

Financial Law Institute

Working Paper Series

WP 2011-02



**Reinhard STEENNOT
Michiel DE MUYNCK**

**Reclame en precontractuele informatie onder
de wet consumentenkrediet anno 2011**

January 2011

WP 2011-02

**Reinhard STEENNOT
Michiel DE MUYNCK**

**Reclame en precontractuele informatie onder de wet
consumentenkrediet anno 2011**

Abstract

Op 1 december 2010 is de gewijzigde Wet Consumentenkrediet in werking getreden. De wijziging van de Wet Consumentenkrediet is het gevolg van de omzetting van de Richtlijn Consumentenkrediet. In deze bijdrage zullen wij aandacht besteden aan de regelen inzake reclame en de precontractuele informatieverplichtingen die in de algemene bepalingen van de Wet Consumentenkrediet vervat liggen. Wij beperken ons daarbij niet tot een beschrijving van de (nieuwe) bepalingen, doch geven tevens aan of de (nieuwe) regelen verenigbaar zijn met de Europese Richtlijn. De Richtlijn is immers gebaseerd op het principe van gerichte volledige harmonisatie, zodat op enkele punten de vraag rijst of de wetgever de bescherming, zoals deze vervat lag in de wet van 1991, zoals gewijzigd in 2003, wel kon behouden. Bij dit alles verliezen wij ook de Wet Marktpraktijken niet uit het oog.



Reclame en precontractuele informatie onder de wet consumentenkrediet anno 2011

Reinhard Steennot, Hoofddocent Instituut Financieel Recht, UGent

Michiel De Muynck, Drs. Instituut Financieel Recht, FWO-Vlaanderen

1. Op 1 december 2010 is de gewijzigde Wet Consumentenkrediet in werking getreden¹. De wijziging van de Wet Consumentenkrediet is het gevolg van de omzetting van de Richtlijn Consumentenkrediet². In deze bijdrage zullen wij aandacht besteden aan de regelen inzake reclame en de precontractuele informatieverplichtingen die in de algemene bepalingen van de Wet Consumentenkrediet vervat liggen. Wij beperken ons daarbij niet tot een beschrijving van de (nieuwe) bepalingen, doch geven tevens aan of de (nieuwe) regelen verenigbaar zijn met de Europese Richtlijn. De Richtlijn is immers gebaseerd op het principe van gerichte volledige harmonisatie, zodat op enkele punten de vraag rijst of de wetgever de bescherming, zoals deze vervat lag in de wet van 1991, zoals gewijzigd in 2003, wel kon behouden. Bij dit alles verliezen wij ook de Wet Marktpraktijken³ niet uit het oog.

§1 RECLAME EN PROMOTIETECHNIKEN

2. De Wet Consumentenkrediet bevat verschillende bepalingen betreffende reclame. Artikel 5 WCK bepaalt welke gegevens moeten worden opgenomen in de reclame. Artikel 6 WCK geeft aan welke reclame verboden is. De artikelen 7 tot en met 9 WCK betreffen tenslotte de wijze waarop kredietovereenkomsten aan de man worden gebracht (promotietechnieken).

Bij de beoordeling van reclame voor consumentenkredietovereenkomsten moet men overigens niet enkel rekening houden met de regelen uit de Wet Consumentenkrediet, doch tevens met de bepalingen inzake oneerlijke handelspraktijken die vervat liggen in de Wet Marktpraktijken (infra nr. 3). Ook deze regelen kunnen bepaalde vormen van reclame en bepaalde promotietechnieken verbieden.

1. Begrip reclame

3. Wat de definitie van reclame betreft, verwijst artikel 1, 7° WCK naar de Wet Handelspraktijken (lees: Wet Marktpraktijken). Het betreft: iedere mededeling van een onderneming die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de verkoop van producten (*in casu* kredieten) te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen (art. 2, 19° WMPC). De notie “reclame” wordt ruim ingevuld. Zo oordeelde het Hof van Cassatie eerder dat een mededeling die een imago bevorderend effect heeft als reclame beschouwd moet worden⁴. Zij is er immers op gericht om onrechtstreeks de verkoop van producten te bevorderen. Andere voorbeelden van reclame zijn: de vermelding van een logo,

¹ Wet van 13 juni 2010 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet.

² Richtlijn 2008/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 april 2008 inzake kredietovereenkomsten voor consumenten en tot intrekking van Richtlijn 87/102/EEG van de Raad, *P.B.L.* 22 mei 2008, afl; 133/ 66.

³ Wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming.

⁴ Cass. 12 november 1999, *Jaarboek Handelspraktijken 1999*, 788.



een advertentie in een krant of de Gouden Gids, een website, een gesponsorde koppeling, een persconferentie waarop nieuwe kredietvormen worden gepromoot...⁵

De Wet Marktpraktijken bevat een hele reeks bepalingen inzake oneerlijke handelspraktijken. Van belang is er hier op te wijzen dat het begrip “handelspraktijken”, dat wordt gedefinieerd als iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een onderneming, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product (art. 2, 29° WMPC) – reclame omvat. Dit impliceert dat de regelen in de Wet Marktpraktijken die betrekking hebben op oneerlijke handelspraktijken ook toepassing vinden op reclame betreffende *consumentenkredietovereenkomsten*.

Daarbij mag men wel niet uit het oog verliezen dat de consument die wordt beschermd door de Wet Marktpraktijken een andere consument is dan deze die wordt beschermd in de Wet Consumentenkrediet. Meer concreet aanvaardt men dat gemengde kredieten, i.e. kredieten die hoofdzakelijk worden aangegaan voor privé-doeleinden, onder de toepassing van de Wet Consumentenkrediet vallen⁶. Opdat de Wet Marktpraktijken toepassing kan vinden, is daarentegen vereist dat de kredietnemer het krediet verwerft voor uitsluitend niet-beroepsmatige doeleinden (art. 2, 3° WMPC).

II. Verplichte vermeldingen in reclame

4. Artikel 5 WCK bepaalt welke vermeldingen in reclame betreffende consumentenkredietovereenkomsten moeten worden opgenomen, alsook op welke wijze dit moet gebeuren. In navolging van de Europese Richtlijn maakt de Belgische wet daarbij een onderscheid tussen reclame die een rentevoet of een cijfer betreffende de kosten van het krediet vermeldt en reclame die dat niet doet.

A. Reclame die geen melding maakt van rentevoet of een cijfer betreffende kosten van het krediet

5. Indien reclame geen rentevoet vermeldt, noch een cijfer betreffende de kosten van het krediet, volstaat het de vermelding op te nemen “Let op: lenen kost ook geld” (art. 5 §2 WCK). De grootte van de lettertekens waarin deze boodschap moet worden opgenomen, moet bij Koninklijk Besluit worden vastgesteld, hetgeen vooralsnog niet is gebeurd. Hoewel dit niet uitdrukkelijk wordt bepaald in artikel 5 §2 WCK kan men ervan uitgaan dat deze vermelding ook op hoorbare wijze kan (en moet) geschieden indien gebruik wordt gemaakt van reclame via de radio.

Men kan de vraag opwerpen of dergelijke boodschap, te vergelijken met boodschappen als “roken kan de gezondheid ernstige schade toebrengen”, zal bijdragen tot de bescherming van de consument. De meeste consumenten, ook deze die wanhopig op zoek zijn naar bijkomend krediet, zijn zich wel degelijk bewust van het feit dat kredieten geld kosten. Dergelijke vermelding zal hen geenszins kunnen afschrikken op zoek te gaan naar verdere kredieten.

⁵ Zie: R. STEENNOT, “Consumentenbescherming: Overzicht van rechtspraak (2003-2007)”, *TPR* 2009, 346-354.

⁶ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Doc. 52, 2468/001*, 10. Zie ook de bijdrage van B. DE GROOTE in dit boek.

B. Reclame die wel melding maakt van debetrente

1. Verplichte vermeldingen in reclame

6. Wanneer reclame wel een rentevoet of cijfers betreffende de kosten van het krediet vermeldt, moet de reclame de volgende gegevens bevatten:

- de debetrentevoet, vast en/of veranderlijk, alsook nadere informatie over eventuele kosten die in de totale kosten van het krediet voor de consument zijn opgenomen;
- het kredietbedrag;
- het jaarlijkse kostenpercentage;
- de duur van de kredietovereenkomst;
- in geval van een krediet in de vorm van uitstel van betaling voor een bepaald goed of een bepaalde dienst, de contante prijs en het bedrag van eventuele voorschotten, en
- in voorkomend geval, het totale door de consument te betalen bedrag en het bedrag van de afbetalingstermijnen.

Ook hier moet bij Koninklijk Besluit worden vastgesteld welke de grootte is van de lettertekens inzake informatie met betrekking tot de aard van de verrichting, haar duur, het jaarlijkse kostenpercentage en, indien het om een promotiepercentage gaat, de periode gedurende de welke dit percentage wordt toegepast, de vaste of veranderlijke aard van de debetrentevoet en het bedrag van de aflossingen.

7. Kredietbemiddelaars dienen in de door hun gevoerde reclame de consument op de hoogte te brengen van hun hoedanigheid van kredietbemiddelaar alsook de aard en draagwijdte van hun bevoegdheden. Deze verplichting werd weliswaar geschrapt uit artikel 5 WCK maar blijft bestaan ingevolge artikel 63 §1 WCK. Dit behelst ondermeer het gegeven dat zij als kredietmakelaar respectievelijk kredietagent optreden. De bepaling dat kredietmakelaars hun activiteiten enkel in eigen naam mogen uitoefenen (artikel 63 §4 WCK) slaat eveneens op het voeren van reclame. Het eventueel vermelden van kredietgevers waarvoor wordt bemiddeld zal de toets van het verbod inzake misleidende reclame moeten kunnen doorstaan. Kredietagenten zijn in tegenstelling tot kredietmakelaars niet gehouden tot dit gebod, maar dienen op alle documenten (waaronder reclame⁷) bestemd voor het cliënteel elementen ter identificatie van de kredietgever aan te geven (artikel 63 §5 WCK).

8. In het verleden bepaalde artikel 5 WCK dat ook de kredietvorm, identiteit en het adres dienden vermeld te worden in de reclame. Het weglaten van de identiteit van de kredietgever kan volgens bepaalde auteurs een misleidende omissie uitmaken⁸. Zoals verder in deze bijdrage zal blijken kan het weglaten van informatie maar gesanctioneerd worden op grond van de regelen inzake misleidende handelspraktijken indien de misleiding een impact kan hebben op het economisch gedrag van de consument (infra nr. 29). De vraag rijst of de

⁷ Zie in die zin ook V. COLAERT en E. TERRY, “Kredietpromotie” in *Handboek Consumentenkrediet*, Die Keure, 2007, 33.

⁸ Zie V. COLAERT en E. TERRY, “Kredietpromotie” in *Handboek Consumentenkrediet*, Die Keure, 2007, 71.

identiteit van de kredietgever voor de gemiddelde consument een doorslaggevende factor is bij de beslissing om al dan niet een kredietovereenkomst te sluiten. De schrapping van de verplichting de kredietvorm mee te delen wordt enigszins ondervangen door het verbod uit artikel 6 WCK inzake het uitsluitend aanduiden van een kredietsoort door een benaming die verschilt van diegene die door deze wet worden aangewend (zie infra nr. 17).

Het weglaten van het vereiste om de bijzondere of beperkende voorwaarden te vermelden, wordt opgevangen in artikel 6 WCK, waar het bepaalt dat reclame verboden is wanneer deze voordeeltarieven vermeldt zonder opgave van de bijzondere of beperkende voorwaarden waaraan de toekenning van deze tarieven is onderworpen.

In het verleden bepaalde artikel 6 WCK dat in het geval van een JKP van 0%, in de reclame melding diende te worden gemaakt van de voordelen die de consument ontving bij een contante betaling (uiteraard voor zover er bij contante betaling voordelen werden toegekend). Ook deze bepaling vindt men niet meer terug in de Wet Consumentenkrediet.

Deze verschillende elementen dienden te worden geschrapt gelet op het principe van gerichte volledige harmonisatie waarop de Richtlijn Consumentenkrediet is gesteund en dat lidstaten verbiedt om aan de consument een grotere bescherming te verlenen dan deze die vervat ligt in de Richtlijn. De Richtlijn bepaalt welke vermeldingen kunnen worden opgenomen in reclame waarin een rentevoet wordt vermeld. De Belgische wetgever kon derhalve geen bijkomende vermeldingen opleggen. In dit kader rijst de vraag of de Belgische wetgever voorheen bestaande gebodsbepalingen kon vervangen door verbodsbepalingen (vb. de verplichting beperkende voorwaarden te vermelden werd vervangen door het verbod voordeeltarieven te vermelden zonder vermelding van de beperkende voorwaarden). In ieder geval lijkt dit in strijd met de door de Richtlijn nagestreefde doelstellingen.

2. Wijze waarop de vermeldingen moeten worden opgenomen

9. De door de wet vereiste informatie dient op duidelijke wijze, dit is in gemakkelijk te begrijpen bewoordingen te worden opgenomen. Dit impliceert dat geen gebruik gemaakt mag worden van een taalgebruik dat dermate technisch of juridisch is dat een gemiddeld consument het niet begrijpt. Bovendien moet de informatie beknopt worden weergegeven. De vereiste van beknoptheid en het vereiste van duidelijkheid zijn nauw met elkaar verbonden. Veel informatie kan immers door de gemiddelde consument onmogelijk worden geabsorbeerd.⁹

De vaststelling dat de informatie op hoorbare wijze kan worden weergegeven, houdt in dat ook op de radio reclame kan worden gemaakt voor consumentenkredietovereenkomsten en daarbij een rentevoet vermeld kan worden. De wet innoveert niet op dit punt aangezien reeds sinds de wetwijziging in 2003 in de mogelijkheid werd voorzien om reclame te maken via de radio.

10. Indien reclame wordt gemaakt via een (kranten)advertentie, spreekt het voor zich dat de advertentie die een rentevoet of cijfers betreffende de kosten van het krediet bevat alle verplichte vermeldingen moet omvatten. De kredietpromotie en de erin vervatte vermeldingen

⁹ Zie hierover: M. DE MUYNCK, "Credit Cards, Overdraft facilities and European Consumer Protection. A blank cheque for unfairness?", *ERPL (European Review of Private law)* 18-6, 1181-1241.

mogen niet gespreid worden over meerdere deeladvertenties (bijvoorbeeld door volgende verwijzing “voor de voorwaarden van dit aanbod, blader snel door naar pagina..”). De kredietpromotie dient één ondeelbaar geheel te zijn. Hetzelfde geldt voor auditieve reclame: alle vermeldingen uit artikel 5§1 WCK moeten aansluitend in de reclamespot worden vermeld. Voor de verplichte vermeldingen kan bijgevolg niet worden verwezen naar een andere informatiedrager (bijvoorbeeld: “raadpleeg onze website voor de voorwaarden van dit aanbod”).

Dezelfde principes dienen naar onze overtuiging te worden gehanteerd bij het gebruik van promotionele *banners* op het Internet die vaak worden gebruikt om consumenten naar een bepaalde website te lokken. Indien *banners* cijfers met betrekking tot de kosten van het krediet of een rentevoet bevatten moeten zij, tenminste voor de kredietvormen onderworpen aan de voorschriften uit artikel 5§1 WCK, op zich alle voorgeschreven vermeldingen bevatten. Ook *banners* ressorteren immers on de definitie van reclame en zoals reeds vermeld verwijst artikel 5§1 WCK naar “alle reclame die..”. Het volstaat derhalve niet de verplichte vermeldingen op te nemen op de website waar men op terecht komt na het aanklikken van de *banner*, indien de *banner* een cijfer betreffende de kost van het krediet vermeld.

11. Van belang en nieuw is dat de informatie hoe dan ook verstrekt moet worden aan de hand van een representatief voorbeeld. Artikel 5 §1, laatste lid bepaalt ter zake dat het kredietbedrag dat wordt gebruikt in het representatieve voorbeeld gebaseerd moet zijn op het gemiddelde kredietbedrag dat, naargelang het soort van kredietovereenkomst waarvoor reclame wordt gemaakt, representatief is voor de aanbiedingen van de kredietgever of de kredietbemiddelaar. Met andere woorden de kredietgever of kredietbemiddelaar moet voorafgaand aan de reclame op zoek gaan naar het gemiddeld kredietbedrag dat representatief is voor de betrokken kredietvorm (vb. voor de geadverteerde leningen op afbetaling). Indien er meerdere soorten van kredietovereenkomsten tegelijkertijd worden aangeboden, dient er voor iedere soort kredietovereenkomst een afzonderlijk representatief voorbeeld te worden gegeven (vb. voor een lening op afbetaling en een kredietopening).

Laat ons enkele voorbeelden geven met betrekking tot de vaststelling van het gemiddelde kredietbedrag. Indien reclame wordt gemaakt voor een autofinanciering dan zal een kredietbedrag van 2500 EUR de “representativiteitstoets” niet doorstaan. De gemiddelde autofinanciering overstijgt immers in ruime mate voornoemd bedrag. Wat kredietopeningen betreft, is vereist dat het representatieve kredietbedrag slaat op het plafond van de kredietopneming.¹⁰ Is dit plafond nog onbepaald, dan wordt dit geacht 1500 euro te zijn.¹¹ Het zal, in het bijzonder voor de controle-instanties, overigens niet altijd evident zijn te bepalen welke het gemiddelde kredietbedrag is voor een bepaalde kredietvorm (vb. voor leningen op afbetalingen in het algemeen).

¹⁰ Zie overweging 18 richtlijn en *Parl. St. Doc. 52 2468/001*, 30.

¹¹ Zie *Parl. St. Doc. 52 2468/001*, 30 dat verwijst naar bijlage I, onder II, g)

3. Reclame voor kredietovereenkomsten met nevendiensten

12. Indien in verband met de kredietovereenkomst het sluiten van een contract voor een nevendienst, onder meer een verzekering (vb. schuldsaldoverzekering), verplicht is om het krediet te verkrijgen, of om het krediet te verkrijgen onder de geadverteerde voorwaarden, moet de verplichting tot het sluiten van die overeenkomst op een duidelijke, beknopte, opvallende en hoorbare wijze, tezamen met het jaarlijkse kostenpercentage worden vermeld, tenminste indien de kosten van die dienst niet vooraf bepaald kunnen worden (art. 5 §3 WCK). Immers, indien die kosten wel vooraf bepaald kunnen worden, moeten ze worden opgenomen in het JKP.

III. Verboden vormen van reclame

13. Artikel 6 WCK verbiedt een aantal vormen van reclame. De voorwaarden opdat een schending zou voorliggen, verschillen daarbij. Voorafgaand aan de inhoudelijke bespreking van deze verbodsbepalingen rijst de vraag of de wetgever de reclameverboden uit artikel 6 WCK wel kon behouden, dit gelet op de Europese Richtlijn en het principe van volledige harmonisatie waar de Richtlijn op gesteund is.

Wij zijn van oordeel dat de Richtlijn Consumentenkrediet uitsluitend reclamegeboden viseert en niet reclameverboden. Zodoende behoudt de wetgever in beginsel de bevoegdheid om bepaalde reclame te verbieden¹². Ook de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken verzet zich niet tegen het behoud van specifieke reclameverboden voor consumentenkredietovereenkomsten aangezien het principe van de volledige harmonisatie, waarop ook deze Richtlijn steunt, op vandaag niet geldt voor financiële diensten.

1. Reclame die er specifiek op gericht is

14. Verboden is vooreerst elke reclame voor een kredietovereenkomst die specifiek gericht is op :

- het aanzetten van de consument, die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden, tot het opnemen van krediet;
- het benadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen;
- het aansporen tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten of die tot uiting brengt dat lopende kredietovereenkomsten bij de beoordeling van een kredietaanvraag geen of een ondergeschikte rol spelen.

¹² Een aantal auteurs was de mening toegedaan dat ‘reclame’ diende te worden beschouwd als een aspect dat door de richtlijn uitdrukkelijk geharmoniseerd werd en bijgevolg niet onderhevig kon zijn aan afwijkende bepalingen in de nationale wetgeving van de lidstaten. Deze stelling kan echter niet worden bijgetreden. Artikel 4§1 van de richtlijn beperkt immers uitdrukkelijk haar toepassingsgebied tot reclame(geboden) voor kredieten die een rentevoet of cijfers betreffende de kosten van het krediet vermeldt. Ook Overweging 18 *in fine* van de richtlijn neemt elke twijfel dienaangaande weg. Zie M. DE MUYNCK, “Consumentenkrediet: Richtlijn 2008/48/EG en de Belgische uitdaging”, *DCCR* 2009, afl. 83, 21 ev.

15. Opdat een inbreuk op één van deze regelen kan voorliggen, is vereist dat de reclame specifiek gericht is op één van deze elementen. Naar onze overtuiging is aan dit vereiste voldaan, zodra het betrokken element (vb. hergroepering) een prominente rol speelt binnen de reclame, i.e. bij een gemiddeld consument onmiddellijk in het oog springt. Bij de beoordeling moet men vooreerst rekening houden met de globale indruk van de reclame in haar totaliteit beschouwd, alsook met de presentatie ervan. Maar ook de bestemmelingen van de reclame kunnen impliceren dat de reclame specifiek gericht is op één van de hierboven genoemde elementen. Dit zal bijvoorbeeld het geval zijn indien de *verspreiding* van de betrokken reclame zich bewust tot kwetsbare consumentengroepen richt (bijvoorbeeld op specifieke websites of bepaalde plaatsen). Een bijzonder opzet daartoe is ons insziens evenwel vereist.¹³ In tegenstelling tot hetgeen het geval was voor de wetwijziging van 2010 is niet langer vereist dat het aansporen tot hergroepering of het benadrukken van de snelheid waarmee krediet kan worden verkregen op een *onrechtmatige wijze* geschiedt. Neen, elke reclame die er specifiek op gericht is het gemak of de snelheid waarmee krediet kan worden verkregen te benadrukken of die er specifiek op gericht is aan te sporen tot hergroepering levert een inbreuk op de wet op. Het schrappen van het vereiste “op onrechtmatige wijze” moet toelaten gemakkelijker te kunnen optreden tot dit type van reclame.

16. Het is nuttig te trachten dit alles wat meer concreet in te vullen.

Vooreerst rijst de vraag wanneer reclame voor kredieten specifiek gericht is op consumenten die het *hoofd niet kunnen bieden aan hun schulden*? Naar onze overtuiging moet men een onderscheid maken tussen enerzijds publiciteit die doelt op consumenten met een gezonde, veelal toekomstige financieringsbehoefte en anderzijds reclame die in het bijzonder gericht is financieel zieke of reeds in overmatige schuldenlast verkerende consumenten (bv. “financiële schulden, wij zijn daar”, “ook voor consumenten met leefloon”, “zelfs indien geregistreerd”). Enkel laatstgenoemde reclame is naar onze overtuiging in strijd met artikel 6 WCK.

Artikel 6 §1, 2° WCK verbiedt elke reclame die specifiek gericht is op het benadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen. Beide criteria dienen niet cumulatief vervuld te zijn¹⁴. Het volstaat dus dat de reclame specifiek gericht is op het benadrukken van het gemak waarmee het krediet kan worden afgesloten (bijvoorbeeld: “snel krediet, zonder enig kredietwaardigheidsonderzoek”). Ook reclame die de snelheid waarmee een overeenkomst kan worden gesloten benadrukt is in strijd met de wet (vb. “een verzekering sluiten in vijf minuten tijd”, “een zichtrekening in drie muisklikken”, “krediet binnen het uur”, “krediet binnen de 48 uur”, “Direct Cash”,..). De vaststelling dat de betrokken overeenkomsten daarna tot stand komen in overeenstemming met de bepalingen van de Wet Consumentenkrediet kan een schending van de regelen inzake reclame niet verhinderen. Overigens, indien de snelheid wordt benadrukt en het niet mogelijk blijkt om snel of binnen de aangegeven tijdsspanne de kredietovereenkomst te sluiten, ligt ook een schending voor van de regelen inzake misleidende handelspraktijken.

Ook reclame die specifiek gericht is op het aansporen tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten is verboden. Het verbod is absoluut en geldt dus ook indien de

¹³ Zie eveneens in die zin: T. VAN DYCK, “De hervormde wet op het consumentenkrediet- kritische analyse van het vernieuwd ‘algemeen deel’ van de WCK”, *RW* 2004, 692.

¹⁴ T. VAN DYCK, “De hervormde wet op het consumentenkrediet- kritische analyse van het vernieuwd ‘algemeen deel’ van de WCK”, *RW* 2004, 692.

hergroepering daadwerkelijk gunstig is voor de consument. Meer concreet kunnen op grond van deze bepaling slogans als “wenst U Uw leningen samen te voegen zodoende minder snel te moeten betalen?” of “bestaande schulden en eigenaar van uw eigen woning? Centraliseer nu uw kredieten. Nog geld over!”, “ Snel krediet, ongeacht eventueel bestaande schulden” worden verboden.

17. Is eveneens verboden elke reclame voor een kredietovereenkomst die :

- verwijst naar een erkenning, een registratie of een inschrijving in de zin van deze wet (omdat via dergelijke reclame de indruk gewekt zou kunnen worden dat de kredietgever of kredietbemiddelaar bijzondere waarborgen biedt, hetgeen niet het geval is aangezien een erkenning of inschrijving sowieso noodzakelijk is);
- aanduidt dat een kredietovereenkomst kan worden gesloten zonder informatie die zou toelaten de financiële toestand van de consument na te gaan (de artikelen 10 en 15 WCK bevatten immers de verplichting informatie in te winnen omtrent de financiële situatie van de consument en de verplichting om enkel krediet te verstrekken indien men er redelijkerwijze kan van uitgaan dat de consument het krediet zal kunnen terugbetalen (zie infra));
- voordeeltarieven vermeldt zonder opgave van de bijzondere of beperkende voorwaarden waaraan de toekenning van deze tarieven is onderworpen (op deze manier wil men vermijden dat consumenten die niet voldoen aan de voorwaarden om van het tarief te genieten gelokt zouden worden);
- aanduidt met bewoordingen, tekenen of symbolen dat het kredietbedrag ter beschikking wordt gesteld in baar geld of contant (dit verbod wil vermijden dat consumenten die snel nood hebben aan geld gelokt worden door de idee dat men snel cash zal verkrijgen. Deze regel moet overigens samen gelezen worden met het verbod om het kredietbedrag in contanten ter beschikking te stellen).
- door verwijzing naar het maximale jaarlijkse kostenpercentage of naar de wettelijkheid van de toegepaste kostenpercentages de indruk wekt dat deze de enige zijn die kunnen worden toegepast. Iedere verwijzing naar het wettelijk toegestane maximale jaarlijkse kostenpercentage en naar de wettelijk toegestane maximale debetrentevoet moet ondubbelzinnig, leesbaar en goed zichtbaar of, in voorkomend geval, hoorbaar worden voorgesteld en moet het wettelijk toegestane maximale jaarlijkse kostenpercentage nauwkeurig aanduiden;
- een andere identiteit, adres of hoedanigheid vermeldt dan door de adverteerder opgegeven bij de FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie, in het raam van de erkenning, registratie of inschrijving;
- om een kredietsoort aan te duiden enkel een benaming hanteert die verschilt van degene die door deze wet worden aangewend (Deze regel verbiedt bijvoorbeeld om in reclame voor kredietopeningen enkel te spreken over “cashreserve”, “comfortline”, of bijvoorbeeld “mogelijkheid om onder nul te gaan”, dit zonder melding te maken van

de begrippen “kredietopening”, “geoorloofde debetstand op rekening” of “overschrijding”. De vraag rijst uiteraard of een consument die geen financieel expert is gebaat is bij het gebruik van dergelijke juridisch-technische begrippen).

18. Het valt vooreerst op dat, opdat in deze gevallen een schending van de wet voorligt, het niet vereist is dat de reclame specifiek gericht is op één van de hierboven weergegeven elementen.

De meeste van deze verboden hebben tot doel te vermijden dat de consument zou worden misleid. In die zin kan men dan ook stellen dat het hier veelal gaat over vormen van reclame die ook verboden zouden kunnen worden op grond van de regelen inzake oneerlijke handelspraktijken. Deze vaststelling is niet zonder belang aangezien de Wet Marktpraktijken in een bijzondere sanctie voorziet in het geval waarin een onderneming zich schuldig maakt aan oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten (infra nr. 33).

19. Verder blijft elke reclame die de vermelding "gratis krediet" of een gelijkaardige vermelding bevat verboden (art. 6 §2 WCK). Indien het krediet gratis is dan kan dit enkel voorgesteld worden door te bepalen dat het JKP gelijk is aan 0%.

Ook het verbod op reclame die een daad in de hand werkt die beschouwd moet worden als een niet-naleving van of een inbreuk op de wet consumentenkrediet of haar uitvoeringsbesluiten werd behouden.

20. Artikel 6 §4 WCK bevat een nieuwe regel. Wanneer reclame tegelijk betrekking heeft op kredietovereenkomsten die zowel binnen als buiten het toepassingsgebied van deze wet vallen en de reclameboodschap niet op een duidelijke, opvallende en desgevallend hoorbare wijze aanduidt welke informatie betrekking heeft op welke kredietovereenkomst dan is dit artikel van toepassing op de ganse reclame. Met andere woorden de verbodsbepalingen inzake reclame zijn van toepassing op de gehele reclameboodschap in het geval waarin niet duidelijk is welke informatie betrekking heeft op welke kredietovereenkomst. De verwijzing naar kredietovereenkomsten die buiten het toepassingsgebied van de Wet Consumentenkrediet vallen, betreft in hoofdzaak hypothecaire kredieten die onder het toepassingsgebied van de wet hypothecair krediet vallen.

IV. Promotietechnieken

21. De artikelen 7 tot en met 9 van de Wet Consumentenkrediet bevatten enkele beperkingen betreffende de wijze waarop consumentenkredieten aan de man kunnen worden gebracht. Deze bepalingen werden inhoudelijk niet gewijzigd. Het enige verschil met de vroegere wetgeving bestaat erin dat de Wet Consumentenkrediet vandaag uitdrukkelijk bepaalt wat begrepen moet worden onder leuren voor kredietovereenkomsten. Meer concreet definieert artikel 2, 26° WCK leuren als het fysisch bezoeken van de consument door de kredietgever of de kredietbemiddelaar ter gelegenheid waarvan een kredietaanbod wordt geformuleerd of een kredietaanvraag, een kredietaanbod of een kredietcontract al dan niet ter ondertekening wordt voorgelegd. Met het fysisch bezoeken van de consument wordt bovendien gelijkgesteld, het benaderen van de consument door de kredietgever of de kredietbemiddelaar door communicatie via spraaktelefonie om de consument een bezoek voor te stellen (art. 2, 26° WCK). Deze definitie sluit aan bij hetgeen voorheen in de rechtspraak werd aanvaard¹⁵.

¹⁵ M. DAMBRE, *Consumentenkrediet*, Gent, Mys & Breesch, 1993, 19.

22. Bij toepassing van artikel 7 WCK is het in principe verboden te leuren voor kredietovereenkomsten aan de woonplaats of verblijfplaats van de consument, behalve indien de kredietgever of kredietbemiddelaar zich naar de woonplaats of verblijfplaats van de consument hebben begeven op het uitdrukkelijk en voorafgaand verzoek van de consument. Het bewijs van dit verzoek kan enkel geleverd worden aan de hand van een van de kredietovereenkomst te *onderscheiden* geschrift, opgesteld voor het bezoek (vb. reclamefolder met invulstrookje).

Artikel 8 WCK verbiedt het leuren met kredietovereenkomsten aan de werkplaats van de consument, alsook het leuren aan de woonplaats of verblijfplaats van een andere consument (home-parties). De consument kan niet afzien van dit verbod door middel van een voorafgaande en schriftelijke uitnodiging.

23. Artikel 9 WCK verbiedt een kredietmiddel (vb. kredietkaart) of een aanbod tot het sluiten van een overeenkomst naar de woonplaats, verblijfplaats of werkplaats van de consument te sturen, tenzij hieraan een uitdrukkelijk verzoek, uitgaande van de consument voorafging en voor zover dit aanbod overeenkomstig de artikelen 14 tot 16 WCK is tot stand gekomen¹⁶. Artikel 9 WCK voert in feite een tweestappenprocedure in¹⁷. Eerst moet de consument vragen een kredietaanbod te verkrijgen. Pas dan kan dit aanbod naar de consument worden gezonden. Het bewijs van het voorafgaand verzoek rust op de kredietgever of op de kredietbemiddelaar. In theorie hoeft het verzoek van de consument niet schriftelijk te worden vastgesteld. Een mondeling (vb. telefonisch) verzoek volstaat, doch het spreekt voor zich dat een mondeling verzoek tot bewijsproblemen aanleiding kan geven. Artikel 9 WCK verbiedt niet een kredietaanvraagformulier naar de woonplaats van de consument te sturen¹⁸. Er dient immers een onderscheid te worden gemaakt tussen een kredietaanbod en een kredietaanvraag. Van een kredietaanbod kan slechts sprake zijn wanneer het toegestuurde document de definitieve uitdrukking van de wil van de kredietgever bevat die door de consument enkel nog moet worden aanvaard om een overeenkomst tot stand te brengen.

Het is tenslotte verboden een aanbod tot het sluiten van een kredietovereenkomst aan te bieden ter gelegenheid van een uitstap, georganiseerd door of voor rekening van een verkoper of een dienstverlener, met als hoofddoel de consument aan te zetten goederen of diensten te verwerven tenzij dit uitdrukkelijk en vooraf kenbaar werd gemaakt aan de consument als zijnde het hoofddoel van de uitstap. Het bewijs van een dergelijke kennisgeving rust op de persoon die de uitstap organiseert.

24. Het is de consument die het bewijs moet leveren van de aanwezigheid van het leuren of het toesturen van een kredietaanbod of kredietmiddel¹⁹. Dit bewijs kan met alle middelen van recht geleverd worden. Eens het bestaan van het leuren is vastgesteld, is het echter aan de kredietgever om aan te tonen dat er een voorafgaand verzoek van de consument is geweest²⁰.

¹⁶ Voor een toepassing: Vred. Charleroi 9 december 2003, *T. Vred.* 2006, 38, noot C. BIQUET-MATHIEU.

¹⁷ P. LETTANY, *Het consumentenkrediet. De wet van 12 juni 1991*, Deurne, Kluwer, 1993, 57.

¹⁸ P. LETTANY, *Het consumentenkrediet. De wet van 12 juni 1991*, Deurne, Kluwer, 1993, 57.

¹⁹ P. LETTANY, *Het consumentenkrediet. De wet van 12 juni 1991*, Deurne, Kluwer, 1993, 59.

²⁰ Rb. Brussel 6 september 2002, *Jaarboek Kredietrecht 2002*, 49.

V. Afschaffing prospectusverplichting

25. De nieuwe Wet Consumentenkrediet heeft geleid tot de afschaffing van de pas in 2003 ingevoerde prospectusverplichting. De prospectusverplichting wordt vervangen door de verplichting om te gelegener tijd voor het sluiten van de kredietovereenkomst aan de consument op papier of op een duurzame drager informatie te verstrekken, dit om de consument toe te laten aanbiedingen van verschillende kredietgevers met elkaar te vergelijken.

VI. Wet Marktpraktijken

26. Bij de beoordeling van reclame voor kredietovereenkomsten mag men ook de regelen inzake oneerlijke handelspraktijken die vervat liggen in de Wet Marktpraktijken niet uit het oog verliezen. Deze moeten immers cumulatief met de regelen betreffende reclame die vervat liggen in de Wet Consumentenkrediet worden toegepast. Daarnaast functioneren de regelen uit de Wet Marktpraktijken als een soort vangnet voor kredieten die niet onder de toepassing van de Wet Consumentenkrediet vallen. In wat volgt, willen wij kort de structuur van de regelen inzake oneerlijke handelspraktijken jegens consument schetsen en enkele voorbeelden verstrekken van reclame die een inbreuk oplevert op de Wet Marktpraktijken.

27. Bekijkt men de regelen betreffende oneerlijke handelspraktijken, dan stelt men vast dat er drie categorieën regelen zijn. Er is vooreerst de overkoepelende norm, een algemene bepaling bij toepassing waarvan oneerlijke handelspraktijken (praktijken die in strijd zijn met de vereisten van professionele toewijding en die het economisch gedrag van de gemiddelde consument kunnen beïnvloeden) worden verboden (art. 84 WMPC). Deze norm wordt verder geconcretiseerd door twee andere algemene normen die respectievelijk misleidende (art. 88-90 WHPC) en agressieve handelspraktijken (art. 92-93 WMPC) als oneerlijk en derhalve verboden beschouwen. Naast deze algemene normen vindt men in de nieuwe regeling ook een lijst met misleidende handelspraktijken (art. 91 WMPC) en een lijst met agressieve handelspraktijken (art. 94 WMPC) die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd (zwarte lijst).

28. Meer concreet zal een rechter als volgt te werk gaan. In eerste instantie zal de rechter onderzoeken of een bepaalde reclame of promotietechniek als een misleidende of agressieve praktijk, die voorkomt in de zwarte lijst, kan worden beschouwd. In bevestigend geval, moet de rechter de betrokken praktijk als oneerlijk bestempelen en verbieden. Immers, praktijken die voorkomen in de zwarte lijsten zijn *per se* verboden. Zij worden onweerlegbaar vermoed misleidend of agressief en derhalve oneerlijk te zijn. Opdat de praktijk als oneerlijk in de zin van artikel 91 of 94 WMPC zou kunnen worden beschouwd, moet dus enkel worden aangetoond dat deze beantwoordt aan een bepaling uit de zwarte lijst en dus bijvoorbeeld niet dat de aankoopbeslissing van de consument erdoor werd of kon worden beïnvloed.

Een voorbeeld kan de toepassing van de zwarte lijst illustreren. Artikel 91, 10° WMPC verbiedt de wettelijke rechten van consumenten voor te stellen als een onderscheidend kenmerk van het aanbod van de onderneming. Op grond van deze bepaling zou men kunnen optreden tegen reclame waarin wordt benadrukt dat de kredietgever voorafgaand aan de totstandkoming van de overeenkomst de terugbetalingsmogelijkheden van de kredietnemer onderzoekt. Immers, bij toepassing van artikel 10 en 15 WCK is elke kredietgever verplicht om de terugbetalingsmogelijkheden van de consument te beoordelen en mag slechts krediet

verleend worden indien de kredietgever er redelijkerwijze mag van uitgaan dat de consument het krediet zal kunnen terugbetalen.

29. Beantwoordt de betrokken gedraging of verklaring niet aan een praktijk uit de zwarte lijsten, dan zal de rechter onderzoeken of gelet op de concrete omstandigheden de betrokken praktijk toch (i.e. ondanks dat hij niet voorkomt in de zwarte lijsten) als misleidend of agressief kan worden beschouwd, dit aan de hand van de algemene normen inzake misleidende en agressieve handelspraktijken. Wat daarbij meteen opvalt, is dat de betrokken gedraging slechts kan worden verboden op grond van deze open normen indien ze de aankoopbeslissing van de consument heeft of kan hebben beïnvloed.

Wij vermelden hier in het bijzonder artikel 88 WMPC dat als misleidend en verboden beschouwt een handelspraktijk die gepaard gaat met onjuiste informatie (of, zelfs als de informatie feitelijk correct is) en die de gemiddelde consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van één van de in het artikel vervatte elementen (zie bijvoorbeeld artikel 88, 1° WMPC dat handelt over de prijs) en de consument er toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen die hij anders niet had genomen. Ook het weglaten van informatie vormt een verboden misleidende handelspraktijk indien dit de beslissing van de consument om (onder bepaalde voorwaarden) te contracteren kan beïnvloeden (zie artikel 90 WMPC inzake misleidende omissie).

Een voorbeeld kan een schending van de open norm inzake misleidende handelspraktijken illustreren. Indien in een mailing melding wordt gemaakt van “*Relatief goedkoop* [krediet]” en “*u kan uw spaargeld rustig laten renderen*”, dit terwijl het jaarlijkse kostenpercentage 9,99%, dan kan dit de gemiddelde consument misleiden en zijn aankoopbeslissing beïnvloeden. Hoewel men over het al dan niet goedkope karakter kan discussiëren, is het duidelijk dat het vandaag wel erg onwaarschijnlijk is dat spaargeld een hoger rendement oplevert dan het JKP van bovenstaand krediet).

30. Tot slot willen we hier nog benadrukken dat de regelen uit de Wet Marktpraktijken, geenszins een schending van de regelen uit de Wet Consumentenkrediet kunnen rechtvaardigen in het geval waarin de Wet Consumentenkrediet van toepassing is. Meer concreet: de Wet Marktpraktijken laat toe dat bij de beoordeling van misleiding door omissie rekening wordt gehouden met de beperkingen van het medium en de inspanningen die de onderneming heeft gedaan om de informatie langs een andere weg kenbaar te maken (art. 90 §3). Welnu, deze regel uit de Wet Marktpraktijken kan niet ingeroepen worden door een kredietgever om te ontsnappen aan de verplichting om alle in artikel 5 §1 WCK opgesomde gegevens te vermelden, bijvoorbeeld indien reclame op de radio wordt gemaakt. Artikel 5 §1 WCK vormt hier immers de *les specialis*.

Afdeling VI. Sanctionering

31. Indien de kredietgever of de kredietbemiddelaar de artikelen 7-9 WCK heeft geschonden dient artikel 85 WCK te worden toegepast. Dit impliceert dat de rechter de keuze heeft tussen de nietigheid van de overeenkomst en de vermindering van de verplichtingen van de consument tot het ontleende bedrag of het bedrag bij contante betaling, met behoud van het voordeel van betaling in termijnen. Nietigheid houdt in dat de partijen hersteld moeten worden in hun oorspronkelijke positie, hetgeen impliceert dat de consument het verkregen kapitaal in één keer moet restitueren en de kredietgever de reeds gedane betalingen moet terugstorten. De vermindering van de verplichtingen van de consument tot het ontleende

bedrag met behoud van het voordeel van betaling in termijnen, is in de regel dan ook voordeliger voor de consument, nu hij het ontleende bedrag niet in één keer moet restitueren. Het oorspronkelijk overeengekomen tijdschema blijft behouden, doch het bedrag van de mensualiteiten wordt gereduceerd aangezien interesten en kosten worden kwijtgescholden.

Aangezien deze sanctie in de praktijk het vaakst wordt toegepast, is het nuttig de toepassing ervan aan de hand van een voorbeeld te illustreren:

- Ontleende bedrag: 12.000 euro op 5 jaar met een JKP van 6%
- Mensualiteiten: 60 x 231, 32 euro
- Reeds betaald: 1775, 84 euro (12 mensualiteiten)
- Toepassing sanctie: $12.000 - 1775, 84 = 10224,16 \Rightarrow$ nog 213 euro per maand te betalen gedurende 48 maanden

Uit dit voorbeeld blijkt duidelijk dat de reeds betaalde interesten tijdens het eerste jaar in mindering gebracht mogen worden van het ontleende bedrag, met het oog op de toepassing van deze sanctie.

32. De Wet Consumentenkrediet bevat geen privaatrechtelijke sancties in het geval waarin de artikelen 5 en 6 WCK worden geschonden. De consument die het slachtoffer is geworden van een reclame die in strijd was met de artikelen 5 en 6 WCK kan zich derhalve niet beroepen op een in de Wet Consumentenkrediet voorziene privaatrechtelijke sanctie. De vraag rijst dan of een schending van de regelen inzake reclame in de verhouding tussen de kredietgever en de consument gesanctioneerd kan worden.

Vooreerst is het natuurlijk steeds mogelijk om bij toepassing van het gemeen aansprakelijkheidsrecht een vergoeding te vorderen voor de schade die de consument heeft geleden ingevolge de miskenning van de regelen inzake reclame. Het leveren van het bewijs van de omvang van de schade en het causaal verband is echter alles behalve een eenvoudige opdracht.

33. Een andere mogelijkheid bestaat erin een beroep te doen op artikel 41 WMPC. Indien de schending van de wet consumentenkrediet als een oneerlijke handelspraktijk kan worden beschouwd en de kredietovereenkomst werd gesloten ingevolge deze oneerlijke handelspraktijk, dan kan de rechter de in artikel 41 WMPC bepaalde sanctie toepassen. Dat de miskenning van de regelen inzake reclame uit de Wet Consumentenkrediet strijdig is met de vereisten inzake professionele toewijding, kan men moeilijk betwijfelen. Bovendien kan men argumenteren dat het economisch gedrag van de consument wezenlijk wordt of kan worden verstoord door dergelijke reclame. Immers, als dergelijke reclame geen potentieel verstorend effect zou hebben, zou de wetgever deze niet verboden hebben. Het zal er dus in de praktijk vooral op aankomen om aan te tonen dat de kredietovereenkomst werd gesloten ingevolge de oneerlijke handelspraktijk.

Indien aan de toepassingsvoorwaarden uit de Wet Marktpraktijken is voldaan, kan de rechter de terugbetaling aan de consument van de door hem betaalde bedragen bevelen en dit zonder dat de consument het reeds geleverde product moet teruggeven. Specifiek wat kredietovereenkomsten betreft, betekent dit dat de consument kan worden vrijgesteld van de

betaling van kosten en interesten. Uiteraard dient het ontleende kredietbedrag wel nog steeds te worden terugbetaald. De rechter kan deze sanctie toepassen, doch hoeft dit niet te doen. Hij kan er overigens ook voor opteren om de consument gedeeltelijk vrij te stellen van de verplichting om interesten en kosten te betalen.

§ 2 INFORMATIE-, ADVIES- EN ONTHOUDINGSVERPLICHTINGEN

34. De artikelen 10, 11 en 15 WCK houden nauw verband met elkaar en betreffen de precontractuele verhouding tussen kredietgever en kredietnemer. Artikel 11 WCK houdt voor de kredietgever of kredietbemiddelaar de verplichting in om informatie te verstrekken aan de kredietnemer, zodat deze verschillende kredietaanbiedingen met elkaar kan vergelijken en een geïnformeerd besluit kan nemen. Is de kredietnemer geïnteresseerd en verzoekt hij een kredietgever een overeenkomst te sluiten, dan houdt artikel 10 WCK de verplichting in voor de kredietgever om bij de consument informatie in te winnen omtrent zijn financiële situatie en zijn terugbetalingsmogelijkheden. Op grond van deze informatie (en een raadpleging van de Centrale voor Kredieten aan Particulieren) moet de kredietgever beoordelen of krediet aan de kredietnemer kan worden verstrekt. Bovendien moet dit het krediet zijn dat het best is aangepast aan de noden van de kredietnemer (art. 15, lid 1 WCK).

1. Informatieverplichting betreffende de terugbetalingsmogelijkheden van de consument

35. Artikel 10, lid 1 WCK bepaalt dat de kredietgever en de kredietbemiddelaar aan de consument die om een kredietovereenkomst verzoekt de juiste en volledige informatie moeten vragen die zij noodzakelijk achten om de financiële toestand van de consument, de terugbetalingsmogelijkheden en de lopende financiële verbintenissen van de consument te beoordelen. Indien een persoonlijke zekerheid wordt verstrekt (vb. borg), geldt dezelfde verplichting ten aanzien van de verstrekker van deze zekerheid.

In geen enkel geval mag de gevraagde informatie betrekking hebben op het ras, de etnische afstamming, het seksuele gedrag, de gezondheid, de overtuigingen of activiteiten op politiek, levensbeschouwelijk of godsdienstig gebied of het lidmaatschap van een vakbond of van een ziekenfonds (art. 10, lid 2 WCK).

36. Bij toepassing van artikel 10, lid 1 WCK rust op de kredietgever een actieve ondervragingsverplichting²¹. Hij moet actief²² op zoek gaan naar informatie over de financiële, de vermogensrechtelijke en de economische situatie van de consument²³. Meer concreet zal de kredietgever of de kredietbemiddelaar bijvoorbeeld informatie moeten inwinnen over de lopende kredieten, het inkomen van de consument (zowel inkomsten uit werk als andere), te betalen huurgelden en onderhoudsgelden en de familiale situatie van de consument (aantal kinderen ten laste), kortom over al hetgeen de financiële situatie van de

²¹ A. DE BOECK, “De aansprakelijkheid van de kredietverlener en de informatieverplichting van de consument”, noot onder Vred. Gent 18 juli 1995, *RW* 1995-1996, 1272.

²² Vb. Vred. Berchem 5 januari 1999, *Jaarboek Kredietrecht 1999*, 49; *DCCR* 1999, 88; *RW* 1999-2000, 1345; *T. Vred.* 2000, 109; Vred. Sint-Niklaas 4 december 2001, *Jaarboek Kredietrecht 2001*, 161; *AJT* 2001-2002, 1030.

²³ D. BLOMMAERT en F. NICHELS, “Artikel 10 WCK”, in *Artikelsgewijze commentaar Financieel Recht*, Kluwer, losbl.

consument beïnvloedt. Hij zal daartoe in de praktijk enerzijds de Centrale voor Kredieten aan Particulieren raadplegen (hetgeen wettelijk verplicht is), anderzijds de consument een vragenlijst laten invullen (of samen met de consument invullen). Een voorbeeld kan dit illustreren: indien de consument gescheiden is en de kredietgever daarvan op de hoogte is, alsook van het feit dat de kredietnemer kinderen heeft, dan is het de kredietgever die aan de consument moet vragen of de consument alimentatiegeld verschuldigd is. De kredietnemer hoeft dit niet uit zichzelf mede te delen²⁴.

Aangezien deze bepaling door de nieuwe wet niet werd gewijzigd verwijzen we voor een meer gedetailleerde bespreking (onder betreffende de bewijslast en het al dan niet bestaan van een verificatieverplichting in hoofde van de kredietgever) naar eerdere bijdragen²⁵.

37. Indien de kredietgever deze informatieverplichting niet nakomt dan kan de rechter, onverminderd andere gemeenrechtelijke sancties, de consument ontslaan van het geheel of van een gedeelte van de nalatigheidsinteressen en zijn verplichtingen verminderen tot de prijs bij contante betaling of tot het ontleende bedrag (art. 92). Ook de borg kan zich op deze sanctie beroepen indien de kredietgever zijn informatieplicht tegenover de kredietnemer of de borg heeft miskend.

II. Informatieverstrekking via Europees standaardinformatieformulier

38. Overeenkomstig artikel 11 WCK dient de kredietgever (en/of kredietbemiddelaar) de consument *ter gelegener tijd* voordat deze door een kredietovereenkomst en/of een aanbod wordt gebonden op papier of op een andere duurzame drager informatie te verstrekken die hem toelaat verschillende aanbiedingen te vergelijken om zodoende een geïnformeerd besluit te kunnen nemen over het al dan niet sluiten van de kredietovereenkomst.

A. Tijdstip waarop informatie verstrekt moet worden

39. De kredietgever of kredietbemiddelaar moet de in de wet bepaalde informatie verstrekken te gelegener tijd voordat de consument gebonden is. In het bijzonder is in dit kader de vraag gerezen of het sluiten van een kredietovereenkomst in twee onderscheiden (lees niet aansluitende) fasen dient te geschieden.²⁶ Meer concreet moet onderzocht worden of deze regel een zogenaamde afkoelingsperiode introduceert tussen het verstrekken van de pre-contractuele informatie enerzijds en het sluiten van de kredietovereenkomst anderzijds.

Een bevestigend antwoord op deze vraag zou vooral problemen creëren in sectoren waar het vandaag gebruikelijk is de financieringsovereenkomst gelijktijdig met de onderliggende overeenkomst aan te gaan. Gedacht kan bijvoorbeeld worden aan de hypothese waarin de

²⁴ Vred. Arendonk 29 september 2009, zal verschijnen in *T. Vred.* 2011.

²⁵ R. STEENNOT, "Consumentenbescherming. Overzicht van rechtspraak (2002-2007)", *TPR* 2009, 417-422.

²⁶ De Raad van State liet zich overigens kritisch uit over bovenstaande invulling van het tijdstip waarop de informatie dient te worden verstrekt; een formulering die bovendien niet strookt met de franstalige omzetting "en temps utile et avant que le consommateur soit lié": Adv. Rvs 47.240/1 12 bij de Wet van 13 juni 2010 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet, *B.S.* 21 juni 2010.

consument in een grootwarenhuis een televisie op afbetaling koopt. Neemt men dat de verplichting de informatie te verstrekken te gelegener tijd voordat de consument gebonden is een bijkomende afkoelingsperiode introduceert, dan zou dit impliceren dat een consument die zich bijvoorbeeld op zaterdag een PLASMA tv wenst aan te schaffen op krediet, weliswaar op zaterdag de door de wet vereiste informatie zal verkrijgen, maar pas maandag de kredietovereenkomst zou kunnen sluiten.

Naar onze overtuiging was het niet de intentie van de (Europese) wetgever een dergelijke ‘radicale’ invulling aan het begrip ‘ter gelegener tijd’ te geven. De belemmering van het handelsverkeer die hieruit zou voortvloeien, lijkt niet in proportie met de baten van dergelijk “twee fasen stelsel”. Men mag overigens niet vergeten dat de gewijzigde Wet Consumentenkrediet al in een herroepingsrecht van veertien kalenderdage voorziet. De verplichting e informatie te verstrekken te gelegener tijd voordat de consument gebonden is houdt naar onze overtuiging in dat de rechter bij de beantwoording van de vraag of de kredietgever / kredietbemiddelaar tegemoet is gekomen aan zijn precontractuele informatieverplichtingen moet nagaan of de kredietnemer *in het concrete geval* een geïnformeerd besluit heeft kunnen nemen over het al dan niet aangaan van de kredietovereenkomst. Onder meer feitelijke vermoedens kunnen hier een rol spelen (art. 1349 BW).

40. Wordt de kredietovereenkomst gesloten (1) via een middel van communicatie op afstand²⁷ en dit (2) op verzoek van de consument, kan de Standaardinformatie bij toepassing van de nieuwe wet ook *onmiddellijk na* het sluiten van de overeenkomst worden overgemaakt, met name *indien* het onmogelijk blijkt de informatie voorafgaandelijk over te maken. Het is aan de kredietgever om aan te tonen dat aan deze cumulatieve voorwaarden is voldaan. Meer concreet kan deze regel toepassing vinden indien kredietovereenkomsten via SMS of telefoon²⁸ worden gesloten op verzoek van de consument^{29, 30}. Deze mogelijkheid tot het meedelen van informatie, die in werkelijkheid nodig is om de consument een geïnformeerd besluit te laten nemen, na het sluiten van de overeenkomst, moet met de nodige scepis ontaahlad worden, in het bijzonder omdat het vaak de meest kwetsbare consumenten zullen zijn die gebruik zullen maken van deze wijzen van contractsluiting.

²⁷ De WCK noch de richtlijn definiëren wat onder een “communicatiemiddel op afstand” dient te worden verstaan. Artikel 2, 22° Wet Marktpraktijken definiëert een communicatiemiddel op afstand als “*ieder middel dat, zonder gelijktijdige fysieke aanwezigheid van onderneming en consument, kan worden gebruikt voor de sluiting van de overeenkomst tussen deze partijen*”. Men mag aannemen dat deze definitie kan worden gehanteerd.

²⁸ Zie ook artikel 11§2 WCK dat een nadere invulling verschafft van de “belangrijkste kenmerken” die o.g.v. artikel 11§4 WCK onderworpen zijn aan een toelichtingsverplichting.

²⁹ In dit kader moet wel benadrukt worden dat deze mogelijkheid enkel bestaat voor kredietovereenkomsten waarvoor artikel 14 WCK, dat een ondertekening van de overeenkomst door alle partijen vereist, niet geldt.

³⁰ De mogelijkheid om pre-contractuele informatie te verstrekken na het sluiten van de overeenkomst geldt niet voor geoorloofde debetstanden op rekening gesloten via spraaktelefonie waarbij de fondsen -op verzoek van de consument- onmiddellijk beschikbaar worden gesteld (art. 11bis §3 WCK).

B. Inhoud van de informatie

41. De informatie die verstrekt moet worden, wordt gedetailleerd opgesomd in artikel 11 WCK. Wij verwijzen ter zake naar de tekst van de wet en beperken ons verder tot de mededeling dat voor bepaalde kredietovereenkomsten, met name de geoorloofde debetstanden op rekening en de overschrijdingen, afwijkende regelen bestaan, die inhouden dat minder informatie moet worden verstrekt (art. 11 *bis* WCK). Op dit punt verwijzen we naar de bijdrage in dit boek betreffende de bijzondere kredietvormen.

C. Wijze waarop de informatie verstrekt moet worden

42. De precontractuele informatie moet worden verstrekt via het Europese Standaardinformatieformulier (op papier of via een duurzame drager). Het model van dit formulier vindt men in bijlage bij de wet. De kredietgever mag de plaats van de rubrieken, vermeld op het formulier, niet wijzigen, aangezien een verplaatsing van de informatie de vergelijkbaarheid zou bemoeilijken. Indien echter blijkt dat bepaalde elementen niet van toepassing zijn op het aangeboden krediet, dan kunnen ze worden, weggelaten. Indien de kredietgever naast de in wet vermelde informatie, die in het standaardinformatieformulier moet worden opgenomen, bijkomende informatie wenst te verstrekken, dan moet deze aanvullende informatie in een afzonderlijk, aan het Standaardinformatieformulier gehecht document worden opgenomen.

Het Standaardinformatieformulier mag geenszins als een kredietaanbod worden beschouwd.

43. De informatie moet verstrekt worden rekening houdend met de door de consument kenbaar gemaakte voorkeuren. De informatie moet verder ofwel schriftelijk ofwel via een duurzame drager gegeven worden. Een duurzame drager wordt in artikel 2, 21° WCK gedefinieerd als ieder hulpmiddel dat de consument in staat stelt om persoonlijk aan hem gerichte informatie op te slaan op een wijze die deze informatie gemakkelijk toegankelijk maakt voor toekomstig gebruik gedurende een periode die is afgestemd op het doel waarvoor de informatie kan dienen, en die een ongewijzigde reproductie van de opgeslagen informatie mogelijk maakt. Meer concreet voldoen aan deze omschrijving: een cd-rom en een e-mail³¹. Een website voldoet op zich in principe niet aangezien informatie die enkel op een website te consulteren is niet persoonlijk aan de betalingsdienstgebruiker gericht is³². Bovendien wijzigt de inhoud van websites regelmatig. Niettemin zou in bepaalde gevallen ook een website als een duurzame drager beschouwd kunnen worden, met name wanneer de kredietgever aan de

³¹ J. STUYCK, *Handelspraktijken, in Beginselen van Belgisch Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer - Story, 2003, 432; E. TERRY, “Artikel 79 WHPC”, in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

³² F. DEBUSSERÉ en J. DUMORTIER, “Distributie via nieuwe informatietechnologieën, in *Bestendig Handboek Distributierecht*, Antwerpen, Kluwer, 65; J. STUYCK, *Handelspraktijken, in Beginselen van Belgisch Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer - Story, 2003, 432

consument een e-mail zendt waarin het webadres vermeld is en de consument uitgenodigd wordt om de aldus aan hem gerichte informatie op te slaan of uit te printen³³.

44. Op verzoek van de consument dient de kredietgever een kosteloos exemplaar van de ontwerpovereenkomst te verstrekken, tenzij hij ten tijde van het informatieverzoek niet voornemens is een kredietovereenkomst aan te gaan met de consument in kwestie (Artikel 11 §5 WCK). De kandidaat-kredietnemer wordt over het bestaan van dit recht geïnformeerd in het Standaardinformatieformulier (art. 11 §1, 17° WCK).

D. Beoordeling van de informatieverplichting

45. De doelstelling van deze informatieverplichting bestaat er onder meer in om, door de consument de mogelijkheid te bieden aanbieder van verschillende kredietgevers op een eenvoudige wijze te vergelijken, de onderlinge competitie tussen kredietgevers te bevorderen, hetgeen dan op zijn beurt zou moeten leiden tot een daling van de kost van het krediet. De vraag rijst evenwel of vele consumenten tot een dergelijke vergelijking zullen overgaan, in het bijzonder omdat een grote hoeveelheid aan informatie moet worden verstrekt.³⁴

III. Verplichting passende toelichting te verstrekken

46. De kredietgever is er niet enkel toe gehouden informatie te verstrekken. Hij moet tevens aan de consument een passende toelichting geven, dit om de consument toe te laten te oordelen of de kredietovereenkomst aan zijn behoeften en financiële situatie beantwoordt (Artikel 11 §4 WCK). De wetgever verduidelijkt dat dergelijke toelichting de voornaamste kenmerken van de voorgestelde kredietovereenkomsten alsook de gevolgen van (het niet nakomen van) de daarin opgenomen verbintenissen dient te omvatten. Naar onze overtuiging dient bij de invulling van deze toelichtingsverplichting onder meer rekening te worden gehouden met de financiële geletterdheid van de kandidaat-kredietnemer. Meer concreet, indien de kredietnemer niet over de financiële capaciteit beschikt om op basis van de in het standaardinformatieformulier opgenomen informatie een weloverwogen besluit te nemen i.v.m. het al dan niet aangaan van de kredietovereenkomst, zal het aan de kredietgever of kredietbemiddelaar zijn om deze informatie op individuele basis toe te lichten³⁵, dit in een voor de consument begrijpelijke taal.

47. Indien men te maken heeft met een kredietopening die wordt aangeboden buiten de onderneming van de kredietgever, alsook op afstand (bijvoorbeeld per SMS of telefoon), en voor zover naast de kredietopening ook leningen op afbetaling of verkopen op afbetaling worden aangeboden, bepaalt de wetgever zelf wat onder de toelichtingsverplichting dient te worden begrepen. Artikel 11 §4, lid 2 WCK verplicht de kredietgever, in voorkomend geval

³³ E. TERRY, “Artikel 79 WHPC”, in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

³⁴ Zie ook: T. VAN DYCK, “De hervormde wet op het consumentenkrediet- kritische analyse van het vernieuwd ‘algemeen deel’ van de WCK”, *RW* 2004, 691.

³⁵ E. TERRY en J. VANNEROM, “De implicaties van de nieuwe Richtlijn consumentenkrediet voor het Belgisch recht” in *Recht in beweging*, Antwerpen, Maklu, 2009, 34.

de kredietbemiddelaar, in dergelijk geval immers expliciet een passende toelichting te verstrekken omtrent de voor-en nadelen van een kredietopening in vergelijking met de verkoop op afbetaling of lening op afbetaling.

IV. Informatieverplichtingen voor de kredietbemiddelaar in nevenactiviteit

48. Artikel 11^{ter} WCK bepaalt dat leveranciers van goederen of aanbieders van diensten die “*bij wijze van nevenactiviteit als kredietbemiddelaar optreden*” worden vrijgesteld van de in artikel 11 WCK bepaalde informatieverplichtingen. Op deze regel bestaan twee uitzonderingen: vooreerst geldt de vrijstelling niet indien de kredietbemiddelaar tegelijkertijd een betaalinstrument aanbiedt dat aangewend kan worden buiten zijn onderneming. Daarnaast geldt de vrijstelling ook niet indien de kredietbemiddelaar een kredietovereenkomst aanbiedt die geheel of gedeeltelijk bestemd is voor de aankoop van goederen of diensten die niet door hem worden aangeboden.

In alle andere gevallen rijst de vraag wat precies begrepen moet worden onder het begrip “nevenactiviteit” dat noch door de richtlijn, noch door de wet wordt gedefinieerd. Uit de voorbereidende werken blijkt dat grootwarenhuizen, alsook postorderbedrijven die systematisch binnen hun onderneming kredietproducten promoten en de betrokken consumenten welbepaalde financieringsmaatschappijen of kredietgevers opleggen, niet in aanmerking voor kwalificatie als kredietbemiddelaar bij wijze van nevenactiviteit.³⁶

49. Benadrukt moet nog worden dat artikel 11^{ter} WCK geen afbreuk doet aan de verplichtingen van de kredietgever om ervoor te zorgen dat de consument bovengenoemde informatie daadwerkelijk ontvangt. De verantwoordelijkheid voor de informatieverstrekking én passende toelichting – ter gelegener tijd voordat door de consument door een kredietovereenkomst of aanbod gebonden is - komt aldus bij de, naar alle waarschijnlijkheid (fysiek) niet aanwezige kredietgever te liggen.

V. De zoektocht naar het best aangepaste krediet

50. Artikel 15, lid 1 WCK bepaalt dat de kredietgever en de kredietbemiddelaar verplicht zijn om voor de kredietovereenkomsten die zij gewoonlijk aanbieden of waarvoor zij gewoonlijk bemiddelen, het krediet te zoeken dat qua soort en bedrag het best aangepast is, rekening houdend met de financiële situatie van de consument op het ogenblik van het sluiten van de kredietovereenkomst en met het doel van het krediet. Deze regel die vroeger vervat lag in artikel 11, lid 2 WCK, houdt niet in dat de kredietgever de consument moet verwijzen naar het bestaan van voor de consument meer voordelige formules bij de concurrentie³⁷. Immers, de kredietgever moet enkel zoeken naar het best aangepaste krediet binnen de kredieten die *hij gewoonlijk aanbiedt*. Uit de regel van artikel 15, lid 1 WCK resulteert daarentegen wel dat

³⁶ Zie *Parl. St. Doc. 52 2468/001*, 35. Het ontbreken van een definitie van “nevenactiviteiten”, zowel in de WCK als in de Wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, leidt tot rechtsonzekerheid en zal in de toekomst ongetwijfeld aanleiding zijn tot (uiteenlopende?) interpretatie door de rechtspraak.

³⁷ P. LETTANY, *Het consumentenkrediet. De wet van 12 juni 1991*, Deurne, Kluwer, 1993, 68.

de kredietgever die helemaal geen gepast krediet kan aanbieden zich ervan moet onthouden om een kredietovereenkomst te sluiten³⁸.

51. Uit de rechtspraak blijkt duidelijk dat de verplichting te zoeken naar het krediet dat het best is aangepast aan de behoeften van de consument inhoudt dat de kredietgever een grotere voorzichtigheid aan de dag moet leggen wanneer een krediet bestemd is om andere kredieten aan te zuiveren³⁹. Het is immers niet denkbeeldig dat dergelijke kredieten leiden tot overmatige schuldenlast. Dit betekent evenwel niet dat een kredietgever er steeds toe gehouden is te weigeren dergelijke kredietovereenkomsten te sluiten⁴⁰. Meer concreet, zou het aangaan van een krediet, dat bestemd is voor de herfinanciering van een of meerdere andere kredieten, bijvoorbeeld gerechtvaardigd kunnen worden door de mogelijkheid voor de consument om een nieuwe overeenkomst onder meer voordelige voorwaarden te sluiten (vb. lager jaarlijks kostenpercentage, lagere mensualiteiten)⁴¹. Omgekeerd werd geoordeeld dat een kredietgever artikel 15, lid 1 WCK miskent wanneer blijkt dat het jaarlijkse kostenpercentage voor het oude en het nieuwe krediet bijna identiek is en het bedrag van de maandelijkse afkortingen van de nieuwe lening nauwelijks lager is dan dat van de termijnen die op grond van de bestaande lening terugbetaald dienden te worden. Dergelijk krediet is niet interessant voor de consument. Ofwel ondervindt de consument immers geen problemen bij de terugbetaling van het lopende krediet en dan heeft het geen zin een nieuw krediet onder de genoemde voorwaarden tot stand te brengen, ofwel waren er wel betalingsmoeilijkheden en dan had de kredietgever het krediet moeten weigeren⁴².

52. De vraag rijst vooreerst of deze bepaling in overeenstemming is met de Richtlijn Consumentenkrediet, rekening houdend met het feit dat de Richtlijn gesteund is op het principe van de volledige harmonisatie. Wat de raadgevingsverplichting betreft, bepaalt artikel 5.6 van de Richtlijn dat de lidstaten er moeten voor zorgen dat de kredietgevers en, in voorkomend geval, de kredietbemiddelaars de consument een passende toelichting verstrekken om hem in staat te stellen te beoordelen of de voorgestelde kredietovereenkomst aan zijn behoeften en financiële situatie beantwoordt. De lidstaten kunnen de wijze waarop en de mate waarin dergelijke bijstand wordt verleend, alsmede de identiteit van degene door wie de bijstand wordt verleend, *aanpassen aan de specifieke omstandigheden waarin de overeenkomst wordt aangeboden, de persoon aan wie zij wordt aangeboden, en het soort krediet dat wordt aangeboden*. Uit deze laatste regel blijkt duidelijk dat de Richtlijn geen algemene verplichting voor de consument te zoeken naar het best aangepaste krediet toelaat. De lidstaten mogen dergelijke vergaande bijstandsverplichting slechts opleggen indien de

³⁸ C. BIQUET-MATHIEU, “Du financement d’un véhicule par l’octroi d’une ouverture de crédit sans obligation d’apurement périodique du capital”, *JLMB* 2008, 111.

³⁹ Vred. Sint-Niklaas 28 maart 2001, *Jaarboek Kredietrecht 2001*, 124, noot G. STRAETMANS; *DCCR* 2001, 170; Vred. Grâce-Hollogne 13 februari 2001, *Jaarboek Kredietrecht 2001*, 176; *T. Vred.* 2002, 143; Vred. Oudenaarde 15 januari 2001, *T. Vred.* 2002, 138; Vred. Oostrozebeke 31 maart 1998, *Jaarboek Kredietrecht 1998*, 106.

⁴⁰ Vred. Landen 28 juni 2000, *Jaarboek Kredietrecht 2000*, 44.

⁴¹ Vred. Sint-Niklaas 4 december 2001, *Jaarboek Kredietrecht 2001*, 161; *AJT* 2001-2002, 1030.

⁴² Rb. St.-Niklaas 17 april 2002, *Jaarboek Kredietrecht 2002*, 133.

omstandigheden, de persoon van de kredietnemer of het soort krediet dat vereisen (vb. bij hergroepering van kredieten, bij kredietopening). Artikel 15, lid 1 WCK is naar onze overtuiging dan ook niet verenigbaar met de Europese Richtlijn Consumentenkrediet⁴³.

VI. Verplichting enkel krediet te verstrekken aan kredietnemers die redelijkerwijze in staat zijn tot terugbetaling

53. Artikel 15, lid 2 WCK bepaalt, net als het oude artikel 15 WCK⁴⁴, dat de kredietgever slechts een kredietovereenkomst mag sluiten indien hij, gelet op de gegevens waarover hij beschikt of zou moeten beschikken, onder meer op basis van de raadpleging van de Centrale voor kredieten aan particulieren en op basis van de informatie bedoeld in artikel 10 WCK, redelijkerwijze moet aannemen dat de consument in staat zal zijn om aan zijn verplichtingen te voldoen. Artikel 15, lid 2 WCK legt de kredietgever derhalve de verplichting op, alvorens het krediet toe te staan op nauwgezette wijze de kredietwaardigheid van een aspirant-kredietnemer te onderzoeken⁴⁵. Stelt de kredietgever vast dat de kredietnemer normaal het krediet niet zal kunnen terugbetalen, dan moet hij weigeren de kredietovereenkomst te sluiten⁴⁶. Artikel 15 WCK impliceert tevens dat de kredietgever de kredietwaardigheid van de consument op zich moet beoordelen. Het is niet omdat de kredietgever in het bezit is van voldoende zekerheden dat hij zonder probleem de kredietovereenkomst kan sluiten⁴⁷. Dit is overigens ook het geval in toepassing van het gemeen recht⁴⁸.

Deze verplichting vormt een inspanningsverbintenis en geen resultaatsverbintenis (met uitzondering van de verplichting tot raadpleging van de Centrale voor Kredieten aan Particulieren). Enkel wanneer de kredietgever een krediet toekent in omstandigheden waarin een normaal, redelijk en voorzichtige kredietgever zich zou hebben onthouden om krediet te verlenen, kan hij aansprakelijk gesteld worden⁴⁹.

⁴³ Zie ook: E. TERRYEN en J. VANNEROM, “De implicaties van de nieuwe richtlijn consumentenkrediet voor het Belgische recht”, in *Recht in Beweging*, Antwerpen, Maklu, 2009, 34.

⁴⁴ Zie hierover: R. STEENNOT, “Consumentenbescherming. Overzicht van rechtspraak (2002-2007)”, *TPR* 2009, 426-432.

⁴⁵ Rb. Oudenaarde 4 december 2002, *Jaarboek Kredietrecht 2002*, 104; Rb. Kortrijk 11 september 1998, *Jaarboek Kredietrecht 1998*, 95; Vred. Oudenaarde 15 januari 2001, *T. Vred.* 2002, 138; Vred. Izegem 6 januari 1999, *Jaarboek Kredietrecht 1999*, 53, noot J. T’JAMPENS.

⁴⁶ Vb. Rb. Oudenaarde 4 december 2002, *Jaarboek Kredietrecht 2002*, 104; Rb. Kortrijk 11 september 1998, *Jaarboek Kredietrecht 1998*, 95.

⁴⁷ P. LETTANY, *Het consumentenkrediet. De wet van 12 juni 1991*, Deurne, Kluwer, 1993, 77.

⁴⁸ Bergen 12 januari 1998, *JLMB* 1998, 1430; Bergen 4 oktober 1988, *JLMB* 1989, 1151; D. BLOMMAERT, “De aansprakelijkheid van de bank en de bemiddelaar bij kredietverlening herbezocht”, in *Liber Amicorum Yvette Merchiers*, Brugge, Die Keure, 2001, 366.

⁴⁹ Rb. Dendermonde 10 februari 1998, *T. Vred.* 2000, 128; Rb. Kortrijk 11 september 1998, *Jaarboek Kredietrecht 1998*, 95; Vred. Gent 23 juni 2000, *DAOR* 2001, 178; *Jaarboek Kredietrecht 2000*, 64, noot J. VAN LYSEBETTENS; Vred. Gent 18 april 2000, *AJT* 2000-2001, 745; J. T’JAMPENS, noot onder Vred. Izegem 6 januari 1999, *Jaarboek Kredietrecht 1999*, 62.

54. De Belgische wet gaat op dit punt verder dan de Europese Richtlijn, in die zin dat de Richtlijn enkel de verplichting bevat om informatie in te winnen omtrent de terugbetalingsmogelijkheden van de consument. Aangezien de Richtlijn steunt op het principe van de gerichte volledige harmonisatie, rijst dan de vraag of de Belgische wet op dit punt strijdig is met de Richtlijn. De Richtlijn zelf biedt op dit punt geen uitsluitel, maar wij zijn in elk geval van oordeel dat de Belgische wetgever de onthoudingsverplichting, die reeds vervat lag in de wet van 1991, kon behouden. Meer concreet is deze verplichting naar onze overtuiging niet in strijd met de Richtlijn omdat deze vraag niet geregeld wordt door de Richtlijn en derhalve niet behoort tot het geharmoniseerde gebied.

VII. Sanctionering

55. De schending van artikel 15 WCK wordt gesanctioneerd door artikel 92 WCK. De rechter kan, onverminderd andere gemeenrechtelijke sancties, de consument ontslaan van het geheel of van een gedeelte van de nalatigheidsinteressen en zijn verplichtingen verminderen tot de prijs bij contante betaling of tot het ontleende bedrag

BESLUIT

56. De regelen inzake kredietpromotie werden aangepast aan de Richtlijn. Dit resulteert vooreerst in een onderscheid tussen reclame waarin geen rentevoet of cijfer betreffende de kosten van het krediet wordt vermeld en reclame waarin dit wel geschiedt. Verder valt het op dat de wetgever ervoor koos om de bestaande reclameverboden te behouden, herformuleren (vb. vervangen van de voorwaarde “op onrechtmatige wijze” door “reclame die specifiek gericht is op”) en aan te vullen. Deze keuze kan in de regel goedgekeurd worden. Enkel waar de reclameverboden tot doel hebben om verplichte vermeldingen, die de wetgever ingevolge de Richtlijn diende te schrappen, te vervangen, kan twijfel bestaan omtrent de verenigbaarheid met de Richtlijn Consumentenkrediet.

Op het vlak van de informatieplichten heeft de wetgever ervoor geopteerd zoveel mogelijk de bestaande bescherming te behouden. Enkel de verplichting om informatie te verstrekken werd in navolging van de Richtlijn grondig gewijzigd. Waar wij van oordeel zijn dat de verplichting enkel krediet te verstrekken aan consumenten indien de kredietgever er redelijkerwijze kan van uitgaan dat de consument het krediet zal kunnen terugbetalen, kon worden behouden, denken wij dat de verplichting om op zoek te gaan naar het best aangepaste krediet onverenigbaar is met de Richtlijn, gelet op het principe van de volledige harmonisatie waarop de Richtlijn is gesteund.

Financial Law Institute

The **Financial Law Institute** is a research and teaching unit within the Law School of the University of Ghent, Belgium. The research activities undertaken within the Institute focus on various issues of company and financial law, including private and public law of banking, capital markets regulation, company law and corporate governance.

The **Working Paper Series**, launched in 1999, aims at promoting the dissemination of the research output of the Financial Law Institute's researchers to the broader academic community. The use and further distribution of the Working Papers is allowed for scientific purposes only. Working papers are published in their original language (Dutch, French, English or German) and are provisional.