

**BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS**

12 februari 2008

WETSVOORSTEL**tot wijziging van de wetgeving inzake
consumenten- en hypothecair krediet voor
wat betreft de reclame**(ingediend door mevrouw Katrien Partyka c.s.)
_____**CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE**

12 février 2008

PROPOSITION DE LOI**modifiant la législation sur le crédit à
la consommation et le crédit hypothécaire en
ce qui concerne la publicité**(déposée par Mme Katrien Partyka et consorts)
_____**SAMENVATTING**
_____*Dit wetsvoorstel strekt ertoe strengere regels in te
voeren voor reclame inzake consumenten- en hypo-
thecair krediet.***RÉSUMÉ**
_____*La présente proposition de loi vise à instaurer des
règles plus sévères en ce qui concerne la publicité en
matière de crédit à la consommation et de crédit hypo-
thécaire.*

cdH	:	centre démocrate Humaniste	
CD&V-N-VA	:	Christen-Democratisch en Vlaams/Nieuw-Vlaamse Alliantie	
Ecolo-Groen!	:	Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen	
FN	:	Front National	
LDD	:	Lijst Dedecker	
MR	:	Mouvement Réformateur	
Open Vld	:	Open Vlaamse liberalen en democraten	
PS	:	Parti Socialiste	
sp.a - spirit	:	Socialistische partij anders - sociaal, progressief, internationaal, regionalistisch, integraal-democratisch, toekomstgericht.	
VB	:	Vlaams Belang	

Afkortingen bij de nummering van de publicaties :		Abréviations dans la numérotation des publications :	
DOC 52 0000/000 :	Parlementair document van de 52 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer	DOC 52 0000/000 :	Document parlementaire de la 52 ^{ème} législature, suivi du n° de base et du n° consécutif
QRVA :	Schriftelijke Vragen en Antwoorden	QRVA :	Questions et Réponses écrites
CRIV :	Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)	CRIV :	Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)
CRABV :	Beknopt Verslag (blauwe kaft)	CRABV :	Compte Rendu Analytique (couverture bleue)
CRIV :	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)	CRIV :	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)
PLEN :	Plenum	PLEN :	Séance plénière
COM :	Commissievergadering	COM :	Réunion de commission
MOT :	moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)	MOT :	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers	Publications officielles éditées par la Chambre des représentants
Bestellingen :	Commandes :
Natieplein 2	Place de la Nation 2
1008 Brussel	1008 Bruxelles
Tel. : 02/ 549 81 60	Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74	Fax : 02/549 82 74
www.deKamer.be	www.laChambre.be
e-mail : publicaties@deKamer.be	e-mail : publications@laChambre.be

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

1. Inleiding.

De wet van 24 maart 2003 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet voerde strengere regels in voor de reclame voor consumentenkrediet.

Het was de bedoeling van de wetswijziging bepaalde vormen van reclame die konden leiden tot schuldoverlast te beperken.¹ Om de handhaving van de reclame-regels efficiënter te maken, werden strafbepalingen ingevoerd.

Eén van de strengere regels was het invoeren in artikel 6, § 1, van de wet consumentenkrediet van een verbod op reclame die op onrechtmatige wijze de snelheid of het gemak benadrukt waarmee een krediet kan bekomen worden. Een gelijkaardig verbod werd ingevoerd voor reclame die onrechtmatig aanspoort tot centralisatie of hergroepering van kredieten.

Maar wat wordt precies bedoeld met «onrechtmatig», «*abusivement*» in het Frans?

De memorie van toelichting stelt: «Worden aldus bedoeld de aankondigingen die op overdreven wijze het gemak («geen onderzoek»), de snelheid, de discretie, benadrukken met dewelke men een krediet kan bekomen. Idem dito voor wat de aankondigingen betreft die op onrechtmatige wijze aansporen tot «hergroepering» of «centralisatie» van lopende kredieten, die de kredietverlening voorstellen als zijnde reeds toegewezen, of die de passie voor het geld dat via een krediet beschikbaar is, uitbuiten.»

Met andere woorden: reclame die verwijst naar gemakkelijk of snel krediet is niet verboden, de verwijzing mag alleen niet overdreven zijn. Hetzelfde geldt voor reclame die verwijst naar hergroepering of centralisatie van kredieten: dit is toegelaten, maar er mag niet overdreven worden.

Maar wat is overdrijven? Dit is een subjectief begrip, dat door de ene persoon heel anders dan door de andere

¹ «Bepaalde vormen van reclame moeten verboden worden, zelfs zo zij niet van bedrieglijke aard zijn. Dit is zo voor reclame die personen, die niet in staat zijn het hoofd te bieden aan hun schulden, aanzet hun toevlucht tot krediet te ontnemen. Iedereen erkent inderdaad dat bepaalde reclame voor krediet een werkelijke aansporing is tot overmatige schuldenlast.» Memorie van toelichting p. 4, parl. Doc. 50 1730/01;

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

1. Introduction.

La loi du 24 mars 2003 modifiant la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation a instauré des règles plus sévères en ce qui concerne la publicité pour le crédit à la consommation.

L'objectif de la modification législative était de limiter certaines formes de publicité susceptibles d'entraîner le surendettement.¹ Afin de rendre plus efficace le contrôle du respect des règles en matière de publicité, des dispositions pénales ont été instaurées.

Une de ces règles plus sévères consistait en l'insertion, dans l'article 6, § 1^{er}, de la loi relative au crédit à la consommation, d'une disposition interdisant la publicité insistant abusivement sur la rapidité et la facilité avec laquelle on peut obtenir un crédit. Une interdiction similaire a été instaurée pour la publicité incitant à la centralisation ou au regroupement de crédits.

Mais qu'entend-on exactement par «abusivement», en néerlandais «*onrechtmatig*» ?

L'exposé des motifs précise à ce sujet: «Sont ainsi visées, des annonces qui mettent exagérément en valeur la facilité («pas d'enquête»), la rapidité, la discrétion, avec lesquelles on obtient du crédit. De même que celles qui incitent abusivement au «regroupement» ou à la «centralisation» des crédits en cours, qui présentent l'octroi d'un crédit comme étant déjà réalisé, ou qui exploitent abusivement la passion de l'argent disponible au moyen de crédit.»

En d'autres termes, la publicité qui fait allusion à un crédit facile ou rapide n'est pas interdite; il faut juste que l'allusion ne soit pas exagérée. Il en va de même de la publicité qui fait allusion au regroupement ou à la centralisation de crédits: elle est autorisée, pour autant qu'il n'y ait pas d'exagération.

Mais quand y a-t-il exagération? Il s'agit d'une notion subjective, qui sera interprétée de manière très différente

¹ «Certaines formes de publicité doivent être interdites, même en l'absence de caractère trompeur. Il en est ainsi de la publicité qui incite les personnes dans l'impossibilité de faire face à leurs dettes, à recourir au crédit. Tout le monde reconnaît en effet que certaines publicités pour le crédit constituent de véritables incitations au surendettement.» Exposé des motifs, p. 4, Doc. Parl. 50 1730/01;

zal geïnterpreteerd worden. Dit maakt een adequate controle op de twee verbodsbepalingen niet eenvoudig.

2. Onrechtmatige verwijzing naar het snel of gemakkelijk bekomen van krediet.

Voor het verbod op onrechtmatige reclame inzake het bekomen van een snel of gemakkelijk consumentenkrediet kan weliswaar gedeeltelijk een oplossing gevonden worden door na te gaan of de reclame realistisch en praktisch haalbaar is. Een krediet wordt niet zomaar toegekend, er moeten formaliteiten vervuld worden, de kredietgever moet onderzoeken of de consument kredietwaardig is, hij moet de Centrale voor Kredieten aan Particulieren raadplegen enz.

Slogans zoals: «onmiddellijk geld», «lening zonder formaliteiten» enz. zullen als onrechtmatig bestempeld kunnen worden. Het is immers onmogelijk «onmiddellijk» geld te bekomen, er moet een contract afgesloten worden, de Nationale Bank moet geraadpleegd worden.²

Een slogan zoals Binnen de 48 uren het krediet bij u thuis uitbetaald, is die overdreven? Wellicht niet, want in de praktijk zal het in de meeste gevallen wellicht haalbaar zijn om op 48 uur de kredietaanvraag te behandelen, de Nationale Bank te raadplegen, en het contract en het kredietbedrag ter beschikking te stellen.

Maar wat dan bijvoorbeeld met de slogan Uw lening binnen de 20 minuten? Op het eerste zicht lijkt dit overdreven of onrechtmatig. Dit is nochtans in sommige gevallen ook haalbaar. Een bankier die bijvoorbeeld een goede klantenrelatie heeft met de consument en weet wat diens inkomen is, kan inderdaad in een aantal gevallen snel een lening toestaan. Hij heeft alle gegevens ter beschikking, kan on-line de Centrale voor Kredieten aan Particulieren raadplegen, en kan dus bijvoorbeeld op 20 minuten of minder een lening toekennen en uitbetalen.

² Cfr. V. COLAERT en E. TERRY, «Kredietpromotie» in Handboek consumentenkrediet, K.U. Leuven-KULAK, Studiecentrum voor consumentenrecht, Die Keure, Brugge, 2007, p. 47: «Dat het nadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen onrechtmatig is, lijkt in bepaalde gevallen minder problematisch, nu er – gelet op de wettelijke verplichtingen – steeds enige tijd en formaliteiten vereist zijn om een consumentenkrediet te kunnen toekennen. Voor bepaalde reclamevermeldingen («het is zo gemakkelijk», «in 24 uur», «SMS Cash naar 3681 en je hebt het geld op zak») die de indruk wekken dat krediet kan worden toegekend zonder enige formaliteit of binnen een tijdspanne waarin dit praktisch onmogelijk is, zal dan ook zonder veel problemen kunnen aangetoond worden dat zij artikel 6, § 1, schenden.» Maar zelfs over sommige van de hier geciteerde slogans kan gediscussieerd worden of ze al dan niet onrechtmatig zijn. «Het is zo gemakkelijk», is dit overdreven het gemak van de kredietaanvraag beklemtonen? «In 24 uur» zal in een aantal gevallen wel mogelijk zijn.

par telle personne ou telle autre, ce qui ne facilite pas un contrôle adéquat du respect des deux interdictions.

2. Allusion abusive à l'obtention rapide ou facile de crédit.

En ce qui concerne l'interdiction des publicités abusives en matière d'obtention rapide ou facile de crédits à la consommation, on pourra, il est vrai, trouver une solution partielle en vérifiant si la publicité est réaliste et réalisable pratiquement. L'octroi d'un crédit n'est pas un acte anodin: il faut remplir des formalités, le prêteur doit vérifier si le consommateur est solvable, il doit consulter la Centrale des crédits aux particuliers, etc.

Des slogans comme «de l'argent tout de suite», «prêt sans formalités», etc., pourront être qualifiés d'abusifs. En effet, il est impossible d'obtenir de l'argent «tout de suite»: il faut conclure un contrat, consulter la Banque nationale.²

Un slogan du type Crédit disponible chez vous sous 48 heures, est-il exagéré? Probablement pas, car, dans la pratique, il sera sans doute possible, dans la plupart des cas, de traiter la demande de crédit, de consulter la Banque nationale, et de mettre le contrat et le montant du crédit à disposition dans les 48 heures.

Mais que penser, par exemple, du slogan Votre prêt dans les 20 minutes? À première vue, il semble exagéré ou abusif. Pourtant, c'est également possible dans certains cas. Un banquier qui a, par exemple, une bonne relation clientèle avec le consommateur et connaît son revenu, peut en effet, dans certains cas, accorder rapidement un prêt. Il a toutes les données à sa disposition, peut consulter en ligne la Centrale des crédits aux particuliers, et peut dès lors octroyer et payer un prêt en, par exemple, 20 minutes ou moins.

² Cfr. V. COLAERT et E. TERRY, «Kredietpromotie» in Handboek consumentenkrediet, K.U. Leuven-KULAK, Studiecentrum voor consumentenrecht, Die Keure, Brugge, 2007, p. 47: «Il semble désormais moins difficile dans certains cas de démontrer que la mise en évidence de la facilité ou la rapidité avec laquelle on peut obtenir un crédit est abusive, à présent que – eu égard aux obligations légales – un certain temps et certaines formalités seront toujours nécessaires pour pouvoir octroyer un crédit à la consommation. En ce qui concerne certaines mentions publicitaires («c'est si facile», «en 24 heures», «Le crédit par SMS, c'est dans la poche») qui donnent l'impression que le crédit peut être octroyé sans aucune formalité ou dans un laps de temps impossible à respecter dans la pratique, on pourra prouver sans trop de problèmes qu'elles violent l'article 6, § 1^{er}.» (traduction) Mais même pour certains slogans cités ici, on peut polémiquer sur la question de savoir s'ils présentent ou non un caractère abusif. Le slogan «C'est si facile» met-il l'accent de manière exagérée sur la facilité de demander un crédit? Obtenir un crédit «en 24 heures» sera probablement possible dans certains cas.

In 2005 deed het OIVO een onderzoek naar 221 kredietadvertenties, hierbij zou 29% onrechtmatig verwijzen naar snel of gemakkelijk krediet. Als voorbeelden gaf het OIVO slogans zoals: «Eén telefoontje en u hebt uw krediet», «Het is zo gemakkelijk», «Geld op uw rekening binnen 24 uren», «Vandaag nog geld nodig?»³ Men kan er over discussiëren of al deze slogans als onrechtmatig moeten beschouwd worden, bijvoorbeeld de slogan «het is zo gemakkelijk», is dit onrechtmatig? Het kan er inderdaad op wijzen dat de kredietgever onzorgvuldig te werk gaat bij het verstrekken van krediet en onvoldoende nagaat of de consument zijn krediet zal kunnen terugbetalen, of misschien bewust een risico neemt. Maar het kan er even goed op wijzen dat het krediet een «gemakkelijke» dienst is die verleend wordt. Dit voorbeeld toont net aan dat het begrip «onrechtmatig» op verschillende manier kan geïnterpreteerd worden, wat maakt dat een adequate controle van de reclame voor dit aspect erg moeilijk is.

En wat bijvoorbeeld met de slogan: «Wij beginnen waar uw bank eindigt?», wat een typische slogan van een kredietmakelaar is. Meestal – maar zeker niet altijd – zijn banken voorzichtiger met kredietverstrekking dan niet-bancaire kredietgevers, maar is dit nu een onrechtmatige verwijzing naar gemakkelijk krediet?

Wat de gelijkschakeling van de regels voor hypothecair krediet en consumentenkrediet betreft, lijkt een verwijzing naar «snel» hypothecair krediet op het eerste zicht weliswaar niet nodig, vermits het tot stand komen van een hypothecair krediet sowieso steeds een zekere tijd vergt. Een verwijzing naar «gemakkelijk» hypothecair krediet lijkt daarentegen wel evident.

Om echter alle achterpoortjes inzake omzeiling van de regels voor consumentenkrediet te sluiten, bijvoorbeeld via één dubbelzinnige advertentie voor beide kredietvormen, wordt het verbod voor «snel» en «gemakkelijk» krediet ook ingevoerd voor hypothecair krediet.

3. Onrechtmatige verwijzing naar centralisatie of hergroepering van kredieten.

Voor reclame die verwijst naar centralisatie of hergroepering van kredieten is het meestal helemaal onmogelijk om aan te tonen dat de verwijzing «overdreven» is. Meestal worden bij centralisatie de te zware maandlasten

³ Het betrof een onderzoek naar ongeadresseerd reclamewerk in Brussel, Vlaanderen en Wallonië voor de periode tussen 28 februari en 8 mei 2005. Het is echter onduidelijk welke criteria het OIVO hanteerde om na te gaan of een advertentie onrechtmatig was.

En 2005, le CRIOC a réalisé une enquête portant sur 221 publicités pour le crédit, dont 29% insisteraient abusivement sur les aspects facilité et rapidité d'obtention. À titre d'exemple, le CRIOC cite des slogans tels que: «Crédit sur un simple coup de fil», «C'est si facile», «Argent sur votre compte dans les 24 heures», «Besoin d'argent aujourd'hui?»³ On peut discuter du caractère abusif de ces slogans. Le slogan «C'est si facile», par exemple, doit-il être considéré comme abusif? Il peut en effet laisser entendre que le prêteur accorde ses crédits à la légère et ne s'assure pas suffisamment que le consommateur pourra rembourser son crédit, ou qu'il prend peut-être un risque délibéré. Néanmoins, on peut très bien en déduire que le crédit est un service «facile» proposé aux consommateurs. Cet exemple démontre clairement que la notion d'abus peut donner lieu à des interprétations diverses, ce qui complique singulièrement l'exercice d'un contrôle adéquat de la publicité à cet égard.

Et qu'en est-il, par exemple, du slogan «Nous allons plus loin que votre banque», un slogan typique d'un courtier de crédits? Généralement – mais certainement pas toujours –, les banques sont plus prudentes en matière d'octroi de crédits que les prêteurs non bancaires. Faut-il y voir pour autant une référence abusive à un crédit facile?

En ce qui concerne l'alignement des règles en matière de crédit hypothécaire et de crédit à la consommation, il ne paraît pas nécessaire d'interdire toute allusion à la rapidité en matière de crédit hypothécaire, dans la mesure où l'obtention d'un tel crédit prend toujours un certain temps. En revanche, une telle mesure semble devoir s'imposer en ce qui concerne la facilité.

Toutefois, afin de couper court à toute possibilité de contourner les règles en matière de crédit à la consommation, par le biais d'une publicité ambiguë pour les deux formes de crédit, par exemple, l'interdiction visant le crédit «rapide» et «facile» s'appliquera également au crédit hypothécaire.

3. Allusion abusive à la centralisation ou au regroupement de crédits.

Lorsque la publicité fait allusion à la centralisation ou au regroupement de crédits, il est dans la plupart des cas totalement impossible de prouver que l'allusion est «exagérée». Le plus souvent, en cas de centralisation,

³ L'enquête portait sur des imprimés publicitaires non adressés à Bruxelles, en Wallonie et en Flandre pour la période du 28 février au 8 mai 2005. Le rapport ne précise cependant pas sur quels critères le CRIOC s'est basé pour établir le caractère abusif d'une publicité.

van de verschillende leningen en kredietkaarten van de consument omgezet in één lager maandbedrag, terug te betalen in een lening met langere looptijd.

Voor de ene consument zal een centralisatie een oplossing zijn voor zijn problemen, bijvoorbeeld personen die tijdelijk financiële problemen hebben gehad, maar die wel hun budget goed kunnen beheren en op zich een voldoende hoog inkomen hebben.

Voor consumenten met een structureel budgettair probleem, bijvoorbeeld omdat ze niet goed overweg kunnen met geld, of gewoon omdat ze een te laag inkomen hebben, zal zo een centralisatie of hergroepering slechts «uitstel van executie» zijn, en de totale schuldenlast verhogen. Vaak komt de consument dan terecht in een «cascade» van leningen om de vorige lening terug te betalen. Uiteindelijk komen deze personen terecht in de schuldbemiddeling.

Anders gezegd: in sommige gevallen is centralisatie een oplossing voor de problemen van de consument, in andere gevallen is dit géén oplossing en neemt de schuldoverlast alleen maar toe.

Net omdat voor centralisatie geval per geval moet bekeken worden, is het meestal onmogelijk om aan te tonen dat de reclame «overdreven» verwijst naar centralisatie of hergroepering van kredieten. Nochtans wordt er erg veel publiciteit voor zulke kredieten gemaakt. Het OIVO was in 2005 van oordeel dat 21% van de 221 onderzochte advertenties onrechtmatig verwezen naar centralisatie of hergroepering van kredieten.⁴ Als voorbeeld van een slogan vermeldde het OIVO «Groepeer al uw kredieten in één lening op afbetaling, zelfs als u geen eigenaar bent en zelfs als het om grote bedragen gaat». Zoals gezegd is deze reclame niet verboden, en zullen de inspectiediensten het moeilijk hebben om aan te tonen dat deze advertentie onrechtmatig is.⁵

⁴ Omdat de advertenties niet in de studies terug te vinden waren is het niet duidelijk welk criterium het OIVO gebruikte bij zijn beoordeling van de advertenties.

⁵ V. COLAERT en E. TERRY, *o.c.*, p. 46-47: «Er kan worden vastgesteld dat in reclame voor consumentenkrediet veelvuldig wordt aangespoord tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten. In de praktijk lijkt moeilijk aan te tonen dat dergelijke reclame onrechtmatig is. Of hergroepering of centralisatie van lopende kredieten nuttig of voordelig is voor de consument, zal meestal afhangen van zijn individuele geval, en meer bepaald of dergelijke hergroepering in zijn geval kan leiden tot een lager totaal terug te betalen bedrag (waarbij ook eventuele wederbeleggingsvergoedingen die moeten worden betaald ten gevolge van de hergroepering in rekening gebracht moeten worden). Het lijkt daarom niet evident om reclame die aanzet tot hergroepering of centralisatie als onrechtmatig te bestempelen.»

les mensualités trop lourdes des différents prêts et cartes de crédit du consommateur sont converties en une seule mensualité d'un montant inférieur, à rembourser via un prêt à plus longue échéance.

La centralisation résoudra les problèmes de certains consommateurs, comme les personnes qui ont dû faire face à des problèmes financiers passagers par exemple, mais qui sont néanmoins en mesure de bien gérer leur budget et disposent d'un revenu suffisamment élevé.

Pour les consommateurs confrontés à un problème budgétaire structurel, par exemple parce qu'ils ne savent pas gérer leur argent, ou simplement parce qu'ils perçoivent un revenu trop faible, la centralisation ou le regroupement ne fera que retarder l'échéance, et alourdira leur endettement global. Souvent, le consommateur contractera alors des emprunts «en cascade», pour rembourser le prêt précédent. Ces personnes finiront par faire appel à la médiation de dettes.

En d'autres termes: dans certains cas, la centralisation résout les problèmes du consommateur, alors que dans d'autres circonstances, ce n'est pas une solution et l'endettement ne fait que s'accroître.

C'est précisément parce que la centralisation doit être examinée au cas par cas qu'il est le plus souvent impossible de démontrer que la publicité fait «exagérément» référence à la centralisation ou au regroupement de crédits. L'on fait toutefois beaucoup de battage publicitaire autour de ces crédits. Le CRIOC estimait, en 2005, que 21% des 221 annonces publicitaires examinées faisaient abusivement référence à la centralisation ou au regroupement de crédits.⁴ À titre d'exemple de slogan, le CRIOC avait mentionné «Regroupez tous vos crédits en un prêt à tempérament, même si vous n'êtes pas propriétaire et même s'il s'agit de montants importants». Comme on l'a dit, cette publicité n'est pas interdite, et les services d'inspection auront des difficultés à démontrer que cette annonce est abusive.⁵

⁴ Étant donné que les annonces publicitaires ne figuraient pas dans les études, l'on ne sait pas clairement sur quels critères le CRIOC s'est fondé pour évaluer les publicités.

⁵ V. COLAERT et E. TERRY, *o.c.*, p. 46-47: «L'on peut constater que les publicités pour le crédit à la consommation l'incitent souvent au regroupement ou à la centralisation des crédits en cours. Dans la pratique, il semble difficile de démontrer qu'une publicité de ce type est abusive. L'utilité ou l'avantage éventuels du crédit pour le consommateur dépendront la plupart du temps de son cas individuel et, en particulier, de la question de savoir si le regroupement, dans son cas, peut entraîner une diminution du montant global à rembourser (il convient d'inclure dans ce calcul le montant des indemnités de emploi éventuelles qui doivent être payées à la suite du regroupement). Il ne semble dès lors pas évident de qualifier d'abusives une publicité qui incite au regroupement ou à la centralisation.»

Bovendien gebeuren ook veel hergroeperingen of centralisaties in de vorm van een krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet valt, waarvoor veel minder strenge regels gelden inzake reclame. Indien de consument zijn schulden hergroepeert in de vorm van een hypothecair krediet zal dit krediet onderworpen zijn aan de wet van 4 augustus 1992 wanneer het hoofddoel van de lening het «verwerven of behouden van onroerende zakelijke rechten» is.⁶ In de praktijk moet naar de hoofdbestemming van het krediet gekeken worden om na te gaan welk van de twee wetten van toepassing is⁷:

– indien het hoofddoel van de nieuwe hypotheeklening het overnemen van een bestaand hypothecair krediet is, waarbij tegelijk ook een aantal consumentenkredieten of andere schulden worden overgenomen, ressorteert het krediet onder de wet van 4 augustus 1992;

– indien het hoofddoel van de nieuwe hypotheeklening het overnemen van consumentenkredieten of andere schulden is, ressorteert het krediet onder de wet van 12 juni 1991⁸, zelfs indien in bijkomende orde een reeds bestaand krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 valt overgenomen wordt.

Hierbij geldt het principe dat de wet op het consumentenkrediet de *lex generalis* is, en de wet op het hypothecair krediet de specifieke wet. Van zodra een consument een hypothecair krediet aangaat dat niet geregeld wordt door de wet van 4 augustus 1992 valt dit onder de «algemene» wet op het consumentenkrediet.

Een paar voorbeelden kunnen dit verduidelijken. We nemen als vertrekbasis een consument die een hypothecair krediet aangaat van 100 000 euro en volgen een aantal scenario's inzake het gebruik van dit kredietbedrag:

Hypothese a: 70 000 euro voor de aankoop van een woning en 30 000 euro voor de vervroegde terugbetaling van een wagenfinanciering: wet van 4 augustus 1992 van toepassing;

⁶ Artikel 1 wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet: «Deze titel is van toepassing op het hypothecair krediet bestemd voor het financieren van het verwerven of behouden van onroerende zakelijke rechten (...)».

⁷ Zie J. VAN LYSEBETTENS en V. GEERDENS, Nota over het toepassingsgebied van de Wet van 4 augustus 1992, in *Annuaire juridique du crédit – Jaarboek kredietrecht, Observatoire du Crédit et de l'Endettement*, Charleroi, 1996. Cfr. commentaar van J. VAN LYSEBETTENS in Jaarboek Kredietrecht 2005, vonnis vredegerecht Beveren-Waas.

⁸ Het gaat dan om een krediet dat in toepassing van artikel 3, § 2, tweede lid, van de wet van 12 juni 1991 partieel onder de wet op het consumentenkrediet ressorteert.

En outre, de nombreux regroupements ou centralisations prennent également la forme d'un crédit qui relève de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, et qui est par conséquent soumis à des règles beaucoup moins strictes en matière de publicité. Si le consommateur regroupe ses dettes sous la forme d'un crédit hypothécaire, ce crédit sera régi par la loi du 4 août 1992 si l'objectif principal du crédit est «l'acquisition ou la conservation de droits réels immobiliers».⁶ Dans la pratique, il convient d'examiner l'objectif principal du crédit afin de déterminer laquelle de ces deux lois est d'application⁷:

– si l'objectif principal du nouveau prêt hypothécaire est la reprise d'un crédit hypothécaire existant et, dans la foulée, d'un certain nombre de crédits à la consommation ou d'autres dettes, le crédit relève de la loi du 4 août 1992;

– si l'objectif principal du nouveau prêt hypothécaire est la reprise des crédits à la consommation ou d'autres dettes, le crédit relève de la loi du 12 juin 1991⁸, même s'il reprend en ordre subsidiaire un crédit existant relevant de la loi du 4 août 1992.

À cet égard, le principe veut que la loi relative au crédit à la consommation soit la *lex generalis* et que la loi relative au crédit hypothécaire soit la loi spécifique. À partir du moment où un consommateur contracte un crédit hypothécaire qui n'est pas réglé par la loi du 4 août 1992, celui-ci relève de la loi «générale» relative au crédit à la consommation.

Quelques exemples illustreront ce point. Nous prendrons comme base de départ l'exemple d'un consommateur qui contracte un crédit hypothécaire de 100.000 euros et nous examinerons un certain nombre de scénarios quant à l'utilisation du montant de ce crédit:

Hypothèse a: 70.000 euros pour l'acquisition d'une habitation et 30.000 euros pour le remboursement anticipé d'un financement auto: la loi du 4 août 1992 est d'application;

⁶ Article 1^{er} de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire: «Le présent titre s'applique au crédit hypothécaire ayant pour objet le financement de l'acquisition ou la conservation de droits réels immobiliers (...)».

⁷ Cf. J. VAN LYSEBETTENS et V. GEERDENS, Note relative au champ d'application de la Loi du 4 août 1992, in *Annuaire juridique du crédit – Jaarboek kredietrecht, Observatoire du Crédit et de l'Endettement*, Charleroi, 1996. Cf. commentaire de J. VAN LYSEBETTENS in *Annuaire juridique du crédit* 2005, jugement rendu par la justice de paix de Beveren-Waas.

⁸ Il s'agit dans ce cas d'un crédit relevant partiellement de la loi relative au crédit à la consommation en application de l'article 3, § 2, alinéa 2, de la loi du 12 juin 1991.

Hypothese b: 60 000 euro voor de overname van de bestaande hypotheeklening waarmee de woning werd aangekocht en 40 000 euro voor de overname van leningen op afbetaling en het terugbetalen van kredietkaarten: wet van 4 augustus 1992 van toepassing;

Hypothese c: 30 000 euro voor de overname van de bestaande hypotheeklening waarmee de woning werd aangekocht en 70 000 euro voor terugbetaling van leningen op afbetaling, financieringen, kredietkaarten en ziekenhuiskosten: wet van 12 juni 1991 van toepassing;

Hypothese d: 100 000 euro uitsluitend voor de overname van ziekenhuiskosten en consumptieleningen: wet van 12 juni 1991 van toepassing.

Uit deze voorbeelden blijkt dat het mogelijk is consumptieschulden te hergroeperen in een hypothecair krediet dat niet onder de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet valt, maar wel onder de minder strak geregelde wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet.

Weliswaar zal in een aantal gevallen voor een consument die eigenaar is van zijn woning het mogelijk zijn via een centralisatie van schulden in de vorm van een hypothecair krediet mogelijk zijn om zijn schulden af te lossen.

Maar anderzijds creëert dergelijke centralisatie in de vorm van een hypothecair krediet een ernstig risico dat de consument op termijn ook zijn woning verliest in geval van wanbetaling voor het hypothecair krediet, wat zijn financiële- en leefomstandigheden uiteraard zal verslechteren.

4. Schrapping van het criterium «onrechtmatig».

In het kader van de strijd tegen de overmatige schuldenlast is het aangewezen elke verwijzing naar snelle of gemakkelijke kredietverlening te verbieden. Dit kadert in de principes van de wet op het consumentenkrediet:

– het zogenaamde «snelle» krediet kan beter vermeden worden om impulsaankopen te voorkomen; dit past in de quasi veralgemeende bedenktijd van 7 werkdagen om een consumentenkrediet op te zeggen (artikel 18);

– het zogenaamde «gemakkelijke» krediet is in strijd met de voorzichtigheidsplicht van de kredietgever (artikel 15).

Ook voor de centralisatie of hergroepering van kredieten lijkt een verbod op reclame aangewezen. Op

Hypothèse b: 60.000 euros pour la reprise du prêt hypothécaire existant qui a servi à acquérir l'habitation et 40.000 euros pour la reprise de prêts à tempérament et le remboursement de cartes de crédit: la loi du 4 août 1992 est d'application;

Hypothèse c: 30.000 euros pour la reprise du prêt hypothécaire existant qui a servi à acquérir l'habitation et 70.000 euros pour le remboursement de prêts à tempérament, financements, cartes de crédit et frais d'hospitalisation: la loi du 12 juin 1991 est d'application;

Hypothèse d: 100.000 euros exclusivement pour la reprise de frais d'hospitalisation et de prêts à la consommation: la loi du 12 juin 1991 est d'application.

Ces exemples montrent qu'il est possible de regrouper des dettes de consommation dans un crédit hypothécaire qui relève non pas de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation, mais de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, dont les règles sont moins strictes.

Dans un certain nombre de cas, il est vrai, le consommateur qui est propriétaire de son habitation pourra rembourser ses dettes par le biais d'une centralisation de dettes sous la forme d'un crédit hypothécaire.

Toutefois, dans le cas d'une telle centralisation sous la forme d'un crédit hypothécaire, le consommateur en défaut de paiement risque sérieusement, à terme, de perdre son habitation, ce qui aggraverait bien entendu sa situation financière et ses conditions de vie.

4. Suppression du critère «abusivement».

Dans le cadre de la lutte contre le surendettement, il y a lieu d'interdire toute référence à la rapidité ou à la facilité d'obtention d'un crédit, conformément aux principes de la loi relative au crédit à la consommation:

– il serait préférable d'éviter le crédit «rapide» pour prévenir les achats impulsifs; cette mesure est à rapprocher du délai de réflexion quasi généralisé de 7 jours ouvrables pour renoncer à un crédit à la consommation (article 18);

– le crédit «facile» est contraire au devoir de prudence du prêteur (article 15).

Il semble également indiqué d'interdire toute publicité pour la centralisation ou pour le regroupement de

zich is centralisatie of hergroepering niet noodzakelijk verkeerd, zoals vermeld kan dit in bepaalde gevallen een oplossing bieden voor een spreiding van de schuldenlast. Maar kredietgevers en makelaars die specifiek reclame maken voor dergelijke kredieten lijken zich toch te richten tot consumenten die te veel schulden hebben. In die zin zal het tot een coherenter geheel leiden met het verbod op reclame gericht op consument in schuldoverlast (art. 6, § 1, eerste gedachtenstreepe).

De schrapping van het criterium «onrechtmatig» zal ook leiden tot grotere rechtszekerheid: elke reclame voor gecentraliseerd, gehergroepeerd, gemakkelijk of snel krediet wordt verboden. Daarom wordt ook elke impliciete verwijzing naar dergelijke kredieten verboden.⁹ Kredietgevers en -bemiddelaars, evenals de verkopers zullen duidelijk weten waar zich aan te houden. Het zal ook de concurrentie eerlijker maken, want nu kunnen de «durvers» gebruik maken van de grijze zone in de wet om maximale en zelfs agressieve reclame te maken voor centralisatie of hergroepering van kredieten. In die zin behelst het voorstel ook een vereenvoudiging.

5. Het op elkaar afstemmen van de verplichte vermeldingen inzake identiteit, adres en hoedanigheid voor consumentenkrediet en hypothecair krediet.

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet verplicht in artikel 5, § 1, de adverteerder om zijn identiteit te vermelden in de reclame, hij moet dus de officiële benaming van de onderneming gebruiken. De wet op het hypothecair krediet is soepeler, en geeft de adverteerder de keuze tussen het vermelden van zijn officiële benaming of zijn handelsbenaming. Ook hoeft een hypothecair kredietgever zijn adres of hoedanigheid niet te vermelden, wat wel het geval is bij de hypothecaire kredietbemiddelaar en in de wet op het consumentenkrediet. Evenmin voorziet de wet op het hypothecair krediet dat voornoemde gegevens ondubbelzinnig en duidelijk leesbaar of hoorbaar moeten zijn. Nochtans kunnen deze gegevens van belang zijn voor de consument om te weten wie precies achter de reclame schuilgaat.¹⁰

⁹ Het tweede en derde gedachtenstreepe van artikel 6, § 1, zal na de wijziging als volgt luiden: «Verboden is elke reclame voor een kredietovereenkomst: die de consument, die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden, aanzet tot het opnemen van krediet; die op om het even welke wijze het gemak of de snelheid benadrukt waarmee het krediet kan worden verkregen; die op om het even welke wijze aanspoort tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten; (...)»

¹⁰ Artikel 14 van het KB van 5 februari 1993 houdende diverse bepalingen tot uitvoering van de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet voorziet dit voor de jaarrentevoet, de cijfergegevens, de prospectus, het tarief en het aanvraagformulier. Voor de identiteit, het adres en de hoedanigheid wordt dit niet geregeld.

crédits. La centralisation ou le regroupement n'est pas, en soi, nécessairement une mauvaise chose. Comme nous l'avons indiqué, il peut, dans certains cas, apporter une solution en matière d'échelonnement de la dette. Toutefois, les prêteurs et les courtiers qui font de la publicité spécifique pour ce type de crédits semblent tout de même s'adresser aux consommateurs surendettés. Dans ce sens, l'interdiction proposée formera un tout plus cohérent avec l'interdiction de la publicité à l'adresse du consommateur surendetté (art. 6, § 1^{er}, premier tiret).

La suppression du critère du caractère «abusif» accroîtra aussi la sécurité juridique: toute publicité pour un crédit centralisé, regroupé, facile ou rapide est interdite. C'est pourquoi toute référence implicite à ce type de crédits est également interdite.⁹ Les prêteurs et les intermédiaires de crédit, de même que les vendeurs, sauront clairement à quoi s'en tenir. Cela rendra aussi la concurrence plus loyale, car actuellement, ceux qui ne reculent devant rien peuvent profiter de la zone grise présente dans la loi pour faire une publicité maximale et même agressive pour la centralisation ou le regroupement de crédits. En ce sens, la proposition tend aussi à une simplification.

5. L'harmonisation des mentions obligatoires concernant l'identité, l'adresse et la qualité pour les crédits à la consommation et les crédits hypothécaires.

L'article 5, § 1^{er}, de la loi du 12 juin 1991 sur le crédit à la consommation oblige l'annonceur à mentionner son identité dans la publicité: il doit donc utiliser la dénomination officielle de l'entreprise. La loi sur le crédit hypothécaire est plus souple, et laisse le choix à l'annonceur entre la mention de sa dénomination officielle ou de sa dénomination commerciale. Un prêteur hypothécaire ne doit pas non plus mentionner son adresse ni sa qualité, une obligation qui est par contre prévue pour l'intermédiaire de crédit hypothécaire et dans la loi sur le crédit à la consommation. La loi sur le crédit hypothécaire ne prévoit pas non plus que les données précitées doivent être non équivoques et clairement lisibles ou audibles. Pourtant, ces données peuvent être importantes pour le consommateur afin de savoir qui se cache exactement derrière la publicité.¹⁰

⁹ Le second et le troisième tiret de l'article 6, § 1^{er}, sera libellé comme suit après modification: «Est interdite toute publicité pour un contrat de crédit: qui incite le consommateur, dans l'impossibilité de faire face à ses dettes, à recourir au crédit; qui met en valeur, de quelque manière que ce soit, la facilité ou la rapidité avec lesquelles le crédit peut être obtenu; qui incite, de quelque manière que ce soit, au regroupement ou à la centralisation des crédits en cours; (...)»

¹⁰ L'article 14 de l'arrêté royal du 5 février 1993 portant diverses dispositions d'exécution de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire le prévoit pour le taux d'intérêt annuel, les données chiffrées, le prospectus, le tarif et le formulaire de demande. Il ne le prévoit pas pour l'identité, l'adresse et la qualité.

6. Verbod op reclame voor hypothecair krediet die zich richt op personen in schuldoverlast.

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet voorziet in artikel 6, § 1, reeds een uitdrukkelijk verbod voor reclame «die de consument die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden».

De bedoeling van deze nieuwe bepaling ingevoerd bij de wet van 24 maart 2003 was: «[Dit] beoogt de reclame die personen, gebukt onder een overmatige schuldenlast, aanzet tot het beroep doen op krediet. Er wordt hier gedacht aan ontoelaatbare reclame die werkelijke aansporingen zijn tot overmatige schuldenlast zoals bijvoorbeeld:

- «financiële moeilijkheden? Wij zijn daar ...»;
- «zelfs werklozen, bestaansminimumtrekkers»;
- «zelfs indien geschil/betalingsachterstand»;
- «zelfs indien elders geweigerd»;
- «zelfs indien geregistreerd bij de Nationale Bank»;
- «leningen in het bijzonder voor geschil».

Het verbod beoogt eveneens de meest zwakke of kwetsbare personen te beschermen.»¹¹

Voor krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet valt is er geen dergelijke verbodsbepaling. Nochtans is het perfect mogelijk om consumenten die eigenaar zijn van hun woning een krediet ressorterend onder de wet van 4 augustus 1992 te verstrekken, waarmee tegelijk consumptieschulden worden aangezuiverd (zie punt 3). De wetswijziging van 24 maart 2003 kan makkelijk omzeild worden door in de reclame te verwijzen naar dergelijke hypothecaire kredieten. Dit maakt dat we nog steeds geconfronteerd worden met kredietreclame die zich richt op personen in financiële moeilijkheden, loonbeslag enz. Het volstaat voor de adverteerder om te vermelden dat het om een hypothecair krediet gaat, zodat hij niet onder de strengere regels van de wet op het consumentenkrediet valt.

Op zich kunnen zulke centralisatiekredieten onder de wet van 4 augustus 1992 soms een oplossing bieden voor sommige consumenten, bijvoorbeeld personen die door omstandigheden tijdelijk in financiële problemen zijn geraakt, en hun schulden hiermee op langere tijd voor een lager maandbedrag kunnen spreiden. Maar andere consumenten, bijvoorbeeld personen met een structureel budgettair probleem of een laag inkomen zouden beter doorverwezen worden naar een schuldbemiddelaar, in plaats van het risico te lopen dat ze hun woning kwijt raken bij wanbetaling van zo een centralisatiehypotheek (cfr. punt 3).

¹¹ Memorie van toelichting p. 14, parl. Doc. 50 1730/01;

6. Interdiction de faire de la publicité pour le crédit hypothécaire en visant sur les personnes surendettées

L'article 6, § 1^{er}, de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation interdit déjà explicitement la publicité «qui incite le consommateur, dans l'impossibilité de faire face à ses dettes, à recourir au crédit».

Le but de cette nouvelle disposition, instaurée par la loi du 24 mars 2003, était le suivant: «[Elle] vise la publicité qui incite les personnes dans l'impossibilité de faire face à leurs dettes, à recourir au crédit. On pense ici à des publicités inadmissibles qui constituent de véritables incitations au surendettement, telles que par exemple:

- «difficultés financières? Nous sommes là ...»;
- «même chômeurs, minimexés»;
- «même si contentieux/retard de paiement»;
- «même si refusé ailleurs»;
- «même si fiché à la Banque nationale»;
- «prêts spécial contentieux», etc.

L'interdiction cherche également à protéger des catégories de personnes plus faibles ou plus vulnérables.»¹¹

Une telle interdiction n'existe pas pour le crédit relevant de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire. Il est toutefois parfaitement possible d'octroyer à des consommateurs propriétaires de leur logement un crédit relevant de la loi du 4 août 1992 et qui servira également à apurer des dettes de consommation (voir point 3). On peut facilement contourner les modifications apportées par la loi du 24 mars 2003 en faisant référence à de tels crédits hypothécaires dans la publicité. Nous sommes dès lors encore et toujours confrontés à de la publicité pour le crédit axée sur des personnes en difficultés financières, sous le coup d'une saisie sur salaire, etc. Il suffit à l'annonceur de mentionner qu'il s'agit d'un crédit hypothécaire pour ne pas tomber sous le coup de la loi relative au crédit à la consommation, qui est plus stricte.

En soi, une telle centralisation des crédits, conformément à la loi du 4 août 1992, peut parfois constituer une solution pour certains consommateurs, par exemple des personnes qui, par suite de certaines circonstances, sont temporairement confrontées à des problèmes financiers et qui peuvent ainsi échelonner le remboursement de leurs dettes sur une plus longue période et moyennant une mensualité moindre. Mais d'autres consommateurs, par exemple des personnes qui ont un problème budgétaire structurel ou de faibles revenus, devraient être orientés vers un médiateur de dettes, plutôt que de risquer de perdre leur habitation en cas de défaut de paiement d'une telle hypothèque centralisée (cf. point 3).

¹¹ Exposé des motifs, p. 14, Doc. 50 1730/001.

Bovendien wordt door de reclame voor deze kredieten het verbod op reclame gericht op personen in schuld-overlast in de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet omzeild. Kredietmakelaars of kredietverstrekkers verkopen immers zowel consumentenkredieten als hypothecair kredieten, en zullen dus vaak in één advertentie voor beide producten reclame maken.

7. Strafbepalingen en controles

Strafbepalingen, opsporingsbevoegdheden en procedures inzake verbalisering voor reclame worden in het voorstel voor de wet op het hypothecair krediet afgestemd op de wet op het consumentenkrediet. Dit zal een efficiëntere controle toelaten, vermits in de huidige regelgeving de controles voor kredietreclame over twee diensten verspreid zijn:

- voor consumentenkrediet bij de FOD Economie, in casu de Algemene Directie Controle en Bemiddeling;
- voor hypothecair krediet bij de Commissie voor het Bank-, Financie- en Assurantiewezen.

De inspectiediensten van de FOD Economie zijn in het huidige wetgevend kader onrechtstreeks reeds bevoegd voor verscheidene controles inzake hypothecair krediet, met name voor de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument en de wet van 10 augustus 2001 betreffende de Centrale voor Kredieten aan Particulieren.

De FOD Economie kan ook nagaan of bepaalde hypothecaire kredieten niet moeten beschouwd worden als ressorterend onder de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet (zie punt 3).

Bovendien zijn de meeste banken, bankagenten, kredietgevers en kredietmakelaars zowel actief inzake consumentenkrediet als hypothecair krediet, het is dan ook efficiënter voor de controle op de reclame één dienst bevoegd te maken. Het is niet de bedoeling de bevoegdheden van de toezichthouder op de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet te verminderen, de CBFA blijft integraal bevoegd voor deze wet, maar voor de controle op de reclame wordt bijkomend de FOD Economie bevoegd.

Voorts worden ook overtredingen van de reclameregels door hypothecaire kredietgevers strafbaar gesteld, tot nu geldt dit enkel voor kredietmakelaars wat een niet gerechtvaardigde ongelijke behandeling is.

Qui plus est, la publicité pour ces crédits contourne l'interdiction de la publicité destinée aux personnes surendettées, prévue par la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation. Les courtiers en crédits ou les prêteurs vendent en effet tant des crédits à la consommation que des crédits hypothécaires, et ils feront dès lors de la publicité pour ces deux produits dans une même annonce.

7. Dispositions pénales et contrôles

La proposition de loi relative au crédit hypothécaire aligne les dispositions pénales, les pouvoirs de recherche et les procédures de verbalisation en matière de publicité sur la loi relative au crédit à la consommation. Cette harmonisation permettra un contrôle plus efficace, la réglementation actuelle confiant les contrôles en matière de publicité pour des crédits à deux services:

- pour les crédits à la consommation, au SPF Économie, en l'occurrence à la Direction générale Contrôle et Médiation;
- pour les crédits hypothécaires, à la Commission bancaire, financière et des assurances.

Les services d'inspection du SPF Économie sont déjà indirectement habilités à effectuer certains contrôles en matière de crédit hypothécaire en vertu du cadre législatif actuel, notamment par la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur et la loi du 10 août 2001 relative à la Centrale des Crédits aux Particuliers.

Le SPF Économie peut également vérifier si certains crédits hypothécaires ne doivent pas être considérés comme relevant de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation.

En outre, la plupart des banques, des agents bancaires, des prêteurs et des courtiers en crédits sont à la fois actifs dans le domaine des crédits à la consommation et des crédits hypothécaires. Il est donc plus efficace d'habiliter un seul service pour le contrôle de la publicité. Notre intention n'est pas de réduire les compétences de l'organe de contrôle de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire: la CBFA reste intégralement compétente pour cette loi, mais le SPF Économie lui est adjoind pour le contrôle de la publicité.

Par ailleurs, les infractions aux règles en matière de publicité commises par les prêteurs hypothécaires sont également sanctionnées. Pour l'heure, seuls les courtiers en crédits peuvent faire l'objet de sanctions, ce qui constitue une inégalité de traitement injustifiée.

ARTIKELSGEWIJZE TOELICHTING

Art. 2

Dit artikel wordt als dusdanig gewijzigd zodat er absolute duidelijkheid is: elke rechtstreekse of onrechtstreekse verwijzing naar snel en gemakkelijk krediet of naar centralisatie en hergroepering van consumentenkredieten wordt verboden.

Art. 3

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet definieert reclame in artikel 1, 7°, door te verwijzen naar de definitie in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument. Voor de consequentie en om alle dubbelzinnigheden uit te sluiten is het aangewezen een gelijkaardige definitie in te voeren voor het hypothecair krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 ressorteert. Hierdoor wordt in deze drie belangrijke wetten inzake consumentenbescherming de definitie van reclame eenduidig.¹²

Art. 4

Artikel 47, § 1, van de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet wordt hiermee afgestemd op artikel 5, § 1, 1°, van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet. Naast het exact vermelden van de identiteit van de onderneming, zullen voortaan ook de hypothecaire kredietgevers hun adres en hoedanigheid moeten vermelden in de reclame, wat tot nu toe enkel verplicht was voor kredietbemiddelaars.

Voor de bepalingen inzake de verplichte vermelding van de kredietvorm en de bijzondere of beperkende voorwaarden waaraan het krediet kan onderworpen zijn (artikel 5, § 1, 2°, en 3°, van de wet op het consumentenkrediet) is het niet zinvol deze als dusdanig over te nemen in de wet van 4 augustus 1992, de Koning kan deze aspecten van de verplichte vermeldingen voor hypothecair krediet immers regelen via artikel 47, § 4, van de wet.¹³ Gelet op de specificiteit van het hypothecair krediet, waarin het begrip Jaarlijks Kostenpercentage niet bestaat, wordt deze mogelijkheid voor de Koning behouden.

¹² Artikel 93, 3°, van de wet op de handelspraktijken definieert reclame als «elke mededeling die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten of diensten te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen;»

¹³ Momenteel gebeurt dit via het voornoemde KB van 5 februari 1993.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Art. 2

Cet article est modifié de manière à lever toute ambiguïté: toute référence, directe ou indirecte, à un crédit rapide et facile ou à la centralisation et au regroupement des crédits à la consommation est interdite.

Art. 3

La loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation définit la publicité en son article 1^{er}, 7°, en renvoyant à la définition prévue par la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur. Dans un souci de cohérence et afin d'exclure toute ambiguïté, il s'indique de prévoir une définition analogue du crédit hypothécaire relevant de la loi du 4 août 1992. La définition de la publicité serait ainsi exempte de toute ambiguïté dans ces trois lois importantes en matière de protection des consommateurs.¹²

Art. 4

L'article 47, § 1^{er}, de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire est ainsi aligné sur l'article 5, § 1^{er}, 1°, de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation. Désormais, il conviendra non seulement de mentionner l'identité exacte de l'entreprise, mais les prêteurs hypothécaires devront également indiquer leur adresse et leur qualité dans la publicité, ce qui incombait jusqu'à présent aux intermédiaires de crédit uniquement.

Il ne paraît pas souhaitable de reprendre telles quelles, dans la loi du 4 août 1992, les dispositions relatives à la mention obligatoire de la forme de crédit et des conditions particulières ou restrictives auxquelles le crédit peut être soumis (article 5, § 1^{er}, 2° et 3°, de la loi relative au crédit à la consommation), étant donné que le Roi peut régler ces aspects liés aux mentions obligatoires relatives au crédit hypothécaire dans le cadre de l'article 47, § 4, de la loi.¹³ Eu égard à la spécificité du crédit hypothécaire, qui ne connaît pas la notion de taux annuel effectif, le Roi devrait conserver cette possibilité.

¹² L'article 93, 3°, de la loi sur les pratiques du commerce définit la publicité comme «toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, quels que soient le lieu ou les moyens de communication mis en oeuvre;»

¹³ Pour l'instant, il est fait recours à l'arrêté royal du 5 février 1993, précité.

Art. 5

Met dit artikel wordt het verbod op reclame die schuldoverlast in de hand kan werken uitgebreid tot de wet op hypothecair krediet. Zie punten 2, 3 en 6 van de toelichting.

Art. 6

Dit artikel stemt op strafrechtelijk vlak de wet op het hypothecair krediet af op de wet op het consumentenkrediet. Dit betekent dat de straffen lichter worden wat betreft gevangenisstraf: acht dagen tot een jaar in plaats van een maand tot vijf jaar. Anderzijds worden de boetes verhoogd van 1000 tot 10000 frank naar 26 tot 100000 euro.

Voorts wordt de niet verantwoorde discriminatie van de kredietbemiddelaars op strafrechtelijk vlak ongedaan gemaakt: voortaan wordt iedereen die de reclameregels overtreedt strafbaar, dus ook bijvoorbeeld kredietgevers.

Ten slotte wordt ook het niet respecteren van de voorschriften inzake de prospectus in artikel 47, § 2, strafbaar, naar analogie met de strafbepalingen die gelden voor de prospectus in het consumentenkrediet (artikel 6*bis* van de wet van 12 juni 1991).

Art. 7

Dit artikel regelt voor reclame voor hypothecair krediet gelijkaardige opsporings- en controlebevoegdheden als in de wet op het consumentenkrediet. Hierbij wordt verwezen naar de desbetreffende artikelen in de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet. Dit betekent dat naast de CBFA en de gewone politiediensten ook de Algemene Directie Controle en Bemiddeling van de FOD Economie bevoegd wordt voor het toezicht op de reclame. Deze dienst kan niet alleen verbaliseren, maar kan ook via de instrumenten van het Proces-verbaal van waarschuwing en de administratieve minnelijke schikking een efficiënt handhavingsbeleid organiseren zonder de parketten te overbelasten.

Omwille van de administratieve vereenvoudiging wordt uitdrukkelijk bepaald dat de besluiten van de Koning inzake de administratieve minnelijke schikking en de ministeriële besluiten voor voornoemde artikels uit de wet op het consumentenkrediet ook van toepassing zijn voor hypothecair krediet.

Katrien PARTYKA (CD&V-N-VA)
Mia DE SCHAMPHELAERE (CD&V-N-VA)
Liesbeth VAN DER AUWERA (CD&V-N-VA)
Stefaan VERCAMER (CD&V-N-VA)

Art. 5

Cet article étend l'interdiction des publicités pouvant favoriser le surendettement à la loi sur le crédit hypothécaire. Voir les points 2, 3 et 6 dans les développements.

Art. 6

Cet article aligne, sur le plan pénal, la loi sur le crédit hypothécaire sur la loi sur le crédit à la consommation. Cela signifie que les peines d'emprisonnement seront plus légères: de huit jours à un an au lieu d'un mois à cinq ans. Par ailleurs, les amendes, qui sont aujourd'hui de 1 000 à 10 000 francs, sont augmentées et seront désormais de 26 à 100 000 euros.

En outre, la discrimination injustifiée qui frappe les intermédiaires de crédit sur le plan pénal est supprimée: dorénavant, toute personne qui transgresse les règles en matière de publicité est punissable, y compris donc les prêteurs, par exemple.

Enfin, le non-respect des règles relatives au prospectus figurant à l'article 47, § 2, devient également punissable, par analogie avec les dispositions pénales en vigueur pour le prospectus en matière de crédit à la consommation (article 6*bis* de la loi du 12 juin 1991).

Art. 7

Cet article prévoit pour la publicité pour le crédit hypothécaire des compétences de recherche et de contrôle similaires à celles prévues par la loi relative au crédit à la consommation et renvoie dès lors aux articles concernés de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation. Cela signifie qu'outre la CBFA et les services de police ordinaires, la Direction générale Contrôle et Médiation du SPF Économie est également compétente pour le contrôle de la publicité. Ce service peut non seulement verbaliser mais aussi, par le biais des instruments que sont le procès-verbal d'avertissement et la transaction administrative, organiser une politique de répression efficace sans surcharger les parquets.

Dans un souci de simplification administrative, il est prévu explicitement que les arrêtés pris par le Roi en matière de transaction administrative et les arrêtés ministériels pour les articles précités de la loi relative au crédit à la consommation sont également applicables au crédit hypothécaire.

WETSVOORSTEL

Artikel 1

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

Art. 2

In artikel 6, § 1, tweede en derde gedachtestreepje, van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet, gewijzigd bij de wet van 24 maart 2003, wordt het woord «onrechtmatige» vervangen door de woorden «om het even welke».

Art. 3

Artikel 4 van de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet, gewijzigd bij de wet van 13 maart 1998, wordt aangevuld als volgt:

«6° «reclame»: elke mededeling als bedoeld in de wetgeving op de handelspraktijken».

Art. 4

Artikel 47, § 1, van dezelfde wet wordt vervangen als volgt:

«§ 1. Elke reclame die het toekennen van een hypothecair krediet als bedoeld in artikel 2 van deze wet tot voorwerp heeft of tot gevolg kan hebben, hierna «reclame» genoemd, bevat op een ondubbelzinnige, leesbare en goed zichtbare of, in voorkomend geval, hoorbare wijze de identiteit, het adres en de hoedanigheid van de adverteerder.».

Art. 5

In dezelfde wet wordt een artikel 47bis ingevoegd, luidende:

«Verboden is elke reclame voor een kredietovereenkomst:

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

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

Art. 2

À l'article 6, § 1^{er}, de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation, modifié par la loi du 24 mars 2003, les deuxième et troisième tirets sont remplacés par les mots:

«— qui met en valeur, de quelque manière que ce soit, la facilité ou la rapidité avec lesquelles le crédit peut être obtenu;

— qui incite, de quelque manière que ce soit, au regroupement ou à la centralisation des crédits en cours;»

Art. 3

L'article 4 de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, modifié par la loi du 13 mars 1998, est complété comme suit:

«6° «publicité»: toute communication visée dans la loi sur les pratiques du commerce».

Art. 4

L'article 47, § 1^{er}, de la même loi est remplacé par la disposition suivante:

«§ 1^{er}. Toute publicité ayant pour objet ou pouvant avoir comme conséquence l'octroi d'un crédit hypothécaire, et dénommée ci-après «publicité», doit mentionner d'une manière lisible, apparente et non équivoque ou, le cas échéant, audible l'identité, l'adresse et la qualité de l'annonceur.».

Art. 5

Un article 47bis, libellé comme suit, est inséré dans la même loi:

«Est interdite, toute publicité pour un contrat de crédit:

1° die de consument, die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden, aanzet tot het opnemen van krediet;

2° die op om het even welke wijze het gemak of de snelheid benadrukt waarmee het krediet kan worden verkregen;

3° die op om het even welke wijze aanspoort tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten.».

Art. 6

Artikel 49, eerste lid, van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 26 juni 2000, wordt vervangen als volgt:

«Met gevangenisstraf van acht dagen tot een jaar en met geldboete van 26 tot 100 000 euro of met een van die geldstraffen alleen worden gestraft:

1° hij die de bepalingen van artikel 47, § 1, § 2, of § 4, of artikel 47*bis* van deze wet overtreedt;

2° de makelaars en andere tussenpersonen die handelen in strijd met artikel 48 van deze wet.».

Art. 7

In dezelfde wet wordt een artikel 47*ter* ingevoegd, luidende:

De bepalingen van artikel 81, 83 en 84 van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet zijn van toepassing voor de opsporing en vaststelling van overtredingen van artikel 4, § 1, § 2, of § 4, of artikel 47*bis*. De besluiten van de Koning en van de minister bevoegd voor Economische Zaken genomen in uitvoering van artikel 81, 83 en 84 van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet zijn hierbij van toepassing.

29 januari 2008

Katrien PARTYKA (CD&V-N-VA)
Mia DE SCHAMPHELAERE (CD&V-N-VA)
Liesbeth VAN DER AUWERA (CD&V-N-VA)
Stefaan VERCAMER (CD&V-N-VA)

1° qui incite le consommateur qui ne peut pas faire face à ses dettes à prendre un crédit;

2° qui, de quelque manière que ce soit, souligne la facilité ou la vitesse avec laquelle le crédit peut être obtenu;

3° qui, de quelque manière que ce soit, incite au regroupement ou à la centralisation de crédits en cours.».

Art. 6

L'article 49, alinéa 1^{er}, de la même loi, modifié par la loi du 26 juin 2000, est remplacé par la disposition suivante:

«Sont punis d'un emprisonnement de huit jours à un an et d'une amende de 26 à 100 000 euros ou d'une de ces peines seulement:

1° ceux qui enfreignent les dispositions de l'article 47, § 1^{er}, § 2 ou § 4, ou de l'article 47*bis* de la présente loi:

2° les courtiers et autres intermédiaires qui contreviennent à l'article 48 de la présente loi.»

Art. 7

Un article 47*ter*, libellé comme suit, est inséré dans la même loi:

Les dispositions des articles 81, 83 et 84 de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation s'appliquent à la recherche et à la constatation des infractions à l'article 4, § 1^{er}, § 2, ou § 4, ou à l'article 47*bis*. Les arrêtés pris par le Roi et le ministre qui a les Affaires économiques dans ses attributions en exécution des articles 81, 83 et 84 de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation sont d'application en la matière».

29 janvier 2008