

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

7 april 2025

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van het Wetboek
van economisch recht, teneinde krimpflatie
en andere voor de consument misleidende
marketingpraktijken te bestrijden**

Amendement

Zie:

Doc 56 0251/ (B.Z. 2024):

- 001: Wetsvoorstel van de heer Patrick Prévot c.s.
- 002: Advies van de Raad van State.
- 003: Amendementen.
- 004: Advies van de Raad van State.

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

7 avril 2025

PROPOSITION DE LOI

**modifiant le Code de droit économique
afin de lutter contre la *shrinkflation*
et autres pratiques de marketing
qui trompent le consommateur**

Amendement

Voir:

Doc 56 0251/ (S.E. 2024):

- 001: Proposition de loi de M. Patrick Prévot et consorts.
- 002: Avis du Conseil d'État.
- 003: Amendements.
- 004: Avis du Conseil d'État.

01395

Nr. 7 van mevrouw **Van den Bosch**
(subamendement op amendement nr. 2)

Art. 3

Het voorgestelde artikel VI.11/1 aanvullen met de volgende paragrafen 5 en 6:

“§ 5. Indien een goed te koop wordt aangeboden waarbij een ingrediënt wordt vervangen door een goedkoper ingrediënt, of waarbij de hoeveelheid van een ingrediënt in het goed procentueel wordt verminderd, en de prijs van het goed gelijk blijft of stijgt, dienen de in artikel 1 genoemde distributeurs, naast de wettelijke vereiste informatie over de geldende prijzen, op zichtbare en leesbare wijze, rechtstreeks op de verpakking, op het etiket dat aan het goed is bevestigd, of in de nabijheid van het product, aanvullende informatie te verstrekken. Deze informatie moet in dezelfde lettergrootte worden weergegeven als de aanduiding van de prijs per eenheid van het product. Ze mag geen andere vermeldingen bevatten die de duidelijkheid van de verstrekte informatie beperken.

Het gaat over de volgende vermelding, met uitsluiting van elke andere vermelding:

“Voor dit product zijn de ingrediënten veranderd: “in X zit minder percentage Y in” en/of “Y is vervangen door Z”. (bv x is pesto Y is olijfolie en Z is palmolie)

§ 6. De verplichting om de in paragraaf 5 bedoelde informatie te verstrekken, geldt voor een periode van twee maanden vanaf de datum waarop de aangepaste ingrediënten van de goederen te koop worden aangeboden.”

VERANTWOORDING

Niet enkel krimpflatie is een probleem en is een misleiden- de verkooptrick; een recent onderzoek door de Nederlandse consumentenbond toont een nieuw verschijnsel aan: bekni- belflatie “stiekem bezuinigen op dure ingrediënten”; ze worden

N° 7 de Mme **Van den Bosch**
(sous-amendement à l'amendement n° 2)

Art. 3

Compléter l'article VI.11/1 proposé par les para- graphes 5 et 6 rédigés comme suit:

§ 5. Lorsqu'ils proposent à la vente un bien dont un in- grédient coûteux a été remplacé par un ingrédient moins cher ou dans lequel le pourcentage d'un ingrédient a été diminué, alors que le prix du bien est maintenu ou augmente, les distributeurs visés au paragraphe 1^{er} mentionnent de façon visible et lisible, en plus des infor- mations légales sur les prix en vigueur, des informations complémentaires directement sur l'emballage ou sur une étiquette attachée ou placée à proximité du bien. Ces informations doivent être indiquées dans la même taille de caractère que celle utilisée pour l'indication du prix unitaire du produit. Il ne peut y avoir d'autres mentions limitant la clarté des informations fournies.

Il s'agit de la mention suivante, à l'exclusion de toute autre mention:

“Les ingrédients de ce produit ont été modifiés: “Dans X, il y a un moindre pourcentage de Y” et/ou “Y a été remplacé par Z”. (X étant p. ex. du pesto, Y de l'huile d'olive et Z de l'huile de palme)

§ 6. L'obligation de fournir les informations visées au paragraphe 5 s'applique pour une période de deux mois à compter de la date à laquelle le bien dont les ingrédients ont été modifiés est proposé à la vente.”

JUSTIFICATION

Il n'y a pas que la *shrinkflation* qui soit un problème et une astuce commerciale trompeuse. Une étude récente menée par la fédération néerlandaise des consommateurs met en lumière un nouveau phénomène, la *skimpflation*, qui consiste

vervangen door goedkopere terwijl de prijs gelijk blijft; het is de nieuwe methode van misleidende marketingpraktijken.

Op 25 april 2024 stond er een artikel in het Belang van Limburg dat aan het licht bracht dat vooral huismerken (60 procent) gebruik maken van deze truc. Bijvoorbeeld: lasagne van het merk AH met vroeger 16 procent varkensvlees en vandaag 12 procent maar je betaalt nog steeds 1,49 euro. Of Everyday hazelnootpasta van Colruyt; in de productietest van oktober 2022, 12,5 procent hazelnoten maar het is nu afgenomen naar 9 procent; ook hier wijzigde de prijs per pot van 750 gram niet.

Annik Van Den Bosch (PVDA-PTB)

à économiser discrètement sur les ingrédients coûteux. Ceux-ci sont remplacés par des ingrédients meilleur marché, alors que le prix du produit demeure inchangé. C'est une nouvelle forme de pratique de marketing trompeuse.

Le 25 avril 2024, Het Belang van Limburg publiait un article indiquant que cette astuce était principalement utilisée par les marques de distributeurs (60 %). Ainsi, la lasagne de la marque AH, qui contenait précédemment 16 % de viande de porc, n'en contient plus aujourd'hui que 12 %, mais est toujours vendue au prix de 1,49 euro. De même, la pâte à tartiner aux noisettes de la marque Everyday de Colruyt, qui contenait 12,5 % de noisettes lors du test de production réalisé en octobre 2022, n'en contient plus désormais que 9 %. Le prix du pot de 750 g n'en est pas moins resté le même.