

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

3 september 2009

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van de wet van 12 juni 1991
op het consumentenkrediet
voor wat de persoonsgerichte
kredietreclame betreft**

(ingediend door de heer Hans Bonte)

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

3 septembre 2009

PROPOSITION DE LOI

**modifiant la loi du 12 juin 1991
relative au crédit à la consommation
pour ce qui concerne la publicité
personnalisée pour le crédit**

(déposée par M. Hans Bonte)

SAMENVATTING

De indiener wil overmatige schuldenlast voorkomen en de persoonlijke levenssfeer van de consumenten beschermen.

Daarom stelt hij voor om ongevraagde reclame te onderwerpen aan de voorafgaande toestemming van de consument. Bijkomend mag kredietreclame niet meer de indruk wekken dat de consument een voorkeursbehandeling geniet.

RÉSUMÉ

L'auteur entend prévenir le surendettement et protéger la vie privée des consommateurs.

C'est la raison pour laquelle il propose de soumettre la publicité non sollicitée au consentement préalable du consommateur. Subsidiairement, la publicité pour le crédit ne peut plus donner l'impression que le consommateur bénéficie d'un traitement de faveur.

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

Afkortingen bij de nummering van de publicaties:

DOC 52 0000/000:	Parlementair document van de 52 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA:	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV:	Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)
CRABV:	Beknopt Verslag (blauwe kaft)
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)
PLEN:	Plenum
COM:	Commissievergadering
MOT:	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Abréviations dans la numérotation des publications:

DOC 52 0000/000:	Document parlementaire de la 52 ^{ème} législature, suivi du n° de base et du n° consécutif
QRVA:	Questions et Réponses écrites
CRIV:	Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)
CRABV:	Compte Rendu Analytique (couverture bleue)
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:	Séance plénière
COM:	Réunion de commission
MOT:	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

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

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes:
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.laChambre.be
e-mail : publications@laChambre.be

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet is een belangrijk instrument ter bevordering van verantwoord krediet en om overmatige schuldenlast tegen te gaan.

Naast verschillende andere oorzaken van schuldoverlast dragen ook de promotionele praktijken van bepaalde kredietgevers en kredietbemiddelaars ertoe bij dat mensen in blijvende moeilijkheden geraken. De recente cijfers van de Centrale voor Kredieten aan Particulieren tonen aan dat eind 2008, 344 072 personen met een betalingsachterstand geregistreerd staan. Het is onrustwekkend dat er opnieuw een stijging wordt waargenomen en dat ook het aantal personen in collectieve schuldenregeling verder blijft stijgen.

Een recente studie uitgevoerd door het Centrum Sociaal Beleid van de Universiteit Antwerpen in opdracht van de FOD Sociale Zekerheid (*Working Paper* Nr 1) onderstreept het belang van de consumentenkredieten ter verklaring van de stijgende bestaanonzekerheids- en armoedecijfers.

De wet van 24 maart 2003 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet voerde enkele nieuwe verbodsbepalingen omtrent de kredietreclame in. Zo werd reclame voor krediet verboden die op onrechtmatige wijze het gemak of de snelheid benadrukt waarmee het krediet kan worden verkregen of die op onrechtmatige wijze aanspoort tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten.

De reclamecampagnes van sommige kredietgevers en het gemak waarmee soms krediet wordt verleend aan mensen die al duidelijk schuldproblemen hebben, wijzen op de noodzaak van een strenge aanpak.

Het Federaal Plan Armoedebestrijding dat op voorstel van de staatssecretaris voor Armoedebestrijding door de federale regering goedgekeurd werd op 4 juli 2008 voorziet in een ambitieuzere strijd tegen overmatige schuldenlast onder andere op het vlak van de kredietreclame. Ook de federale minister voor Ondernemen lanceerde op 15 maart 2009 een actieplan voor correcte kredietverlening waarin strengere reclameregels in het vooruitzicht worden geplaatst.

Sommige kredietgevers maken massaal gebruik van een aan de persoon gerichte reclameboodschap, waarbij de consument rechtstreeks op naam en op zijn

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation est un instrument important pour promouvoir un crédit responsable et pour lutter contre le surendettement.

Outre diverses autres causes de surendettement, les pratiques promotionnelles de certains prêteurs et intermédiaires de crédit contribuent également à placer les consommateurs dans des situations difficiles permanentes. Les statistiques récentes de la Centrale des Crédits aux Particuliers montrent que fin 2008, 344 072 personnes confrontées à un arriéré de paiement étaient enregistrées. Il est inquiétant de constater qu'une nouvelle hausse est enregistrée et que le nombre de personnes en règlement collectif de dettes continue d'augmenter.

Une étude récente réalisée par le Centre de Politique sociale de l'Université Antwerpen pour le compte du SPF Sécurité sociale (*Working Paper* n° 1) souligne l'importance des crédits à la consommation pour expliquer la hausse des chiffres en matière de précarité d'existence et de pauvreté.

La loi du 24 mars 2003 modifiant la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation a instauré quelques nouvelles interdictions en matière de publicité pour le crédit. Ainsi, elle interdit la publicité pour le crédit qui met abusivement en valeur la facilité ou la rapidité avec lesquelles le crédit peut être obtenu ou qui incite abusivement au regroupement ou à la centralisation des crédits en cours.

Les campagnes de publicité de certains prêteurs et la facilité avec laquelle un crédit est parfois octroyé à des personnes ayant déjà clairement des problèmes d'endettement prouvent la nécessité de règles strictes.

Le Plan fédéral de lutte contre la pauvreté, qui, sur proposition du secrétaire d'État à la lutte contre la pauvreté, a été approuvé par le gouvernement fédéral le 4 juillet 2008, prévoit une lutte plus ambitieuse contre le surendettement, notamment sur le plan de la publicité pour le crédit. Le ministre fédéral pour l'Entreprise a également lancé, le 15 mars 2009, un plan d'action pour un octroi correct du crédit prévoyant des règles plus sévères en matière de publicité.

Certains prêteurs font un usage massif d'une publicité personnalisée, dans le cadre de laquelle le consommateur est invité directement, nominativement et à son

adres wordt aangesproken om een kredietovereenkomst te sluiten. Meestal gaat het om reclame voor kredietopeningen. De reclame laat dikwijls doorschemeren dat de consument een voorkeursbehandeling zal genieten indien hij ingaat op het aanbod in de reclame.

Vele consumenten ergeren zich aan deze persoonlijke en agressieve reclameboodschappen en voelen dit aan als een inbreuk op hun persoonlijke levenssfeer.

Naast het doel om overmatige schuldenlast te voorkomen, wensen wij de consument als bestemming van deze ongevraagde reclame te beschermen tegen elke schending van zijn privéleven door in een duidelijke *opt-in* te voorzien voor persoonsgerichte kredietreclame ongeacht de gebruikte communicatietechniek.

Dit voorstel ligt in het verlengde van de bestaande regels in het kader van de bescherming tegen ongevraagde reclame. De ongewenste reclame per elektronische post wordt reeds geregeld in artikel 14 van de wet elektronische handel en het koninklijk besluit van 4 april 2003 tot reglementering van het verzenden van de reclame per elektronische post. Voor het versturen van reclame per elektronische post is dus reeds in principe de voorafgaande toestemming van de bestemming vereist.

Artikel 94/17 van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, gewijzigd bij de wet van 5 juni 2007, vereist de voorafgaande, vrije, specifieke, en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde inzake de reclame per fax en per oproepautomaat. Voor de overige communicatietechnieken mag men in principe ongevraagd reclame verzenden, tenzij de geadresseerde zich hiertegen verzet.

Dit voorstel beoogt om in het kader van kredietreclame de persoonsgerichte ongevraagde reclame ongeacht de gebruikte communicatietechniek te onderwerpen aan de voorafgaande toestemming van de consument. Het voegt tevens de voorwaarde in dat kredietreclame niet de indruk mag wekken dat de consument een voorkeursbehandeling geniet.

Hans BONTE (sp.a)

adresse, à conclure un contrat de crédit. Il s'agit généralement de publicités pour des ouvertures de crédit. La publicité laisse souvent entendre que le consommateur bénéficiera d'un traitement de faveur s'il accepte l'offre proposée.

De nombreux consommateurs sont irrités par ces messages publicitaires personnels et agressifs et les perçoivent comme une atteinte à leur vie privée.

Notre souci de prévenir le surendettement se double de la volonté de protéger le consommateur, en tant que destinataire de cette publicité non sollicitée, contre toute violation de sa vie privée. À cet effet, nous prévoyons un *opt-in* clair dans le cadre de la publicité personnalisée pour le crédit, et ce, quelle que soit la technique de communication utilisée.

La présente proposition de loi s'inscrit dans le prolongement des règles existantes en matière de protection contre la publicité non sollicitée. La publicité électronique non sollicitée est déjà régie par l'article 14 de la loi commerce électronique, ainsi que par l'arrêté royal du 4 avril 2003 visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électronique. Le consentement préalable du destinataire est donc en principe déjà requis pour l'envoi de publicités par voie électronique.

L'article 94/17 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, modifié par la loi du 5 juin 2007, requiert le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages lorsque la publicité est envoyée par télécopieur ou au moyen d'un système automatisé d'appel. L'envoi non sollicité de publicités par le biais d'autres techniques de communication est en principe autorisé, sauf si le destinataire s'y oppose.

La présente proposition vise à soumettre la publicité personnalisée non sollicitée pour le crédit au consentement préalable du consommateur, et ce, quelle que soit la technique de communication utilisée. Elle conditionne en outre l'envoi de publicité pour le crédit au principe selon lequel celle-ci ne peut pas donner au consommateur l'impression qu'il bénéficie d'un traitement de faveur.

WETSVOORSTEL**Artikel 1**

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

Art. 2

In de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet wordt een artikel 5/1 ingevoegd, luidende:

“Art. 5/1. Elke specifiek aan de persoon gerichte reclame voor een kredietovereenkomst is verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen.

De bewijslast van het verzoek om reclame berust bij de afzender van het bericht.”

Art. 3

Artikel 6, § 1, eerste lid, van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 24 maart 2003, wordt aangevuld als volgt:

“— die de indruk wekt dat de consument van een voorkeursbehandeling geniet.”

Art. 4

In artikel 101, § 1, 16°, van dezelfde wet, ingevoegd bij de wet van 24 maart 2003, worden de woorden “5/1” ingevoegd tussen het cijfer “5” en het cijfer “6”.

13 juli 2009

Hans BONTE (sp.a)

PROPOSITION DE LOI**Article 1^{er}**

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

Art. 2

Dans la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation, il est inséré un article 5/1, rédigé comme suit:

“Art. 5/1. Toute publicité personnalisée pour un contrat de crédit est interdite sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages.

La charge de la preuve de la demande de publicité incombe à l'expéditeur du message.”

Art. 3

L'article 6, § 1^{er}, alinéa 1^{er}, de la même loi, modifiée par la loi du 24 mars 2003, est complété ce qui suit:

“— qui donne l'impression que le consommateur bénéficie d'un traitement de faveur.”

Art. 4

Dans l'article 101, § 1^{er}, 16°, de la même loi, inséré par la loi du 24 mars 2003, les chiffres “5/1” sont insérés entre le chiffre “5” et le chiffre “6”.

13 juillet 2009