

§ 2. Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un vendeur dissimule une information substantielle telle que définie au paragraphe 1^{er} ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas son intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

7° de rechten van de consument, in het bijzonder het recht op vervanging of terugbetaling bij toepassing van de bepalingen van de wet van 1 september 2004 betreffende de bescherming van de consumenten bij verkoop van consumptiegoederen of de risico's die hij eventueel loopt.

§ 2. Als misleidend wordt eveneens beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, de consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen en die het volgende behelst:

1° elke marketing van een product of een dienst met inbegrip van vergelijkende reclame, op zodanige wijze dat verwarring wordt geschapen met producten, handelsmerken, handelsnamen en andere onderscheidende kenmerken van een concurrent;

2° de niet-nakoming door de verkoper van verplichtingen die opgenomen zijn in een gedragscode waaraan hij zich heeft verbonden, voorzover het gaat om een vaststaande verbintenis die verifieerbaar is en hij aangeeft dat hij aan de code verbonden is.

Art. 94/7

§ 1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemiddel in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd, een handelspraktijk waarbij een verkoper essentiële informatie als bedoeld in paragraaf 1, verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laattijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

§ 3. Lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il convient, en vue de déterminer si des informations ont été omises, de tenir compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le vendeur pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

§ 4. Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes:

1° les caractéristiques principales du produit ou du service, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit ou service concerné;

2° l'adresse géographique et l'identité du vendeur, et le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du vendeur pour le compte duquel il agit;

3° le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque celui-ci ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement pas être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur;

4° les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle;

5° le cas échéant, l'existence d'un droit de renonciation ou d'annulation.

§ 5. Sont également réputées substantielles les informations qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité et le marketing et prévues par le droit communautaire, notamment les articles des directives visées à l'annexe II de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.».

§ 3. Indien het voor de handelspraktijk gebruikte communicatiemiddel beperkingen qua ruimte of tijd met zich meebrengt, wordt bij de beoordeling of er informatie werd weggelaten rekening gehouden met deze beperkingen, alsook met maatregelen die de verkoper genomen heeft om de informatie langs andere wegen ter beschikking van de consument te stellen.

§ 4. Bij een uitnodiging tot aankoop wordt de volgende informatie, voor zover die nog niet uit de context blijkt, als essentieel beschouwd:

1° de voornaamste kenmerken van het product of van de dienst, in de mate waarin zulks gezien het aangewende communicatiemiddel en het betrokken product of de betrokken dienst passend is;

2° het geografische adres en de identiteit van de verkoper en in voorkomend geval het geografische adres en de identiteit van de verkoper namens wie hij optreedt;

3° de prijs, inclusief belastingen, of als die redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend, en in voorkomend geval, alle extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, de vermelding dat deze kosten ten laste van de consument kunnen worden gelegd;

4° de wijze van betaling, levering, uitvoering en het beleid inzake klachtenbehandeling, indien deze afwijken van de vereisten van professionele toewijding;

5° in voorkomend geval het bestaan van een verzakings- of annuleringsrecht.

§ 5. Worden eveneens als essentieel beschouwd de informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, opgenomen in het Europees recht, onder meer de artikelen van de richtlijnen bedoeld in bijlage II van de richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad» .

Art. 94/8

Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances les pratiques commerciales trompeuses qui ont pour objet de:

1° pour un vendeur, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas;

2° afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire;

3° affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas;

4° affirmer qu'un vendeur, ou ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou un service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou que celui-ci ne respecte pas les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue;

5° proposer l'achat de produits ou services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le vendeur de penser qu'il ne pourra fournir lui-même, ou faire fournir par un autre vendeur, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé;

6° proposer l'achat de produits ou de services à un prix indiqué, et ensuite:

a) soit refuser de présenter au consommateur le produit ou le service ayant fait l'objet de la publicité,

b) soit refuser de prendre des commandes concernant ce produit ou ce service ou de le livrer dans un délai raisonnable,

c) soit en présenter un échantillon défectueux,

dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent;

7° déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et pri-

Art . 94/8

Zijn onder alle omstandigheden oneerlijke handelspraktijken, misleidende handelspraktijken die ertoe strekken:

1° voor een verkoper, beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is;

2° een vertrouwens-, kwaliteits-of ander soortge-lijk label aanbrengen zonder daarvoor de vereiste toestemming te hebben gekregen;

3° beweren dat een gedragscode door een publieke of andere instantie is erkend wanneer dit niet het geval is;

4° beweren dat een verkoper, of zijn handelspraktijken, of een product of een dienst door een openbare of particuliere instelling is erkend, goedgekeurd of toegelaten terwijl zulks niet het geval is, of deze niet aan de voorwaarden tot erkenning, goedkeuring of toelating voldoet.

5° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden zonder dat de verkoper aangeeft dat er een gegronnd vermoeden bestaat dat hij deze producten of gelijkwaardige producten niet tegen die prijs kan leveren of door een andere verkoper kan doen leveren gedurende een periode en in hoeveelheden die, rekening houdend met het product of de dienst, de omvang van de voor het product gevoerde reclame en de aangeboden prijs redelijk zijn;

6° producten of diensten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden en vervolgens:

a) weigeren het aangeprezen product of de aangeprezen dienst aan de consument te tonen,

b) weigeren een bestelling op te nemen of het product of de dienst binnen een redelijke termijn te leveren,

c) of een exemplaar van het artikel met gebreken tonen,

met de bedoeling een ander product of een andere dienst aan te prijzen;

7° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst slechts gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn of dat het slechts onder speciale voorwaarden gedurende een zeer beperkte tijd beschikbaar zal zijn, om de consument onmiddel-

ver le consommateur d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause;

8° s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le vendeur a communiqué avant la transaction, dans une langue qui n'est pas une des langues nationales et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue, sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction;

9° déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit ou d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas;

10° présenter les droits conférés au consommateur par des dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le vendeur;

11° utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service, alors que le vendeur a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur;

12° formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service;

13° promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas;

14° déclarer que le vendeur est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas, sans préjudice des articles 46 et suivants de la présente loi;

15° affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard;

16° affirmer faussement qu'un produit ou un service est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations;

17° communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les

lijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven een geïnformeerd besluit te nemen;

8° aan de consumenten met wie de verkoper vóór de transactie heeft gecommuniceerd in een taal die geen nationale taal is, een dienst na verkoop te beloven en vervolgens die dienst enkel in een andere taal te leveren zonder dit duidelijk aan de consument te laten weten alvorens deze zich tot de transactie verbindt;

9° beweren of anderszins de indruk wekken dat een product of dienst legaal kan worden verkocht wanneer dit niet het geval is;

10° wettelijke rechten van consumenten voorstellen als een onderscheidend kenmerk van het aanbod van de verkoper;

11° redactionele inhoud in de media, waarvoor de verkoper heeft betaald, gebruiken om reclame te maken voor een product of een dienst, zonder dat dit duidelijk uit de inhoud of uit duidelijk door de consument identificeerbare beelden of geluiden blijkt;

12° feitelijk onjuiste beweringen doen betreffende de aard en de omvang van het gevaar dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin zou bedreigen indien hij het product of de dienst niet koopt;

13° een op een door een bepaalde fabrikant vervaardigd product of verstrekte dienst gelijkend product of dienst op zodanige wijze promoten dat bij de consument doelbewust de verkeerde indruk wordt gewekt dat dit product van deze fabrikant afkomstig is, terwijl dit niet het geval is;

14° beweren dat de verkoper op het punt staat zijn zaak stop te zetten of te verhuizen, indien zulks niet het geval is, onverminderd de artikelen 46 en volgende van deze wet;

15° beweren dat een product of dienst het winnen bij kansspelen kan vergemakkelijken;

16° bedrieglijk beweren dat een product of een dienst ziekten, functiestoornissen of misvormingen kan genezen;

17° feitelijk onjuiste informatie verstrekken over marktomstandigheden of de mogelijkheid het

possibilités de trouver le produit ou le service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché;

18° affirmer qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable;

19° décrire un produit ou un service comme étant «gratuit», «à titre gracieux», «sans frais» ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à l'offre et au fait de prendre possession ou livraison de l'article;

20° inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service alors que ce n'est pas le cas;

21° affirmer faussement ou donner l'impression que le vendeur n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité professionnelle ou se présenter faussement comme un consommateur;

22° créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un État membre autre que celui dans lequel il est vendu.

Sous-section 4

Des pratiques commerciales agressives.

Art. 94/9

Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur à l'égard d'un produit ou d'un service, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

product of de dienst te bemachtigen met de bedoeling de consument dit of deze te doen aanschaffen tegen voorwaarden die minder gunstig zijn dan de normale marktvoorwaarden;

18° beweren dat er een wedstrijd wordt georganiseerd of prijzen worden uitgelooft zonder de aangekondigde prijzen of een redelijk equivalent daadwerkelijk toe te kennen;

19° een product of een dienst als «gratis», «voor niets» «kosteloos» en dergelijke omschrijven als de consument iets anders moet betalen dan de onvermijdelijke kosten om in te gaan op het aanbod en het product af te halen dan wel dit te laten bezorgen;

20° marketingmateriaal voorzien van een factuur of een soortgelijk document waarin om betaling wordt gevraagd, waardoor bij de consument de indruk wordt gewekt dat hij het product of de dienst al heeft besteld terwijl dat niet het geval is.

21° op bedrieglijke wijze beweren of de indruk wekken dat de verkoper niet optreedt ten behoeve van zijn beroepsactiviteit of zich op bedrieglijke wijze voordoen als consument.

22° op bedrieglijke wijze de indruk wekken dat voor een bepaald product of een bepaalde dienst de dienst na verkoop beschikbaar is in een andere lidstaat dan die waar het product wordt verkocht.

Onderafdeling 4

Agressieve handelspraktijken.

Art. 94/9

Als agressief wordt beschouwd een handelspraktijk die, in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, 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, waardoor hij ertoe wordt gebracht of kan worden gebracht over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.

Art. 94/10

Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, il est tenu compte des éléments suivants:

1° le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance;

2° le recours à la menace physique ou verbale;

3° l'exploitation en connaissance de cause par le vendeur de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer sa décision à l'égard du produit ou du service;

4° tout obstacle non contractuel payant ou disproportionné imposé par le vendeur lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou service ou de vendeur;

5° toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

Art. 94/11

Sont des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances, les pratiques commerciales agressives qui ont pour objet de:

1° donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu;

2° effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le vendeur quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle;

3° se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle et sans préjudice de l'article 94/17 de la présente loi et de l'arti-

Art. 94/10

Om te bepalen of er bij een handelspraktijk gebruik wordt gemaakt van intimidatie, dwang, inclusief lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, wordt rekening gehouden met:

1° het tijdstip en de plaats waar de praktijk wordt uitgevoerd, de aard en de persistentie ervan;

2° het gebruik van dreigende taal of gedragingen;

3° het bewust uitbuiten door de verkoper van enige bijzondere tegenslagen of omstandigheden, die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen aantasten, met het doel zijn beslissing over het product of de dienst te beïnvloeden;

4° door de verkoper opgelegde, kosten met zich meebrengende of bovenmatige niet contractuele belemmeringen ten aanzien van rechten die de consument uit hoofde van het contract wil uitoefenen, waaronder het recht om het contract te beëindigen of een ander product of dienst of een andere verkoper te kiezen;

5° het dreigen met maatregelen die wettelijk niet kunnen worden genomen;

Art. 94/11

Worden onder alle omstandigheden als oneerlijk beschouwd, de agressieve handelspraktijken die ertoe strekken:

1° de indruk geven dat de consument het pand niet mag verlaten alvorens er een overeenkomst is opgesteld;

2° de consument thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan of niet meer terug te komen negeren, behalve indien, en voor zover gerechtvaardigd volgens de wettelijke of reglementaire bepalingen, wordt beoogd een contractuele verplichting te doen naleven.

3° hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of andere afstandsmedia, onverminderd de wettelijke of reglementaire bepalingen die dit toelaten om de uitvoering van een contractuele verplichting te verzekeren en onverminderd artikel 94/17 van deze wet en artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische

cle 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information;

4° obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels;

5° dans une publicité, inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité.

6° informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du vendeur seront menacés;

7° donner la fausse l'impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement de formalité, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,

- soit il n'existe pas de prix ou d'autre avantage équivalent,
- soit l'accomplissement de la formalité en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonnée à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.»

Section 5

Dispositions communes

Art. 94/12

§ 1^{er}. Toute publicité faisant état d'un prix ou d'une réduction de prix, doit l'indiquer conformément aux prescriptions des articles 3 et 4, et le cas échéant de l'article 5 et des dispositions prises en application de l'article 6, 1.

§ 2. Toute publicité concernant les produits préemballés en quantités préétablies doit mentionner les quantités nominales du contenu des emballages, conformément aux dispositions de la section

aspecten van de diensten van de informatie-maatschappij;

4° een consument die op grond van een verzekeringspolis een vordering indient, om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de vordering te beoordelen, dan wel systematisch weigeren antwoord te geven op daaromtrent gevoerde correspondentie met de bedoeling de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen;

5° kinderen er in reclame rechtstreeks toe aanzetten om geadverteerde producten te kopen of om hun ouders of andere volwassenen ertoe over te halen die producten voor hen te kopen.

6° de consument uitdrukkelijk meedelen dat, als hij het product of de dienst niet koopt, de baan of de bestaansmiddelen van de handelaar in het gedrang komen.

7° de bedrieglijke indruk wekken dat de consument al een prijs heeft gewonnen of zal winnen dan wel door een bepaalde handeling te verrichten een prijs zal winnen of een ander soortgelijk voordeel zal behalen, als er in feite

- geen sprake is van een prijs of een ander soortgelijk voordeel,
- of als het ondernemen van stappen om in aanmerking te kunnen komen voor de prijs of voor een ander soortgelijk voordeel afhankelijk is van de betaling van een bedrag door de consument of indien daaraan voor hem kosten zijn verbonden.»

Afdeling 5

Gemeenschappelijke bepalingen

Art. 94/12

§ 1. Elke reclame die gewag maakt van een prijs of een prijsvermindering, moet die aanduiden overeenkomstig de voorschriften van de artikelen 3 en 4, en in voorkomend geval van artikel 5 alsmede van de met toepassing van artikel 6, 1 vastgestelde bepalingen.

§ 2. Elke reclame betreffende voorverpakte producten in vooraf bepaalde hoeveelheden moet de nominale hoeveelheden van de inhoud van de verpakking vermelden, overeenkomstig de bepalingen.

2 du chapitre II, lorsque la publicité mentionne les prix de vente de ces produits.

Art. 94/13

§ 1^{er}. Lorsque, en application de l'article 101 de la présente loi, le ministre ou l'agent commissionné par lui en vertu de l'article 113, § 1^{er}, avertit un vendeur ou un annonceur d'un message publicitaire, qu'une pratique commerciale ou une publicité est contraire aux dispositions du présent chapitre, il incombe à l'annonceur ou au vendeur d'apporter, dans un délai d'un mois maximum, la preuve de l'exactitude des données de fait en rapport avec celles-ci.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le ministre ou l'agent commissionné à cet effet peut considérer la publicité ou la pratique commerciale comme contraire aux dispositions du présent chapitre.

§ 2. L'annonceur ou le vendeur sont également tenus d'apporter cette preuve, lorsqu'une action en cessation est intentée par:

1° le ministre et, le cas échéant, le ministre compétent visé à l'article 98, § 2;

2° les autres personnes visées à l'article 98, § 1^{er}, pour autant que, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur ou du vendeur et de toute autre partie à la procédure, le président du tribunal de commerce estime qu'une telle exigence est appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce.

Si les preuves exigées en vertu de l'alinéa 1^{er} ne sont pas apportées ou sont jugées insuffisantes, le président du tribunal de commerce peut considérer les données de fait comme inexactes.

Art. 94/14

§1^{er}. Les contrats et les conditions de fourniture de produits et de services aux consommateurs peuvent être interprétés notamment en fonction des messages publicitaires et des pratiques commerciales en relation directe avec ceux-ci.

§ 2. Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/

gen van afdeling 2 van hoofdstuk II, wanneer de reclame de verkoopprijs van deze producten vermeldt.

Art. 94/13

§ 1. Wanneer op grond van artikel 101 van deze wet, de minister of de door hem krachtens artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar, een verkoper of een adverteerder van een reclameboodschap ervan verwittigt dat een handelspraktijk of een reclame in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk, dan moet de adverteerder of de verkoper binnen een termijn van maximum één maand bewijzen dat de bovengenoemde gegevens juist zijn.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens eerste lid niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de minister of de hiertoe aangestelde ambtenaar oordelen dat de reclame of de handelspraktijk in strijd is met de bepalingen van dit hoofdstuk.

§ 2. De adverteerder of de verkoper zijn er eveneens toe gehouden om dit bewijs te leveren als er een vordering tot staking wordt ingesteld door:

1° de minister en, in voorkomend geval, de bevoegde minister als bedoeld in artikel 98, § 2;

2° de andere personen bedoeld in artikel 98, § 1, voor zover dat, rekening houdend met de gerechtvaardigde belangen van de adverteerder of de verkoper en van elke andere partij bij de procedure, de voorzitter van de rechtbank van koophandel van oordeel is dat dergelijke eis aangepast is aan de omstandigheden van het concrete geval.

Wanneer de bewijzen vereist krachtens eerste lid niet worden aangebracht of onvoldoende worden geacht, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel de feitelijke gegevens als onjuist beschouwen.

Art. 94/14

§1. De overeenkomsten en de leveringsvoorwaarden van producten en diensten aan de consumenten kunnen onder meer worden geïnterpreteerd aan de hand van de reclameboodschappen en handelspraktijken die er rechtstreeks verband mee houden

§ 2. Wanneer een overeenkomst werd afgesloten ingevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in

8, 12°, 15° et 16° et 94/11, 1°, 2° et 7°, le consommateur peut, dans un délai raisonnable à partir du moment où il a eu connaissance ou aurait dû avoir connaissance de son existence, exiger le remboursement des sommes payées, sans restitution du produit livré ou du service fourni.

Lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale visée aux articles 94/5 à 94/7, 94/8, 1° à 11°, 13° et 14°, 17° à 22°, 94/9 à 94/10 et 94/11, 3° à 6°, le président du tribunal de commerce peut, sans préjudice des sanctions de droit commun, ordonner le remboursement au consommateur des sommes qu'il a payées sans restitution par celui-ci du produit livré ou du service fourni.».

Art. 94/15

§ 1^{er}. Sans préjudice des pouvoirs qui Lui sont conférés en vertu d'une autre disposition légale, le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, pour les produits ou services ou les catégories de produits ou services qu'Il détermine:

1° interdire ou restreindre la publicité, en vue d'assurer une protection accrue de la sécurité du consommateur et de l'environnement;

2° déterminer les mentions minimales de la publicité, en vue d'assurer une meilleure information du consommateur.

§ 2. Avant de proposer un arrêté en application du § 1^{er}, le ministre consulte le Conseil de la Consommation et fixe le délai dans lequel l'avis doit être donné. Passé ce délai, l'avis n'est plus requis.

Art. 94/16

§ 1^{er}. Le Roi crée, au sein du Conseil de la Consommation et aux conditions qu'Il détermine, une commission chargée d'émettre des avis et des recommandations au sujet de la publicité et de l'étiquetage relatifs aux effets sur l'environnement et au sujet de l'élaboration d'un code de la publicité écologique.

§ 2. Après avis de la commission et à l'initiative conjointe du ministre et du ministre ayant l'environnement dans ses attributions, le Roi peut imposer un code de la publicité écologique.

artikelen 94/8 en 94/11, kan de consument 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 ervan, zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.

Wanneer een overeenkomst werd afgesloten in gevolge een oneerlijke handelspraktijk bedoeld in artikelen 94/5 tot en met 94/7 en 94/9 tot en met 94/10, kan de voorzitter van de rechtbank van koophandel, onverminderd de gemeenschappelijke sancties, de terugbetaling aan de consument van de door hem betaalde sommen bevelen zonder teruggave van het reeds geleverde product of de verleende dienst.

Art. 94/15

§ 1. Onverminderd de bevoegdheden die Hem krachtens een andere wetsbepaling zijn toegekend, kan de Koning, bij een in ministerraad overlegd besluit, voor de producten of diensten of de categorieën van producten of diensten die Hij bepaalt:

1° de reclame verbieden of beperken teneinde een betere bescherming van de veiligheid van de consument en van het leefmilieu te waarborgen;

2° de minimale vermeldingen van de reclame vaststellen, teneinde een betere voorlichting van de consument te verzekeren.

§ 2. Alvorens een besluit ter uitvoering van § 1 voor te stellen, raadpleegt de minister de Raad voor het Verbruik en bepaalt de termijn waarbinnen het advies moet worden gegeven. Eenmaal deze termijn is verstreken, is het advies niet meer vereist.

Art. 94/16

§ 1. De Koning richt binnen de Raad voor het Verbruik, op de voorwaarden die Hij bepaalt een commissie op, belast met het uitbrengen van adviezen en aanbevelingen in verband met reclame en etikettering die betrekking hebben op de gevolgen voor het leefmilieu alsmede inzake de opstelling van een milieureclamecode.

§ 2. Na advies van de commissie en op gezamenlijk initiatief van de minister en van de minister die het leefmilieu onder zijn bevoegdheid heeft, kan de Koning een milieureclamecode opleggen.

§ 3. Le Roi détermine la composition de la commission. Celle-ci doit compter parmi ses membres au moins deux représentants d'associations de protection de l'environnement.»

Art. 94/17

§ 1^{er}. L'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs à des fins de publicité personnalisée est interdite, sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages. Le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, étendre cette interdiction à d'autres techniques de communication, compte tenu de leur évolution.

Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, et sans préjudice du § 4, alinéa 2, tout émetteur est dispensé de solliciter auprès des personnes morales le consentement préalable à recevoir des publicités au moyen des techniques mentionnées à l'alinéa 1^{er} ou déterminées en application de celui-ci.

Sans préjudice de l'article 14 de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information, les publicités personnalisées, diffusées par d'autres techniques que celles mentionnées à l'alinéa 1^{er} ou déterminées en application de celui-ci ne peuvent l'être qu'en l'absence d'opposition manifeste du destinataire, personne physique ou morale. Aucun frais ne peut être imputé au destinataire en raison de l'exercice de son droit d'opposition.

§ 2. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication mentionnée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, ou déterminée en application de celui-ci, l'émetteur fournit une information claire et compréhensible concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir des publicités.

§ 3. Lors de l'envoi de toute publicité au moyen d'une technique de communication visée au § 1^{er}, alinéa 3, il est interdit de dissimuler l'identité du vendeur au nom duquel la communication est faite.

§ 4. La charge de la preuve du caractère sollicité de la publicité envoyée au moyen d'une technique de communication mentionnée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}, ou déterminée en application de celui-ci, incombe à l'émetteur du message.

§ 3. De Koning bepaalt de samenstelling van de commissie. Deze moet ten minste twee vertegenwoordigers onder haar leden bevatten van verenigingen ter bescherming van het leefmilieu.»

Art. 94/17

§ 1. Het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en het gebruik van faxen voor specifiek aan de persoon gerichte reclame, is verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen. Bij een besluit, vastgesteld na overleg in de ministerraad, kan de Koning dit verbod uitbreiden tot andere communicatietechnieken, rekening houdend met de evolutie ervan.

In afwijking van het eerste lid, en onverminderd § 4, tweede lid, is elke afzender ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen aan rechtspersonen om reclame te ontvangen via de communicatietechnieken vermeld in of vastgesteld met toepassing van het eerste lid.

Onverminderd artikel 14 van de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij kan specifiek aan de persoon gerichte reclame verspreid door middel van andere technieken dan deze vermeld in of vastgesteld met toepassing van het eerste lid, slechts worden gebruikt bij ontstentenis van kennelijk verzet van de geadresseerde, natuurlijke persoon of rechtspersoon. Er kunnen geen kosten aan de geadresseerde worden aangerekend omwille van de uitoefening van zijn recht op verzet.

§ 2. Bij het versturen van enige reclame door middel van een communicatietechniek als vermeld in of vastgesteld met toepassing van § 1, eerste lid, verschaft de afzender duidelijke en verstaanbare informatie over het recht zich te verzetten tegen het ontvangen van reclame in de toekomst.

§ 3. Bij de verzending van enige reclame door middel van een communicatietechniek als bedoeld in § 1, derde lid, is het verboden de identiteit van de verkoper, namens wie de communicatie plaatsvindt, te verbergen.

§ 4. De bewijslast van het feit dat om reclame werd verzocht via een communicatietechniek vermeld in of vastgesteld met toepassing van § 1, eerste lid, berust op de afzender van het bericht.

CHAPITRE VIII

De l'action en cessation

Art. 95

Le président du tribunal de commerce constate l'existence et ordonne la cessation d'un acte, même pénalement réprimé, constituant une infraction aux dispositions de la présente loi.

Il peut ordonner l'interdiction de la publicité visée à l'article 23, lorsqu'elle n'a pas encore été portée à la connaissance du public, mais que sa publication est imminente.

CHAPITRE VIII

De l'action en cessation

Art. 95

Inchangé

Toute personne peut notifier directement à un émetteur déterminé, sans frais ni indications de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités envoyées au moyen d'une technique visée au § 1^{er}, alinéa 1^{er}.»

Il peut ordonner l'interdiction de la publicité visée à l'article 94/2 ainsi que l'interdiction des pratiques commerciales déloyales visées aux articles 94/5 à 94/11, lorsqu'elles n'ont pas encore été portées à la connaissance du public ou débuté, mais que leur publication ou mise en place est imminente.

Art. 97bis

Lorsque l'infraction concerne une publicité, l'action en cessation ne peut être intentée du chef de manquement aux dispositions des articles 94/1, 94/2 et 94/5, qu'à charge de l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, lorsque l'annonceur n'est pas domicilié en Belgique et n'a pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique, l'action en cessation pourra également être intentée à charge de:

– l'éditeur de la publicité écrite ou le producteur de la publicité audiovisuelle;

– l'imprimeur ou le réalisateur, si l'éditeur ou le producteur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique;

– le distributeur ainsi que toute personne qui contribue sciemment à ce que la publicité produise son effet, si l'imprimeur ou le réalisateur n'ont pas leur domicile en Belgique et n'ont pas désigné une personne responsable ayant son domicile en Belgique.

HOOFDSTUK VIII

Vordering tot staking

Art. 95

De voorzitter van de rechtbank van koophandel stelt het bestaan vast en beveelt de staking van een zelfs onder het strafrecht vallende daad die een inbreuk op de bepalingen van deze wet uitmaakt.

Hij kan de reclame bedoeld in artikel 23 verbieden wanneer zij nog niet onder het publiek is gebracht, doch de publicatie ervan op het punt staat te gebeuren.

Ieder persoon kan rechtstreeks aan een bepaalde afzender zonder kosten en zonder een reden op te geven, zijn wil kenbaar maken om van hem geen reclame via een communicatietechniek bedoeld in § 1, eerste lid, meer te ontvangen.»

HOOFDSTUK VIII

Vordering tot staking

Art. 95

Ongewijzigd

Hij kan de reclame bedoeld in **artikel 94/2 en de oneerlijke handelspraktijken bedoeld in artikel 94/5 tot en met 94/11 verbieden wanneer zij nog niet onder het publiek zijn gebracht of begonnen, doch de publicatie of invoering ervan op het punt staat te gebeuren.**

Art. 97bis

Is de inbreuk een reclame betreft, kan de vordering tot staking wegens overtreding van de bepalingen van de artikelen 94/1, 94/2 en 94/5 alleen tegen de adverteerder van de gewraakte reclame worden ingesteld.

Indien de adverteerder evenwel geen woonplaats in België heeft en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België heeft aangewezen, kan de vordering tot staking eveneens worden ingesteld tegen:

– de uitgever van de geschreven reclame of de producent van de audiovisuele reclame

– de drukker of de maker, indien de uitgever of de producent geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen;

– de verdeler alsmede elke persoon die er bewust toe bijdraagt dat de reclame uitwerking heeft, indien de drukker of de maker geen woonplaats in België hebben en geen verantwoordelijke persoon met woonplaats in België hebben aangewezen.»

Art. 98

§ 1^{er}. L'action fondée sur l'article 95 est formée à la demande :

1. des intéressés;
2. du ministre, sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 93 de la présente loi;
3. d'un groupement professionnel ou interprofessionnel ayant la personnalité civile, sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 94 de la présente loi;
4. d'une association ayant pour objet la défense des intérêts des consommateurs et jouissant de la personnalité civile pour autant qu'elle soit représentée au Conseil de la Consommation ou qu'elle soit agréée par le ministre des Affaires économiques, suivant des critères déterminés par arrêté royal délibéré en Conseil des ministres, sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 93 de la présente loi.

Par dérogation aux dispositions des articles 17 et 18 du Code judiciaire, les associations et groupements visés aux points 3 et 4 peuvent agir en justice pour la défense de leurs intérêts collectifs statutairement définis.

L'action en cessation des actes interdits par l'article 33 peut être dirigée, séparément ou conjointement contre plusieurs vendeurs du même secteur économique ou leurs associations qui utilisent ou recommandent l'utilisation des mêmes clauses contractuelles générales, ou de clauses similaires.

§ 2. Sans préjudice de l'application éventuelle des articles 93 et 95 aux actes qu'ils visent, l'action fondée sur l'article 97 est formée à la demande du ministre qui est compétent pour la matière concernée.

L'action fondée sur l'article 97,14., est formée à la demande du ministre de l'Environnement. Le Comité créé par la loi du 14 juillet 1994 portant création du Comité d'attribution du label écologique européen, peut proposer au ministre d'introduire une telle action.

Art. 98

Inchangé

Inchangé

2. du ministre, sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à **l'article 94/3** de la présente loi;

3. d'un groupement professionnel ou interprofessionnel ayant la personnalité civile;

4. d'une association ayant pour objet la défense des intérêts des consommateurs et jouissant de la personnalité civile pour autant qu'elle soit représentée au Conseil de la Consommation ou qu'elle soit agréée par le ministre des Affaires économiques, suivant des critères déterminés par arrêté royal délibéré en Conseil des ministres, sauf lorsque la demande porte sur un acte visé à **l'article 94/3** de la présente loi.

Inchangé

§ 2. Sans préjudice de l'application éventuelle des articles **94/3** et 95 aux actes qu'ils visent, l'action fondée sur l'article 97 est formée à la demande du Ministre qui est compétent pour la matière concernée.

Inchangé

Art. 98

§ 1. De vordering gegrond op artikel 95 wordt ingesteld op verzoek van:

1. de belanghebbenden;
2. de minister, tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 93 van deze wet;
3. een beroeps of interprofessionele vereniging met rechtspersoonlijkheid, tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 94 van deze wet;
4. een vereniging ter verdediging van de consumentenbelangen die rechtspersoonlijkheid bezit en voor zover zij in de Raad voor het Verbruik vertegenwoordigd is of door de minister van Economische Zaken, volgens door een in Ministerraad overlegd koninklijk besluit vast te stellen criteria, erkend is, tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 93 van deze wet.

In afwijking van de bepalingen in de artikelen 17 en 18 van het Gerechtelijk Wetboek kunnen de verenigingen en groepen bedoeld in de punten 3 en 4 in rechte optreden voor de verdediging van hun statutair omschreven collectieve belangen.

De vordering tot staking van de door artikel 33 verboden handelingen kan, afzonderlijk of gezamenlijk, worden ingesteld tegen verscheidene verkopers van dezelfde economische sector of hun verenigingen die gebruik maken dan wel het gebruik aanbevelen van dezelfde of van soortgelijke algemene contractuele bedingen.

§ 2. Onverminderd de eventuele toepassing van de artikelen 93 en 95 op de daarin bedoelde daden wordt de vordering gegrond op artikel 97 ingesteld op verzoek van de minister die voor de betrokken aangelegenheid bevoegd is.

De vordering op grond van artikel 97, 14 wordt ingesteld op verzoek van de minister van Leefmilieu. Het Comité dat is opgericht bij de wet van 14 juli 1994 inzake de oprichting van het Comité voor het toekennen van het Europese milieukeurmerk, kan aan de minister voorstellen een dergelijke vordering aanhangig te maken.

Art. 98

Ongewijzigd

2. de minister, tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel **94/3** van deze wet;

3. een beroeps of interprofessionele vereniging met rechtspersoonlijkheid;

4. een vereniging ter verdediging van de consumentenbelangen die rechtspersoonlijkheid bezit en voor zover zij in de Raad voor het Verbruik vertegenwoordigd is of door de minister van Economische Zaken, volgens door een in Ministerraad overlegd koninklijk besluit vast te stellen criteria, erkend is, tenzij het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in **artikel 94/3** van deze wet.

Ongewijzigd

§ 2. Onverminderd de eventuele toepassing van de artikelen **94/3** en 95 op de daarin bedoelde daden wordt de vordering gegrond op artikel 97 ingesteld op verzoek van de Minister die voor de betrokken aangelegenheid bevoegd is.

Ongewijzigd

CHAPITRE IX

De la procédure d'avertissement

Art. 101

Lorsqu'il est constaté qu'un acte constitue une infraction à la présente loi, à un de ses arrêtés d'exécution ou aux arrêtés visés à l'article 122 ou qu'il peut donner lieu à une action en cessation à l'initiative du Ministre, celui-ci ou l'agent qu'il commissionne en application de l'article 113, § 1^{er}, peut adresser au contrevenant un avertissement le mettant en demeure de mettre fin à cet acte, sans préjudice de l'article 24.

L'avertissement est notifié au contrevenant dans un délai de trois semaines à dater de la constatation des faits, par lettre recommandée à la poste avec accusé de réception ou par la remise d'une copie du procès-verbal de constatation des faits.

L'avertissement mentionne :

- a) les faits imputés et la ou les dispositions légales enfreintes;
- b) le délai dans lequel il doit y être mis fin;

c) qu'au cas où il n'est pas donné suite à l'avertissement, soit le Ministre intentera une action en cessation, soit les agents commissionnés en application de l'article 113, § 1^{er}, ou en application de l'article 116, pourront respectivement aviser le procureur du Roi ou appliquer le règlement par voie de transaction prévu à l'article 116.

Un rapport annuel détaillé sur le fonctionnement de la procédure d'avertissement est présenté dans un délai raisonnable aux Chambres législatives qui décident de sa publication éventuelle.

Les données fournies dans ce rapport sont anonymes.

CHAPITRE IX

De la procédure d'avertissement

Art. 101

Lorsqu'il est constaté qu'un acte constitue une infraction à la présente loi, à un de ses arrêtés d'exécution ou aux arrêtés visés à l'article 122 ou qu'il peut donner lieu à une action en cessation à l'initiative du Ministre, celui-ci ou l'agent qu'il commissionne en application de l'article 113, § 1^{er}, peut adresser au contrevenant un avertissement le mettant en demeure de mettre fin à cet acte, sans préjudice de l'article 94/13.

Inchangé

Inchangé

Inchangé

Inchangé

HOOFDSTUK 9

Waarschuwingprocedure

Art. 101

Wanneer is vastgesteld dat een handeling een inbreuk vormt op deze wet, op een uitvoeringsbesluit ervan of op de besluiten bedoeld in artikel 122, of dat zij aanleiding kan geven tot een vordering tot staking op initiatief van de Minister, kan deze of de door hem met toepassing van artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar een waarschuwing richten tot de overtreder waarbij die tot stopzetting van de handeling wordt aangemaand, onverminderd het bepaalde in artikel 24.

De waarschuwing wordt de overtreder ter kennis gebracht binnen een termijn van drie weken volgend op de vaststelling van de feiten, bij een ter post aangetekende brief met ontvangstmelding of door de overhandiging van een afschrift van het procesverbaal waarin de feiten zijn vastgesteld.

De waarschuwing vermeldt:

- a) de ten laste gelegde feiten en de geschonden wetsbepaling of bepalingen;
- b) de termijn waarbinnen zij dienen te worden stopgezet;
- c) dat, indien aan de waarschuwing geen gevolg wordt gegeven, ofwel de Minister een vordering tot staking zal instellen, ofwel de met toepassing van artikel 113, § 1, of de met toepassing van artikel 116 aangestelde ambtenaren respectievelijk de procureur des Konings kunnen inlichten of de regeling in der minne bepaald in artikel 116 kunnen toepassen.

Een omstandig jaarverslag over de werking van de waarschuwingprocedure wordt binnen een redelijke termijn voorgelegd aan de Wetgevende Kamers, die beslissen over de eventuele openbaarmaking ervan.

De in het verslag verstrekte gegevens zijn anoniem.

HOOFDSTUK 9

Waarschuwingprocedure

Art. 101

Wanneer is vastgesteld dat een handeling een inbreuk vormt op deze wet, op een uitvoeringsbesluit ervan of op de besluiten bedoeld in artikel 122, of dat zij aanleiding kan geven tot een vordering tot staking op initiatief van de Minister, kan deze of de door hem met toepassing van artikel 113, § 1, aangestelde ambtenaar een waarschuwing richten tot de overtreder waarbij die tot stopzetting van de handeling wordt aangemaand, onverminderd het bepaalde in artikel **94/13**.

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

CHAPITRE X

Des sanctions

Section 1^{ère}

Des sanctions pénales

Art. 102

Sont punis d'une amende de 250 à 10.000 euros, ceux qui commettent une infraction aux dispositions :

1. des articles 2 à 5 et 8 à 11, relatifs à l'indication des prix et à l'indication des quantités ainsi que des arrêtés pris en exécution des articles 6 et 12;

2. de l'article 13 relatif à la dénomination, à la composition et à l'étiquetage des produits et des services et des arrêtés pris en exécution des articles 14 et 15;

3. des articles 37 et 39 relatifs aux documents sur les ventes de produits et de services et des arrêtés pris en exécution de ces deux articles;

4. des articles 43 et 45 relatifs aux ventes à prix réduits et des arrêtés pris en exécution de l'article 44;

4bis. des articles 46 et 48, relatifs aux ventes en liquidation;

5. de l'article 59 subordonnant le droit d'émission de certains titres à une immatriculation préalable;

5bis. des articles 50 à 53 relatifs aux ventes en sol-des et 68, relatif à l'interdiction d'annoncer des réductions de prix et de diffuser des bons de valeur donnant droit à une réduction de prix durant les périodes d'attente;

6. de l'article 74 imposant aux officiers ministériels, chargés de procéder aux ventes publiques, l'obligation de refuser leur concours dans certaines circonstances;

6bis. des articles 78 à 83decies relatifs aux contrats à distance, et des arrêtés pris en exécution de l'article 83undecies;

CHAPITRE X

Des sanctions

Section 1^{ère}

Des sanctions pénales

Art. 102

Inchangé

Inchangé

Inchangé

3. des articles 37, 39 **et 39bis** relatifs aux documents sur les ventes de produits et de services et des arrêtés pris en exécution des articles **37 et 39**;

Inchangé

Inchangé

Inchangé

Inchangé

Inchangé

6bis. Déplacé au 6 ter et remplacé par

6bis. de l'article 76 relatif aux achats forcés;

HOOFDSTUK X

*Afdeling 1***Strafbepalingen**

Art. 102

Met geldboete van 250 tot 10 000 euro worden gestraft, zij die de bepalingen overtreden:

1. van de artikelen 2 tot 5 en 8 tot 11 betreffende de prijsaanduiding en de aanduiding van de hoeveelheden, en ook van de besluiten ter uitvoering van de artikelen 6 en 12;

2. van artikel 13 betreffende de benaming, de samenstelling en de etikettering van de producten en van de diensten en ook van de besluiten ter uitvoering van de artikelen 14 en 15;

3. van de artikelen 37 en 39 inzake de documenten betreffende de verkoop van producten en diensten en van de besluiten ter uitvoering van die twee artikelen;

4. van de artikelen 43 en 45 betreffende de verkopen tegen verminderde prijs en van de besluiten genomen ter uitvoering van artikel 44;

4*bis*. van de artikelen 46 en 48 betreffende de uitverkoop;

5. van artikel 59 dat het recht om bepaalde titels uit te geven afhankelijk stelt van een voorafgaande inschrijving;

5 *bis*. van de artikelen 50 tot 53 betreffende de solden en 68 betreffende het verbod prijsverminderingen aan te kondigen en waardebonnen te verspreiden die recht geven op een prijsvermindering gedurende de sperperioden;

6. van artikel 74 dat aan de ministeriële ambtenaren, belast met de openbare verkopen, de verplichting oplegt in bepaalde omstandigheden hun medewerking te weigeren;

6*bis*. van de artikelen 78 tot 83*decies* betreffende de overeenkomsten op afstand, en van de besluiten genomen ter uitvoering van artikel 83*undecies*;

HOOFDSTUK. X

*Afdeling 1***Strafbepalingen**

Art. 102

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

3. van de artikelen 37 , 39 **en 39*bis*** inzake de documenten betreffende de verkoop van producten en diensten en van de besluiten ter uitvoering van de artikelen **37 en 39**;

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

Ongewijzigd

6 *bis*. Verplaatst tot 6 ter en vervangen door

6 *bis*. van artikel 76 betreffende de afgedwongen aankopen;

7. des articles 88 à 91 relatifs aux ventes au consommateur conclues en dehors de l'entreprise du vendeur.

8. de l'article 94 bis interdisant l'usage de la lettre de change.

Toutefois, lorsqu'une infraction aux dispositions de l'article 14 relatif à la dénomination, à la composition et à l'étiquetage des produits constitue également une infraction à la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits, les peines prévues par cette dernière loi sont seules applicables.

Art. 103

Sont punis d'une amende de 500 à 20.000 euros, ceux qui, de mauvaise foi, commettent une infraction aux dispositions de la présente loi, à l'exception de celles visées aux articles 102, 104 et 105, et à l'exception des infractions visées aux articles 30, 93 et 97.

Art. 105

Sont punis d'un emprisonnement d'un mois à cinq ans et d'une amende de 26 à 20.000 euros ou d'une de ces peines seulement, ceux qui commettent une infraction à l'article 84 prohibant les ventes en chaîne et à l'article 85 prohibant les offres en vente et ventes faisant abusivement état d'actions philanthropiques, humanitaires ou de nature à éveiller la générosité du consommateur.

6ter. des articles 78 à 83decies relatifs aux contrats à distance, et des arrêtés pris en exécution de l'article 83undecies;

Inchangé

8. des articles 94/5, §§ 1^{er} et 3, 94/8 et 94/11, relatifs aux pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs, à l'exception des articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°.

Inchangé

Art. 103

Sont punis d'une amende de 500 à 20.000 euros, ceux qui, de mauvaise foi, commettent une infraction aux dispositions de la présente loi, à l'exception de celles visées aux articles 102, 104 et 105, et à l'exception des infractions visées aux articles 30, **94/3** et 97.

Art. 105

Sont punis d'un emprisonnement d'un mois à cinq ans et d'une amende de 26 à 20.000 euros ou d'une de ces peines seulement, ceux qui commettent une infraction à l'article 84 prohibant les ventes en chaîne et **aux articles 94/8, 12°, 15° et 16°, 94/11, 1°, 2° et 7°, relatifs aux pratiques commerciales déloyales.**

Art. 122bis

Le Roi peut coordonner les dispositions de la présente loi et les dispositions qui les auraient expressément ou implicitement modifiées au moment où les coordinations seront établies.

A cette fin, Il peut:

1° modifier l'ordre, le numérotage et, en général, la présentation des dispositions à coordonner;

7. van de artikelen 88 tot 91 betreffende de verkopen aan de consument, gesloten buiten de onderneming van de verkoper ;

8. van artikel 94 *bis* dat het gebruik van de wisselbrief verbiedt.

Indien evenwel een inbreuk op de bepalingen van artikel 14 aangaande de benaming, de samenstelling en de etikettering van de producten eveneens een inbreuk inhoudt op de wet van 24 januari 1977 betreffende de bescherming van de gezondheid van de verbruikers op het stuk van de voedingsmiddelen en andere producten, zijn alleen de straffen voorzien in deze laatste wet van toepassing.

Art. 103

Met geldboete van 500 tot 20 000 euro worden gestraft, zij die te kwader trouw de bepalingen van deze wet overtreden, met uitzondering van die welke bedoeld zijn in de artikelen 102, 104 en 105 en met uitzondering van de inbreuken bedoeld in de artikelen 30, 93 en 97.

Art. 105

Met gevangenisstraf van één maand tot vijf jaar en met geldboete van 26 tot 20 000 euro of met een van deze straffen alleen worden gestraft, zij die artikel 84, dat kettingverkoop verbiedt en artikel 85, dat de tekoopaanbiedingen en verkopen verbiedt waarbij ten onrechte gewag wordt gemaakt van acties van menslievende of humanitaire aard of die gevoelens van vrijgevigheid bij de consument opwekken, overtreden.

6 ter. van de artikelen 78 tot 83 *decies* betreffende de overeenkomsten op afstand, en van de besluiten genomen ter uitvoering van artikel 83 *undecies*;

Ongewijzigd

8. van de artikelen 94/5, §§ 1 en 3, 94/8 en 94/11, betreffende de oneerlijke handelspraktijken met uitzondering van de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7°.

Ongewijzigd

Art. 103

Met geldboete van 500 tot 20 000 euro worden gestraft, zij die te kwader trouw de bepalingen van deze wet overtreden, met uitzondering van die welke bedoeld zijn in de artikelen 102, 104 en 105 en met uitzondering van de inbreuken bedoeld in de artikelen 30, **94/3** en 97.

Art. 105

Met gevangenisstraf van één maand tot vijf jaar en met geldboete van 26 tot 20 000 euro of met een van deze straffen alleen worden gestraft, zij die artikel 84, dat kettingverkoop verbiedt en **de artikelen 94/8, 12°, 15° en 16°, 94/11, 1°, 2° en 7° betreffende de oneerlijke handelspraktijken , overtreden.**

Art. 122*bis*

De Koning kan de bepalingen van deze wet coördineren met de bepalingen die daarin uitdrukkelijk of stilzwijgend wijzigingen hebben aangebracht tot het tijdstip van de coördinatie.

Te dien einde kan Hij:

1° de te coördineren bepalingen anders inrichten, inzonderheid opnieuw ordenen en vernummen;

2° modifier les références qui seraient contenues dans les dispositions à coordonner en vue de les mettre en concordance avec le numérotage nouveau;

3° modifier la rédaction des dispositions à coordonner en vue d'assurer leur concordance et d'en unifier la terminologie, sans qu'il puisse être porté atteinte aux principes inscrits dans ces dispositions.

Les coordinations porteront l'intitulé déterminé par le Roi.

2° de verwijzingen in de te coördineren bepalingen dienovereenkomstig vernummeren;

3° de te coördineren bepalingen met het oog op onderlinge overeenstemming en eenheid van terminologie herschrijven, zonder te raken aan de erin neergelegde beginselen.

De coördinaties zullen het opschrift dragen bepaald door de Koning.