

Kamer der Volksvertegenwoordigers

ZITTING 1955-1956.

7 MAART 1956.

WETSVOORSTEL

houdende reglementering van de verkoop
met premies en kortingen.

TOELICHTING

MEVROUWEN, MIJNE HEREN,

De verkoop met premie- en kortingzegels heeft in de laatste jaren een sterke uitbreiding genomen en wordt nog steeds verder doorgevoerd.

Deze wijze van verkoop wordt fel omstreden en deed de jongste tijd opnieuw heftige polemieken tussen voor- en tegenstanders ontbranden. Beide partijen brengen voor hun stelling talrijke argumenten naar voren, waarvan de waarde vrijwel tegen elkaar kan opwegen.

Voorstanders verklaren, dat het premiestelsel een bij uitstek geschikt reclame-middel is voor fabrikanten en handelaars van klein en middelgroot formaat. De fabrikant is er bij voorbaat van verzekerd dat zijn gehele budget, dat hij onder vorm van premies aan publiciteit uitgeeft, goed is besteed en op de juiste plaats terecht komt zonder enig verlies aan rendabiliteit (wat van andere reclamemiddelen niet immer kan betoogd worden).

Van de premie kan evenmin als van elke andere publiciteit *a priori* beweerd worden, dat zij de verkoopprijs van het artikel aan verbruiker verhoogt. Deze laatste geniet het bijkomend voordeel, dat hij doorgaans geen centiem méér hoeft te betalen en een premie op de koop toe krijgt, zodat deze het enige reklamemiddel is waaraan de consument daadwerkelijk iets heeft.

Er kan niet alleen niet aangevoerd worden dat de premie het voorwerp of de dienstprestatie duurder maakt, maar het is bovendien geenszins bewezen dat de verbruiker op gebied van kwaliteit om de tuin zou worden geleid.

Voor de kleinhandelaar, die artikelen met premiën verkoopt, doet de premieverkoop geen afbreuk aan zijn normale verdelingsmarges, terwijl hij anderdeels met genoemd verkoopssysteem (korting- zowel als premiezegels) de klanten aan zijn zaak bindt en zich derwijze doelmatig kan verdedigen tegen de mededinging van de geïntegreerde distributievormen.

Zelfs brengt het premiesysteem geen schade bij aan de handelaars, gespecialiseerd in de verkoop van artikelen.

Chambre des Représentants

SESSION 1955-1956.

7 MARS 1956.

PROPOSITION DE LOI

réglementant la vente avec primes
et ristournes.

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La vente avec timbres-primes et timbres-ristournes qui, ces dernières années, a pris une grande extension, se généralise de plus en plus.

Très controversé, ce mode de vente suscite ces derniers temps de vives polémiques entre partisans et adversaires. A l'appui de leur thèse, les deux partis invoquent de multiples arguments d'une valeur quasi égale.

Les partisans prétendent que le système des primes constitue un excellent moyen de publicité pour le petit et moyen commerce. Le fabricant a la certitude que le budget qu'il consacre, sous forme de primes, à la publicité est d'un bon placement et agit au bon endroit, sans aucune perte de rentabilité (ce qui n'est pas toujours le cas pour les autres moyens publicitaires).

Pas plus que de n'importe quel autre mode de publicité, on ne peut dire *a priori* que la prime augmente le prix de vente de l'article au consommateur. Ce dernier, généralement sans déboursier un centime de plus, bénéficie de l'avantage supplémentaire d'être gratifié d'une prime, de sorte que celle-ci constitue le seul moyen de publicité réellement intéressant pour le consommateur.

Non seulement on ne peut prétendre que la prime grève le prix de l'objet ou de la prestation de services, mais, de plus, il n'est nullement prouvé que le consommateur soit dupé en ce qui concerne la qualité.

Pour le détaillant qui vend des articles avec primes, cette vente ne diminue en rien ses marges de distribution normales; d'autre part, ce système de vente (aussi bien les timbres-ristournes que les timbres-primes) lui permet de s'assurer la fidélité de ses clients et de se défendre efficacement contre la concurrence des formes de distribution intégrées.

Le système des primes ne cause même aucun préjudice aux commerçants spécialisés dans la vente des articles

die meestal als premie worden aangeboden. De statistieken wijzen vooreerst uit, dat het aandeel van deze artikelen, die als premiën worden toegegeven, zeer gering is in verhouding tot het geheel van de omzet van bewuste artikelen.

Voorts is uit de ervaring gebleken, dat sommige andere sectoren van onze industrie en importhandel in de verspreiding van hun artikelen ten titel van premie een afzetgebied gevonden hebben, dat zij in de normale verkoop langs gespecialiseerde distributiekanaalen totnogtoe niet hadden bereikt.

In de derde plaats is de aanbieding van artikelen onder de vorm van premies vaak van aard de normale verkoop van bewuste artikelen in de gespecialiseerde handel eerder te bevorderen dan te benadelen.

Tegenstanders houden van hun kant voor, dat de nadelen bij de verkoop van premies veelvuldig zijn. Het distributieproces wordt er onvermijdelijk door verzaamd, vermits fabrikanten en handelaars voor de verkoop met premies belangrijke kapitalen dienen te mobiliseren en bovendien een bijkomende boekhouding hebben aan te leggen.

Dientengevolge stijgt de kostprijs van het product, omdat de waarde van de premie in de totale kostprijs moet opgenomen worden. Zo dit niet gebeurt, dan verhaalt men de meerdere uitgave ten koste van de kwaliteit. In beide gevallen valt de premieverkoop ten nadele van de koper uit. Zelfs indien de fabrikant of handelaar tot geen van beide formules zijn toevlucht neemt, dan vermindert alleszins zijn eigen normale winstmarge.

Andersdeels onderlijnen de tegenstanders met klem het feit, dat bij de verkoop met premies de koper onvermijdelijk bedrogen wordt. Want, door de premie zo aantrekkelijk mogelijk voor te stellen, tracht men de aandacht af te wenden van de prijs en de kwaliteit van het hoofdproduct. Men wekt bij het publiek de indruk, dat men geschenken uitdeelt dan wanneer de premie wel degelijk betaald wordt. De premieverkoop kan vaak leiden tot een uitbuiting van de argeloosheid of althans tot een deviatie van de aandacht : de verwerving van de premie wordt hoofdzakelijk, hetgeen zonder meer als ongezond moet bestempeld worden.

Sommige premies benaderen trouwens al te sterk de waarde van het hoofdproduct, wat ook door de gespecialiseerde firma's inzake verkoop met premies als een buitensporigheid wordt beschouwd. Tenslotte zou de waarde van de aangeboden premie, op grond van de daartoe benodigde zegels, soms aanzienlijk hoger liggen dan de waarde van eenzelfde artikel in de gespecialiseerde handel.

Het kan aangenomen worden dat verdelers, die artikelen met premies verkopen onder de auspiciën van een daarin gespecialiseerde firma, zich met dit systeem goed bevinden. Even onloochenbaar is evenwel, dat veruit de meeste andere kleinhandelaars tegen de premieverkoop gekant zijn.

De toepassing van de premieverkoop vormt daarenboven een gevoelige handicap voor die handelaars, die het stelsel niet aankleven, voornamelijk voor diegenen welke zich er op toeleggen kwaliteitsartikelen te leveren met een optimale service tegen een juiste prijs.

Tenslotte is daar nog de categorie van de handelaars, waarvan de broodwinning precies bestaat in de normale verkoop van die artikelen, welke meestal als premie toegegeven worden : speelgoed, glas- en gleiswerk, zekere textielwaren, juweliersartikelen, enz. Deze behoren uiteraard tot de heftigste tegenstanders van de verkoop met premies.

* * *

Voor- en tegenstanders kunnen derhalve aannemelijke argumenten doen gelden voor hun respectievelijke stellingen. Het is een feit, dat de argumenten pro en contra vaak ernstig tegen elkaar kunnen opwegen.

De oplossing van het vraagstuk van de verkoop met premies is o. i. noch te zoeken in het integrale verbod van

offerts généralement comme primes. Il résulte, en effet, des statistiques que le volume des articles offerts comme primes est très minime par rapport à celui de l'ensemble de la branche.

En outre, l'expérience a prouvé que pour d'autres secteurs de notre industrie et commerce d'importation la distribution de leurs articles au titre de primes constitue un débouché qu'ils n'avaient pu trouver jusqu'à présent dans la vente normale par les canaux de la distribution spécialisée.

En troisième lieu, l'offre d'articles sous forme de primes est souvent de nature à stimuler plutôt qu'à entraver la vente de ces articles dans le commerce spécialisé.

De leur côté, les adversaires du système soulignent les multiples inconvénients de la vente avec primes. Il alourdit inévitablement le processus de la distribution, puisque les fabricants et commerçants doivent investir des capitaux considérables pour la vente avec primes et qu'ils sont en outre obligé de tenir une comptabilité supplémentaire.

Il en résulte une hausse du prix de revient du produit, la valeur de la prime devant être incorporée dans le montant du prix de revient. Sinon, la dépense supplémentaire se récupère sur la qualité. Dans les deux cas, la vente avec primes joue au détriment de l'acheteur. Même si le fabricant ou commerçant n'a recours à aucune de ces deux formules, sa propre marge bénéficiaire sera de toute façon réduite.

Par ailleurs, les adversaires du système insistent sur le fait que la vente avec primes constitue inévitablement un marché de dupes pour l'acheteur, car en présentant la prime de la façon la plus attrayante, on s'efforce de détourner l'attention du prix et de la qualité du produit principal. On fait accroire au public que l'on distribue des cadeaux, alors qu'en réalité c'est l'acheteur qui paye la prime. La vente avec primes peut souvent mener à l'exploitation de la naïveté ou, du moins, à détourner l'attention : l'acquisition de la prime devient l'essentiel, ce qui doit être taxé sans plus comme malsain.

D'ailleurs, certaines primes se rapprochent trop de la valeur du produit principal, ce que les firmes spécialisées dans la vente avec primes considèrent également comme un excès. Enfin, la valeur de la prime offerte sur la base des timbres nécessaires à cette fin est parfois supérieure à la valeur du même article dans le commerce spécialisé.

On peut admettre que ce système soit avantageux pour les distributeurs qui vendent des articles avec primes sous les auspices d'une firme spécialisée. Toutefois, on ne peut nier que la grande majorité des autres détaillants sont opposés à la vente avec primes.

En outre, l'application de ce système constitue un handicap sérieux pour les commerçants qui n'en veulent pas, principalement pour ceux qui s'efforcent de fournir des articles de qualité, en assurant un service optimum au juste prix.

Il y a enfin la catégorie des commerçants pour lesquels la vente normale des articles offerts à titre de primes constitue leur gagne-pain : jouets, verroterie et poteries, certains articles textiles, joaillerie, etc. C'est parmi eux que l'on trouve les adversaires les plus acharnés de la vente avec primes.

* * *

Ainsi donc, aussi bien les partisans que les adversaires peuvent invoquer des arguments solides à l'appui de leurs thèses respectives. En fait, les arguments pour et contre sont bien souvent équivalents.

A notre avis, la solution du problème de la vente avec primes ne doit être recherchée ni dans l'interdiction inté-

bewuste handelpraktijk noch in de onveranderde besteding van de desbetreffende vigerende beschikkingen. Men gaat over het algemeen akkoord om vast te stellen, dat de huidige reglementering de deur openlaat voor sommige misbruiken, waaraan moet verholpen worden, zonder dat men daarom een gezonde beoefening van de verkoop met premies in het vervolg onmogelijk wenst te zien maken.

Het kan inderdaad niet tegengesproken worden, dat het premiestelsel vooral voor de kleine en middelgrote ondernemer een nuttig verweermiddel kan zijn in de onverbiddelijke concurrentie met de grote distributie-ondernemingen. Dit systeem is ten andere een bepaalde vorm van reclame of publiciteit, zodat men het bezwaarlijk zou kunnen verantwoorden precies alleen deze vorm — met uitsluiting van alle andere — te verbieden.

Er zijn ongetwijfeld nadelige kanten verbonden aan het premiesysteem. Maar, bij nader toezicht, kan men deze evenzeer ontwaren bij gelijk welke andere vorm van reclame en publiciteit.

Aldus kan het waar zijn, dat het distributieproces erdoor bezwaard wordt, aangezien zodoende kapitalen moeten geïmmobiliseerd worden. Maar dit is ook het geval bij andere publiciteit. Het kan ook waar zijn, dat de kostprijs van het product erdoor verhoogd wordt of dat de kwaliteit eronder lijdt of dat de winstmarges van de handelaar dienstengevolge vermindert. Maar kan dit niet evengoed gezegd worden van andere publicitaire methodes? Zelfs kan het gebeuren, dat sommige verbruikers erdoor om de tuin worden geleid; maar ook dit is nooit *a priori* helemaal uit te schakelen bij om 't even welke andere vorm van reclame.

Een zaak primeert echter al de voorgaande beschouwingen: geeft het premiestelsel werkelijk aanleiding tot zware misbruiken en tot bedrog, en werkt het de oneerlijke concurrentie in de hand? Welnu, de ervaring wijst uit, dat zulks veelal het geval kan zijn.

Deze ervaring verantwoordt het besluit, dat er betuiging en reglementering is om de mogelijke misbruiken te ondervangen en ze zoveel mogelijk bij voorbaat uit te schakelen. Zij wettigt daarentegen het besluit niet dat men dient over te gaan tot de algehele afschaffing en het absolute verbod van alle verkoop met premies.

* * *

In de naburige landen, meer bepaaldelijk in Frankrijk en Nederland, kwamen de wetgevers tot eenzelfde bevinding. Aldaar werd dan ook een wettelijke reglementering van de verkoop met premies ingevoerd.

Ook in ons land is het probleem niet nieuw. De verkoop met premies werd enigzins gereguleerd bij de koninklijke besluiten van 13 januari 1935, 26 februari 1935, 18 maart 1935, 12 november 1935, 30 maart 1936 enz. De ervaring heeft uitgewezen, dat bedoelde wetgeving niet volstaat en derhalve dient verscherpt en aangevuld te worden met o. m. beperkende voorschriften inzake de verkoop met kortingzegels; de meeste hierboven opgesomde bezwaren gelden immers evenzeer ook voor deze laatste handelspraktijk.

De Hoge Raad voor de Middenstand heeft na een grondige studie van het onderwerp een genuanceerd advies uitgebracht, dat wij in de uitwerking van onderhavig wetsvoorstel graag onderschrijven (zie het « Informatieblad » van het Economisch en Sociaal Instituut voor de Middenstand, Jaargang 1954, aflevering n° 10).

De essentiële richtlijnen van huidig wetsvoorstel gaan dus dezelfde weg op als deze voorgesteld door de Hoge Raad voor de Middenstand:

1° Wij zijn van oordeel, dat het premiestelsel als zodanig niet onvoorwaardelijk moet verboden worden.

grale de la pratique commerciale en question, ni dans le maintien tel quel des dispositions en vigueur en la matière. En général, l'on s'accorde à dire que la réglementation actuelle ouvre la porte à certains abus, qu'il importe d'éliminer, sans que, pour autant, la saine pratique de la vente avec primes soit rendue impossible à l'avenir.

En effet, il est incontestable que, surtout pour les petites et moyennes entreprises, le système des primes peut être une arme utile dans la concurrence impitoyable avec les grandes entreprises de distribution. Ce système constitue d'ailleurs une forme déterminée de réclame ou de publicité, de sorte qu'on pourrait difficilement justifier l'interdiction de cette seule forme, à l'exclusion de toutes les autres.

Sans doute, le système des primes présente-t-il des inconvénients. Mais un examen plus approfondi révèle les mêmes inconvénients pour toute autre forme de réclame ou de publicité.

Ainsi, il se peut que le processus de distribution en soit grevé, du fait que des capitaux doivent ainsi être immobilisés. Mais cela est également vrai pour les autres formes de publicité. Il est possible aussi qu'il en résulte une hausse du prix de revient du produit, ou une diminution de la qualité, ou encore une réduction de la marge bénéficiaire du commerçant. Mais ne peut-on pas en dire autant des autres méthodes publicitaires? Il se peut même que certains consommateurs soient dupés; mais cette éventualité ne pourra jamais être entièrement exclue pour n'importe quelle autre forme de réclame.

Cependant, une question prime toutes les considérations précédentes: le système des primes donne-t-il vraiment lieu à de graves abus et à la fraude, et favorise-t-il la concurrence déloyale? Or, il résulte de l'expérience que cela n'est pas toujours exclu.

Cette expérience justifie la nécessité de la répression et la réglementation pour prévenir des abus éventuels et pour les éliminer d'avance dans la mesure du possible. En revanche, elle ne justifie pas le recours à la suppression totale et à l'interdiction absolue de toute vente avec primes.

* * *

Dans les pays voisins, tout particulièrement en France et aux Pays-Bas, le législateur est arrivé à la même constatation. Aussi, on y a introduit une réglementation légale de la vente avec primes.

Dans notre pays aussi, le problème n'est pas nouveau. La vente avec primes a été réglementée partiellement par les arrêtés royaux des 13 janvier 1935, 26 février 1935, 18 mars 1935, 12 novembre 1935, 30 mars 1936, etc. L'expérience a prouvé que cette législation est insuffisante et que, dès lors, il importe de la renforcer et de la compléter, notamment par des dispositions restrictives en matière de vente avec timbres-ristournes; en effet, la plupart des objections énumérées ci-dessus s'appliquent également à cette dernière pratique commerciale.

Après une étude approfondie, le Conseil supérieur des Classes moyennes a émis un avis nuancé, auquel nous nous rallions volontiers dans la présente proposition de loi (voir le Bulletin d'Information de l'Institut d'Étude économique et sociale des Classes moyennes, année 1954, n° 10).

Les dispositions essentielles de la présente proposition répondent donc à l'avis formulé par le Conseil supérieur des Classes moyennes:

1° Nous estimons que le système des primes comme tel ne doit pas être interdit sans plus.

2° Wij menen evenwel, dat de bestaande reglementering (koninklijk besluit van 13 januari 1935 en volgende) dient aangevuld en verscherpt te worden, om de misbruiken te ondervangen en tegen te gaan.

3° Wij zijn de gedachte toegedaan, dat het gevaar en het nadeel van het premiestelsel vooral gelegen is op een dubbel terrein :

a) waar het de rechtstreekse premie betreft bestaat het grootste misbruik in de ongezone concurrentie, die wordt berokkend aan de handelaars welke het stelsel niet aankleven; speciaal wordt hier bedoeld de veralgemening van het procédé « drie voor twee » of de aflevering van een tweede (of derde) product tegen verminderde prijs. De kleinhandelaar is hier doorgaans het slachtoffer van, omdat hij verplicht wordt de distributie te doen zonder hiervoor een rechtmatig loon op te trekken.

b) waar het de onrechtstreekse premie betreft, zijn de misbruiken veel talrijker. Het betreft voornamelijk de verkoop met zegels, bij dewelke men geen zekerheid of geen genoegzame waarborg heeft in betrekking tot het verhandelen of het omruilen der zegels, noch in betrekking tot de solvabiliteit van diegenen die zegels uitgaven.

4° Wij deden de overtuiging op, dat ook de verkoop met kortingzegels aan een reglementering diende onderworpen, aangezien de meeste misbruiken van de verkoop met premies eveneens kunnen voorkomen bij de verkoop met kortingzegels.

De indieners van onderhavig wetsvoorstel beogen hiermede een nuttige bijdrage te leveren tot de sanering van de distributie.

2° Nous estimons toutefois qu'il convient de compléter et de renforcer la réglementation existante (A. R. du 13-1-1935 et suivants) en vue de prévenir et de contre-carrer les abus.

3° Nous considérons que le danger et l'inconvénient du système de vente avec primes se situe surtout sur un double plan :

a) lorsqu'il s'agit d'une prime directe, l'abus le plus flagrant réside dans la concurrence malsaine qui est faite aux commerçants qui ne se rallient pas à ce système; ici on vise plus particulièrement la généralisation du procédé « 3 pour 2 » ou de la fourniture d'un second (ou d'un troisième) produit à prix réduit. C'est généralement le détaillant qui en est la victime, parce qu'il est obligé de faire la distribution sans juste rémunération;

b) lorsqu'il s'agit d'une prime indirecte, les abus sont bien plus nombreux. Il s'agit principalement de la vente avec timbres alors qu'il n'existe aucune certitude ni garantie suffisante quant à la revente ou l'échange des timbres, ni à la solvabilité de ceux qui émettent les timbres.

4° Nous sommes persuadé qu'il convient de soumettre également à réglementation la vente avec timbres-ristournes, la plupart des abus de la vente avec primes pouvant également se produire à l'occasion de la vente avec timbres-ristournes.

Les auteurs de la présente proposition de loi entendent ainsi contribuer utilement à l'assainissement de la distribution.

A. DE GRYSE.

TOELICHTING OP DE ARTIKELEN.

Het eerste artikel handhaaft het principieel verbod van de verkoop of de bezoldigde dienstprestatie met premies. De aflevering van een voorwerp of de prestatie van een dienst, die niet verbonden zijn aan een verkoop of bezoldigde dienstprestatie, blijven derhalve toegelaten.

Artikel 2 brengt een omschrijving van hetgeen door premies moet verstaan worden. Het verschil met het koninklijk besluit n° 61 dd. 13 januari 1935 bestaat hierin, dat geen onderscheid meer gemaakt wordt tussen premiën bestaande uit voorwerpen van dezelfde of van verschillende aard dan deze van het hoofdvoorwerp. Dientengevolge worden praktijken als de toefgifte van het zoveelste stuk gratis (b.v. 3 voor 2), de kosteloze aflevering van een voorwerp in ruil voor een dagbladknipsel, coupon of iets dergelijks, enz., voortaan als premies beschouwd. Bewuste praktijken zijn in principe verboden, krachtens artikel 1, indien zij verbonden zijn aan een verkoop of bezoldigde prestatie. Zij kunnen evenwel in de praktijk toegelaten worden, mits men zich schikt naar de bepalingen van artikel 4.

Artikel 3 bevat de opsomming van hetgeen niet als premie dient beschouwd, nl. :

1° inlichtingen : b.v. handleidingen, gebruiksaanwijzingen, enz. Moeten ook als dusdanig beschouwd worden de instructies, gegeven door een mechaniker van de verkopende firma, b.v. bij de installatie van een nieuwe machine, zelfs wanneer de mechaniker een min of meer langdurige prestatie levert;

EXAMEN DES ARTICLES.

L'article premier maintient le principe de l'interdiction de la vente ou de la prestation de service rémunérée avec primes. Reste donc autorisée, la délivrance d'un objet ou la prestation d'un service non attachée à une vente ou à la prestation d'un service rémunéré.

L'article 2 précise ce qu'il faut entendre par primes. La différence avec l'arrêté royal n° 61 du 13 janvier 1935 réside dans le fait qu'il n'est plus fait de distinction entre les primes constituées par des objets de même nature ou d'une autre nature que l'objet principal. Par conséquent, des pratiques comme la remise d'un objet gratuit en supplément (par exemple 3 pour 2), la délivrance gratuite d'un objet en échange d'une découpe de journal, d'un coupon, etc., sont dorénavant considérées comme des primes. Ces pratiques sont interdites en principe, en vertu de l'article premier, lorsqu'elles se rapportent à une vente ou à une prestation rémunérée. Dans la pratique, elles peuvent cependant être admises, à condition que l'on se conforme aux dispositions de l'article 4.

L'article 3 donne une énumération limitative de ce qui n'est pas à considérer comme prime :

1° les renseignements : par exemple, les instructions, les modes d'emploi, etc. Sont également considérées comme telles, les instructions données par le mécanicien d'une firme, par exemple, lors de l'installation d'une nouvelle machine, même si ce mécanicien effectue une prestation de quelque durée;

2° toebehoorten : b.v. sleutel bij sardienenblikje, een stel gereedschappen voor het onderhoud en het normaal gebruik van een machine, enz;

3° publiciteitsartikelen : b.v. chomo's, kaartenspelen, asbakjes, enz;

4° onderhoudsdiensten : zoals kleine hulp verleend bij verkoop b.v. van benzine, een kosteloos onderhoudsabonnement gedurende het eerste jaar bij het in gebruik nemen van een nieuwe machine, enz;

5° rechtstreekse ristorni of kortingen in speciën.

Worden, daarentegen, wel voortaan als premie beschouwd :

a) de kosteloos gegeven voorwerpen en de kosteloos verstrekte diensten, die gelijkaardig zijn aan één der hoofdvoorwerpen of hoofddiensten : d.i. b.v. de verkoop van 3 stuks voor de prijs van 2 (cfr art. 1 par. 3 lit. a van het koninklijk besluit n° 61 dd. 13 januari 1935);

b) de voorwerpen gegeven door een fabrikant, indien zij van dezelfde aard zijn als het hoofdvoorwerp en gewoonlijk in zijn werkhuis worden vervaardigd : d.i. b.v. de toegifte van pralines bij een verkoop van chocolade door een fabrikant van beide artikelen (cfr. koninklijk besluit n° 294 dd. 30 maart 1936);

Artikel 4 verschaft de mogelijkheid, bij wijze van bijzondere afwijking aan het principiële verbod van de artikelen 1 en 2, toch premies ter gelegenheid van een verkoop of bezoldigde prestatie aan te bieden. Deze afwijking is telkens aan te vragen bij de bevoegde Minister, die te dien einde een vergunning kan afleveren.

Deze afwijking kan alleen aangevraagd worden ten gunste van het publiek; het aanbieden van een premie bij de verkoop van een voorwerp of de prestatie van een bezoldigde dienst aan voortverkopers, te hunnen persoonlijke behoefte althans, blijft in elk geval verboden.

De afwijking om premies aan te bieden ter gelegenheid van de verkoop van een voorwerp of de prestatie van een bezoldigde dienst aan het publiek kan slechts bekomen worden door zegels, stroken of penningen; de rechtstreekse premie bij een verkoop of bezoldigde dienstprestatie is dus nooit toegelaten.

Bovendien zijn deze zegels, stroken of penningen nog aan een reeks voorwaarden onderworpen, die speciaal werden verscherpt met het oog op de bescherming van de bezitter ervan.

Artikel 5 brengt een belangrijke vervollediging van artikel 3 van het koninklijk besluit n° 61 dd. van 13 januari 1935.

Inderdaad, daar waar de Koning tot dusver alleen de verkoop met premies kon verbieden van koopwaren van allereerste noodzakelijkheid (hoofdzakelijk waren hier de voedingswaren bedoeld), daar scheidt het huidige artikel 5 bovendien de mogelijkheid voor de Koning om bepaalde voorwerpen en diensten als premie zelf uit te schakelen.

Deze bijkomende beschikking is ingegeven door de critiek van sommige handelstakken, volgens dewelke het uitreiken van bepaalde premieën (b.v. juweliersartikelen, glas- en gleiswerk, enz.) secundaire verdelingsnetten in het leven kunnen roepen.

Artikel 6 breidt de reglementering van de verkoop met premies ook uit tot het domein van de verkoop met kortingzegels, die totnogtoe aan geen enkele wettelijke beschikking was onderworpen. De verkoop met rechtstreekse ristorni of kortingen, die onmiddellijk uitbetaald worden in speciën, blijft uiteraard geoorloofd. Maar de onrechtstreekse ristorno of de korting door middel van korting-

2° les accessoires, comme par exemple la clé d'une boîte de sardines, une série d'outils pour l'entretien et l'usage normal d'une machine, etc.;

3° les articles de publicité : chromos, jeux de cartes, cendriers, etc.;

4° les services d'entretien, comme les menus services rendus lors de la vente d'essence, l'abonnement d'entretien gratuit pendant la première année d'emploi d'une nouvelle machine, etc.;

5° les ristournes ou remises directes en espèces.

En revanche, sont considérés dorénavant comme primes :

a) les objets donnés et les services prestés gratuitement qui sont identiques à l'un des objets ou des services principaux : par exemple, la vente de 3 pièces au prix de 2 (cfr. art. 1^{er}, § 3, litt. a) de l'arrêté royal n° 61 du 13 janvier 1935);

b) les objets donnés par un fabricant s'ils sont de la même nature que l'objet principal et sont habituellement fabriqués dans son usine : par exemple, la remise de pralines lors de la vente de chocolat par un fabricant des deux articles (cf. arrêté royal n° 294 du 30 mars 1936).

Toutefois, l'article 4 permet, par dérogation spéciale à l'interdiction de principe prévue par les articles 1^{er} et 2, d'offrir des primes à l'occasion d'une vente ou d'une prestation rémunérée. Cette dérogation doit chaque fois être demandée au Ministre compétent, qui peut délivrer une autorisation à cette fin.

Cette dérogation ne pourra être demandée que dans l'intérêt du public; l'offre d'une prime lors de la vente d'un objet ou de la prestation d'un service rémunéré à des revendeurs, du moins pour leur usage personnel, reste en tout cas interdit.

L'autorisation d'offrir des primes à l'occasion de la vente d'un objet ou de la prestation d'un service rémunéré au public ne pourra être obtenue qu'à la condition que les primes soient représentées par des timbres, coupons ou jetons; l'offre directe d'une prime lors de la vente ou la prestation de services rémunérés n'est donc jamais autorisée.

En outre, ces timbres, coupons ou jetons sont soumis à une série de conditions, spécialement renforcées en vue de la protection de leur détenteur.

L'article 5 apporte une addition importante à l'article 3 de l'arrêté royal n° 61 du 13 janvier 1935.

En effet, alors que jusqu'à présent le Roi ne pouvait interdire que la vente avec primes de produits de première nécessité (c'est-à-dire, en ordre principal, les produits alimentaires), le présent article 5 donne en outre au Roi la faculté d'exclure certains objets et services au titre de primes.

Cette disposition supplémentaire a été insérée à la suite des critiques, émises par certains secteurs du commerce, selon lesquelles l'octroi de certaines primes (joaillerie, verrerie et poterie, par exemple), pourrait donner naissance à des réseaux de distribution secondaires.

L'article 6 étend la réglementation de la vente avec primes au domaine de la vente avec ristournes qui, jusqu'à présent, n'était soumise à aucune disposition légale. La vente avec ristournes ou remises directes, immédiatement payables en espèces, reste autorisée. Mais la ristourne indirecte ou la remise au moyen de timbres sera soumise désormais à des prescriptions analogues à celles qui régissent la vente avec

zegels wordt voortaan aan gelijkaardige voorschriften, als geldig voor de verkoop met premiën, ondergeschikt gemaakt. De kortingzegels namelijk dienen eveneens de geldswaarde te vermelden alsmede naam en adres van de uitgever, van een minimum formaat te zijn en een onbeperkte looptijd te hebben.

Het is inderdaad uit de ervaring gebleken, dat de bezwaren, verbonden aan de verkoop met premiezegels, ook tot op een zekere hoogte gelden voor de verkoop met kortingzegels (b.v. insolvabiliteit van de uitgeversmaatschappijen).

Artikel 7 verschaft een meer uitgebreide macht aan de Koning om onderhavige wet in de praktijk uit te voeren, dan zulks bij het koninklijk besluit n° 61 dd. 13 januari 1935 gedaan werd.

Dit artikel heeft hoofdzakelijk voor doel het principe van de borgsom vast te stellen. Dit principe werd reeds gehuldigd in de reglementering van 1935, maar dan alleen van toepassing gemaakt op de zogenaamde officines, d.i. ondernemingen die als uitsluitende activiteit hebben premiezegels uit te geven en te verspreiden.

Het is evenwel gebleken, dat het principe van de borgsom moest uitgebreid worden tot om het even welke firma (uitgevers en handelaars) en tot om het even welk soort van zegel (premie- en kortingzegels).

Ook de verhouding van deze waarborg tot de verschuldigde waarde der in omloop zijnde zegels blijkt te moeten verhoogd worden. Artikel 4 van het koninklijk besluit dd. 12 november 1935 heeft deze op 30 % bepaald, terwijl het nuttig lijkt de borgsom voortaan tot 50 à 60 % op te voeren.

Artikel 3 van laatstgenoemd koninklijk besluit kan gevoegelijk hernomen worden voor wat betreft de samenstelling van deze waarborg.

Voorts is het absoluut noodzakelijk, dat er zou gewaakt worden over de regelmatige aanpassing van de borgsom aan het bedrag van de in omloop zijnde zegels. De controle desaan gaande kan uitgeoefend worden door het opleggen van een bijzondere boekhouding, zoals omschreven in de artikelen 1 en 2 van het koninklijk besluit dd. 12 november 1935.

De laatste alinea van artikel 7 van onderhavig wetsvoorstel voorziet de vrijstelling van de borgsom voor de kleine zelfstandige kleinhandelaar, die uitsluitend ten behoeve van zijn eigen zaak een premie- of ristornozegel zou instellen. Hier is deze borgsom inderdaad niet noodzakelijk, vermits de cliëntele de uitgever rechtstreeks en persoonlijk kent en bijgevolg in deze kennis zelf een voldoende waarborg vindt.

Van de aan de Koning verleende macht om de uitgifte van, en de handel in premie- en kortingzegels te reglementeren, zou tenslotte ook gebruik kunnen gemaakt worden om een beperking in te stellen (b.v. 10 %) van de waarde der verleende premie- en kortingzegels ten onverstaan van de waarde van het betrokken voorwerp of dienst, die met deze zegels worden verkocht of gepresteerd.

Artikel 9 was noodzakelijk om een geordende overgang mogelijk te maken van het stelsel, beheerst eensdeels door het koninklijk besluit n° 61 dd. 13 januari 1935 voor de premiezegels en anderdeels door de absolute vrijheid voor de kortingzegels, naar het nieuwe stelsel.

primes. Ainsi donc, les timbres-ristournes devront mentionner la valeur en espèces, ainsi que les nom et adresse de l'émetteur; ils devront avoir un format minimum et une validité illimitée.

En effet, l'expérience a démontré que les inconvénients, rattachés à la vente avec timbres-primés s'appliquent, dans une certaine mesure, à la vente avec timbres-ristournes (p. ex. l'insolvabilité des sociétés d'émission).

L'article 7 donne au Roi, en vue de l'application pratique de la présente loi, des pouvoirs plus étendus que ceux, que lui accordait l'arrêté royal n° 61 du 13 janvier 1935.

Le but principal de cet article est d'établir le principe de la caution. Ce principe a été consacré déjà dans la réglementation de 1935, mais son application a été limitée aux prétendues officines, c-à-d. à des entreprises qui s'occupent exclusivement de l'émission et de la diffusion de timbres-primés.

Toutefois, il s'est révélé que le principe de la caution devrait être étendu à toutes les firmes (émetteurs et commerçants) et à tous les timbres (timbres-primés et timbres-ristournes) sans distinction.

En outre, le taux de cette garantie semble devoir être augmenté proportionnellement à la valeur des timbres en circulation. Alors que l'article 4 de l'arrêté royal du 12 novembre 1935 fixait ce taux à 30 %, il semble utile de le porter à 50 ou 60 %.

L'article 3 de l'arrêté royal précité peut être repris sans inconvénient en ce qui concerne la composition de cette garantie.

Par ailleurs, il est absolument nécessaire de veiller à l'adaptation régulière de la garantie au montant des timbres en circulation. Le contrôle pourrait être exercé en imposant une comptabilité spéciale comme il est dit aux articles 1 et 2 de l'arrêté royal du 12 novembre 1935.

Le dernier alinéa de l'article 7 de la présente proposition prévoit que le petit détaillant indépendant, qui émet un timbre-prime ou un timbre-ristourne pour sa propre entreprise, peut être exempté de la caution. En effet, dans ce cas la garantie n'est pas nécessaire, puisque la clientèle connaît directement et personnellement l'émetteur, ce qui constitue une garantie suffisante.

Enfin, le pouvoir accordé au Roi de réglementer l'émission et la vente de timbres-primés et de timbres-ristournes pourrait également s'exercer pour fixer une limite au taux de la valeur (p. ex. 10 %) des timbres-primés et des timbres-ristournes par rapport à la valeur de l'objet vendu ou service presté avec ces timbres.

L'article 9 était nécessaire afin de faciliter la transition au régime nouveau du régime, régi d'une part par l'arrêté royal n° 61 du 13 janvier 1935, concernant les timbres-primés, et d'autre part par la liberté absolue en matière de timbres-ristournes.

WETSVOORSTEL

HOOFDSTUK I.

De verkoop van premies.

Eerste artikel.

Het is verboden een premie, gehecht aan de verkoop van een voorwerp of aan de prestatie van een bezoldigde dienst, aan te bieden hetzij aan voortverkopers in het groot, hetzij aan kleinhandelaars, hetzij aan het publiek.

Art. 2.

Wordt als premie beschouwd elk voorwerp en elke dienst, die afgeleverd of gepresteerd wordt, hetzij ten kosteloze titel, hetzij tegen een lagere vergoeding van hun werkelijke waarde, hetzij tegen een prijs die versmolten is met deze van het hoofdvoorwerp of van de hoofddienst.

Art. 3.

Worden niet beschouwd als premies :

1° de inlichtingen, die betrekking hebben op het gebruik van het verkochte voorwerp of van de gepresteerde dienst;

2° de toebehoorten, die normaal met het verkochte voorwerp of met de gepresteerde dienst gepaard gaan;

3° de strikt publicitaire voorwerpen van luttele waarde, waarop het merk van de schenker duidelijk en onuitwisbaar vermeld is;

4° de kosteloze onderhoudsdiensten;

5° de rechtstreekse ristorni of kortingen in species.

Art. 4.

Bij afwijking aan de beschikkingen van artikel 1 en 2 hierboven, is het toegelaten aan het publiek de gelegenheid te verschaffen tot het verwerven van premies door middel van zegels, stroken of penningen, op voorwaarde :

1° dat op de zegels, stroken en penningen, evenals op de verzamelboekjes van deze, steeds de vertegenwoordigde waarde in speciën vermeld zij alsmede de naam en het adres van de uitgever;

2° dat de bezitter steeds de keuze hebbe tussen de aangeboden premie en het met de waarde der zegels, stroken of penningen overeenstemmende bedrag in speciën;

3° dat de afmetingen der zegels, stroken of penningen, ten minste gelijk wezen met deze welke door de Koning als minima zullen worden vastgesteld;

4° dat de zegels, stroken of penningen, een onbepaalde looptijd zouden hebben, aan dewelke alleen een einde kan worden gesteld mits een daartoe strekkend bericht dat ten minste één jaar voordien en in de vormen en voorwaarden, door de Koning vastgesteld, gepubliceerd wordt.

In dit laatste geval is de uitgever ertoe verplicht de zegels, stroken en penningen te valideren, welke er ook het aantal van zij dat door de bezitter ervan wordt aangeboden.

PROPOSITION DE LOI

CHAPITRE I^{er}.

De la vente avec primes.

Article premier.

Il est interdit d'offrir aux revendeurs en gros, aux détaillants ou au public une prime attachée à la vente d'un objet ou à la prestation d'un service rémunéré.

Art. 2.

Est considéré comme prime, tout objet délivré ou tout service presté soit gratuitement, soit moyennant une rémunération inférieure à sa valeur réelle, soit moyennant un prix confondu avec celui de l'objet ou du service principal.

Art. 3.

Ne sont pas considérés comme primes :

1° les renseignements se rapportant à l'utilisation de l'objet vendu ou du service presté;

2° les accessoires qui accompagnent normalement l'objet vendu ou le service presté;

3° les objets strictement publicitaires de peu de valeur portant de façon claire et indélébile la marque du donateur;

4° les services d'entretien gratuits;

5° les ristournes directes ou en espèces.

Art. 4.

Par dérogation aux dispositions des articles 1^{er} et 2 ci-dessus, il est autorisé de permettre au public d'acquérir des primes représentées par des timbres, coupons ou jetons, à condition :

1° que sur les timbres, coupons et jetons, ainsi que sur les carnets-collectionneurs soient toujours indiqués la valeur en espèces qu'ils représentent, ainsi que le nom et l'adresse de l'émetteur;

2° que le détenteur ait toujours le choix entre la prime offerte et le montant en espèces correspondant à la valeur des timbres, coupons ou jetons;

3° que les dimensions des timbres, coupons ou jetons soient au moins conformes à celles que le Roi déterminera comme minima;

4° que les timbres, coupons ou jetons aient une validité illimitée à laquelle il ne peut être mis fin que par un avis publié à cet effet un an à l'avance au moins, et dans les formes et conditions déterminées par le Roi.

Dans ce dernier cas, l'émetteur est tenu de valider les timbres, coupons et jetons, quelle qu'en soit la quantité présentée par leur détenteur.

Art. 5.

De Koning kan het voorrecht van de afwijking, voorzien bij artikel 4 hierboven, ontnemen :

1° aan de verkoop van koopwaren van allereerste noodzakelijkheid door Hem bepaald;

2° aan de aanbieding als premie van voorwerpen of diensten, voor dewelke dit verbod gerechtvaardigd is in het belang van de betrokken bedrijfstak.

HOOFDSTUK II.

De verkoop met kortingen.

Art. 6.

Onverminderd de bepalingen van artikel 3, 5°, van deze wet blijft de verkoop met rechtstreekse ristorni, onmiddellijk uitbetaald in speciën, en deze met kortingen, voorgesteld door zegels, stroken of penningen, toegelaten, mits deze zegels, stroken of penningen onderworpen wezen aan de voorwaarden zoals vermeld in artikel 4, 1°, 3° en 4°.

HOOFDSTUK III.

Gemeenschappelijke bepalingen.

Art. 7.

De Koning kan de uitgifte van en de handel in zegels, stroken en penningen, vermeld in de artikelen 4 en 6 hierboven, aan reglementering onderwerpen.

Hij maakt deze handelingen ondergeschikt aan het neerleggen van borgsommen en waakt erover dat het bedrag van deze steeds in verhouding blijve met de waarde der in omloop zijnde zegels, stroken of penningen. Hij neemt de nodige maatregelen voor de controle over de regelmatigheid van deze operatie.

De Koning kan van het storten van een borgsom vrijstellen de gevestigde zelfstandige kleinhandelaar, die uitsluitend voor eigen gebruik van zijn onderneming een premie- of kortingzegel instelt.

HOOFDSTUK IV.

Strafrechtelijke bepalingen.

Art. 8.

Alle inbreuken op artikelen 1, 2, 4 en 6 en op de koninklijke besluiten, genomen op grond van de artikelen 5 en 7 van deze wet, worden gestraft met een gevangenisstraf van acht dagen tot zes maanden en een boete van 26 frank tot 1.000 frank of met een van die straffen alleen.

De rechter kan daarenboven de publicatie van het vonnis

Art. 5.

Le Roi peut exclure du bénéfice de la dérogation prévue par l'article 4 ci-dessus :

1° la vente des produits de première nécessité qu'il détermine;

2° l'offre à titre de primes d'objets ou de services pour lesquels cette interdiction est justifiée dans l'intérêt de l'industrie en cause.

CHAPITRE II.

De la vente avec ristournes.

Art. 6.

Sans préjudice des dispositions de l'article 3, 5°, de la présente loi, la vente avec ristournes directes, immédiatement payables en espèces, ainsi que la vente avec ristournes représentées par des timbres, coupons ou jetons, reste autorisée à condition de soumettre ces timbres, coupons ou jetons aux conditions prévues à l'article 4, 1°, 3° et 4°.

CHAPITRE III.

Dispositions communes.

Art. 7.

Le Roi peut réglementer l'émission et le commerce des timbres, coupons et jetons prévus par les articles 4 à 6 ci-dessus.

Il en subordonne l'exercice au dépôt d'une caution et veille que le montant de celle-ci reste toujours proportionnelle à la valeur des timbres, coupons et jetons en circulation. Il prend les mesures nécessaires en vue d'assurer le contrôle de la régularité de cette opération.

Le Roi peut exempter du versement d'une caution le détaillant indépendant établi, qui émet un timbre-prime ou un timbre-ristourne destiné exclusivement à l'usage de sa propre entreprise.

CHAPITRE IV.

Dispositions pénales.

Art. 8.

Toute infraction aux dispositions des articles 1^{er}, 2, 4 et 6 des arrêtés royaux pris en vertu des articles 5 et 7 de la présente loi est punie d'un emprisonnement de huit jours à six mois et d'une amende de 26 à 1.000 francs, ou d'une de ces peines seulement.

Le juge peut ordonner l'affichage du jugement dans les

op de plaatsen en gedurende de tijdspanne, die hij aanwijst, zulks op kosten van de overtreder.

De rechter kan daarenboven de publicatie van het vonnis bevelen, hetzij in zijn geheel, hetzij bij uittreksel, op de wijze en gedurende de termijn, die hij aanwijst, zulks op kosten van de overtreder.

Alle beschikkingen van Boek I van het Strafwetboek, zonder uitzondering voor hoofdstuk VII en artikel 85, zijn toepasselijk op deze inbreuken. Artikel 9 van de wet van 31 mei 1888 is niet van toepassing op de aanplakkingen of de publicatie van het vonnis.

HOOFDSTUK V.

Overgangsbepalingen.

Art. 9.

De Koning bepaalt de termijnen binnen dewelke de uitgevers van bestaande premie- of kortingzegels zich dienen te schikken naar de bepalingen van de artikelen 4, 6 en 7 van onderhavige wet.

Art. 10.

Het koninklijk besluit n^o 6 van 31 januari 1935 en de daaropvolgende besluiten worden ingetrokken.

lieux et pendant le délai qu'il désigne et aux frais du contrevenant.

Le juge peut, en outre, ordonner aux frais du contrevenant, la publication du jugement, en entier ou par extrait, selon le mode et pendant le délai qu'il détermine.

Toutes les dispositions du livre I du Code pénal, sans exception du chapitre VII et de l'article 85, sont applicables à ces infractions. L'article 9 de la loi du 31 mai 1888 n'est pas applicable à l'affichage ou à la publication du jugement.

CHAPITRE V.

Dispositions transitoires.

Art. 9.

Le Roi détermine les délais dans lesquels les émetteurs de timbres-primés ou de timbres-ristournes devront se conformer aux dispositions des articles 4, 6 et 7 de la présente loi.

Art. 10.

L'arrêté royal n^o 61 du 13 janvier 1935 et les arrêtés subséquents sont abrogés.

A. DE GRYSE,
E. CHARPENTIER,
A. DE CLERCK,
P. EECKMAN,
P. VANDEN BOEYNANTS,
F. HERMANS.