

Financial Law Institute

Working Paper Series

WP 2011-05



Reinhard STEENNOT

De Nieuwe Wet Marktpraktijken

September 2011

WP 2011-05

Reinhard STEENNOT

De Nieuwe Wet Marktpraktijken



De Nieuwe Wet Marktpraktijken

Reinhard Steennot
Hoofddocent UGent, Instituut Financieel Recht

Inleiding

Op 12 mei 2010 is de Wet van 6 april 2010 betreffende de marktpraktijken en de bescherming van de consument (hierna Wet Marktpraktijken / WMPC) in werking getreden¹. Deze wet vervangt de Wet Handelspraktijken uit 1991. Heel wat bepalingen uit de oude Wet Handelspraktijken werden in de Wet Marktpraktijken gewoon overgenomen. Op bepaalde punten innoveert de wet echter. Een deel van de aanpassingen is ingegeven door ontwikkelingen op het Europese niveau. Enerzijds werden de regelen van het gezamenlijk aanbod aangepast aan de rechtspraak van het Hof van Justitie betreffende de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken², anderzijds werd geanticipeerd op een voorstel van Richtlijn betreffende consumentenrechten³. Maar de wijzigingen bleven geenszins daartoe beperkt. Ook andere bepalingen werden (licht) gewijzigd. De Wet Marktpraktijken heeft ook een nieuwe structuur en nummering.

De bedoeling van deze bijdrage bestaat erin om aandacht te besteden aan de belangrijkste wijzigingen die de Wet Marktpraktijken heeft aangebracht. Daarbij zal ook kort worden stilgestaan bij de verenigbaarheid van een aantal bepalingen met het Europees recht, in het bijzonder met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken⁴.

Hoofdstuk I. Nieuwe (invulling van) begrippen relevant voor het toepassingsgebied van de wet

Een aantal begrippen die belangrijk zijn voor de bepaling van het toepassingsgebied van de wettelijke regelen hebben in de nieuwe wet een andere invulling (consument, product, dienst) gekregen. Verder werd het begrip “verkoper” vervangen door het begrip “onderneming”. We bespreken de wijzigingen hieronder.

Afdeling I. Consument

De consument wordt omschreven als elke natuurlijke persoon die, uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden, op de markt gebrachte producten verwerft of gebruikt (art. 2, 3 WMPC). Het verschil met de definitie uit de Wet Handelspraktijken bestaat erin dat rechtspersonen niet langer als een consument kunnen worden beschouwd. Het belang van deze vaststelling mag echter niet worden overdreven aangezien rechtspersonen meestal toch niet als een consument beschouwd konden worden⁵.

¹ BS 12 april 2010. Zie artikel 142 WMPC.

² H.v.J. 23 april 2009, zaak C-261/07, *VTB-VAB tegen Total Belgium* en C- 299/07, *Galatea BVBA tegen Sanoma Magazines Belgium NV*, <http://curia.europa.eu>

³ Voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende consumentenrechten, 8 oktober 2009, COM(2008) 614 definitief, beschikbaar op <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52008PC0614:NL:HTML>. Intussen is het voorstel aanzienlijk afgezwakt. Zo valt het te verwachten dat de regelen betreffende de onrechtmatige bedingen geen deel meer zullen uitmaken van de uiteindelijke tekst.

⁴ Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad, *P.B.L.* 11 juni 2005, afl. 149, 22.

⁵ Zie voor een weliswaar bekritiseerde toepassing: Antwerpen 30 november 2004, *NjW* 2005, 91. Bekritiseerd door: V. WELLENS, “De overheid en de wet handelspraktijken: verkoper of consument?”, *RW* 2006-2007, 102 e.v.

Ook onder de Wet Marktpraktijken moet men toepassing maken van het bestemmingscriterium om te bepalen of een natuurlijk persoon al dan niet een consument is. Onderzocht moet worden voor welke doelen de persoon de producten zal gebruiken. De Wet Marktpraktijken heeft daarbij het vereiste van een uitsluitend privé-gebruik behouden. Met andere woorden, zodra de consument de producten ook professioneel gebruikt (gemengd gebruik) – ook al is dat maar een klein beetje – is de toepassing van de regelen uit de Wet Marktpraktijken die de consument beogen te beschermen uitgesloten. Het Belgisch consumentenbegrip lijkt daarmee enger te zijn dan het Europese zoals geïnterpreteerd door het Hof van Justitie, waarin ruimte wordt gelaten voor een verwaarloosbaar professioneel gebruik⁶. Ook het vereiste van een verwerving of gebruik van een product leidt tot een afwijking van het Europees consumentenbegrip (waarin enkel wordt vereist dat de natuurlijke persoon handelt voor doeleinden die buiten zijn beroepsactiviteit vallen). Het praktische gevolg hiervan is dat een borg onder het Europese recht een consument kan zijn (met name indien de gewaarborgde schuldvordering voor privé-doeleinden werd aangegaan⁷), onder de Belgische Wet Marktpraktijken niet (althans indien men de wet letterlijk interpreteert⁸).

Afdeling II. Onderneming

De Wet Marktpraktijken heeft het begrip “verkoper” vervangen door “onderneming”. De onderneming is elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die op duurzame wijze een economisch doel nastreeft, alsmede zijn verenigingen (art. 2,1° WMPC). Daarmee bedoelt de wetgever dat een persoon slechts als een onderneming kan worden beschouwd indien een economische activiteit op een duurzame wijze wordt verricht⁹. Indien bijvoorbeeld een jeugdbeweging occasioneel een wafelenbak organiseert, dan kan die jeugdbeweging niet als een onderneming beschouwd worden. Zij handelt immers niet met regelmaat. Of winst wordt nagestreefd, is irrelevant, zodat een VZW als een onderneming kwalificeert indien zij met regelmaat een economische activiteit verricht. Ook de rechtsvorm waarin wordt opgetreden, is van geen enkel belang¹⁰.

Hoewel beoefenaren van een vrij beroep onder het ondernemingsbegrip vallen, sluit de tekst van de Wet Marktpraktijken velen onder hen uit van het toepassingsgebied van de wet. Artikel 3 §2 WMPC bepaalt immers dat de wet niet van toepassing is op beoefenaren van een vrij beroep, tandartsen en kinesisten¹¹.

⁶ H.v.J. 20 januari 2005, zaak nr. C-464/01, *Gruber v. Bay Wa AG*, <http://curia.europa.eu>. Zie ook: B. VOLDERS, “Het begrip “consumentenovereenkomst” in kort bestek”, *DCCR* 2006, 88-90. Heel wat auteurs zijn van oordeel dat deze omschrijving van het Hof van Justitie die betrekking heeft op het consumentenbegrip uit de Brussel I Verordening ook relevant is voor het consumentenbegrip uit andere richtlijnen: G. HOWELLS, “The scope of European consumer law”, *European Review of Contract Law* 2005, 360 ev.; M. LOOS, “Het begrip ‘consument’ in het Europese en het Nederlandse privaatrecht”, *WPNR* 2005, 772.

⁷ H.v.J. 17 maart 1998, zaak C-45/96, *Bayerische Hypotheken- und Wechselbank AG*, <http://curia.eu.int>.

⁸ In die zin: Rb. Brussel 12 november 2003, *JT* 2004, 185.

⁹ G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW* 2010-2011, 387.

¹⁰ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 37-38.

¹¹ Het uitdrukkelijk noemen van tandartsen en kinesisten was noodzakelijk gelet op de definitie van een beoefenaar van een vrij beroep als een onderneming die geen koopman is en die onderworpen is aan een bij wet opgericht tuchtorgaan (zoals bv. de advocaat, gerechtsdeurwaarder, notaris, geneesheer, architect) (art. 2, 2° WMPC). Voor tandartsen en kinesisten bestaat geen dergelijk tuchtorgaan, zodat zij, indien zij niet uitdrukkelijk genoemd zouden worden, onder het toepassingsgebied van de wet zouden ressorteren. Andere beoefenaren van vrije beroepen waarvoor geen bij wet opgericht tuchtorgaan bestaat, zoals bijvoorbeeld psychologen, vallen, aangezien zij niet uitdrukkelijk worden genoemd in de uitsluiting, wel onder de Wet Marktpraktijken.

Intussen oordeelde het Grondwettelijk Hof – nota bene op de eerste verjaardag van de Wet Marktpraktijken - dat de uitsluiting van bepaalde vrije beroepen van het toepassingsgebied van de Wet Marktpraktijken - die onder meer tot gevolg heeft dat voor die vrije beroepen nog steeds geen regelen zouden gelden die consumenten moeten beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken¹² - in strijd is met het grondwettelijk gelijkheidsbeginsel¹³. Na te hebben vastgesteld dat beoefenaren van vrije beroepen en andere ondernemingen zich in een voldoende vergelijkbare situatie bevinden (beiden beogen in de eerste plaats beroepsmatig te voorzien in hun eigen levensonderhoud), komt het Hof tot het besluit dat voor het verschil in behandeling – dat erin bestaat dat geen vordering tot staken kan worden ingesteld indien een beoefenaar van een vrij beroep zich schuldig maakt aan een oneerlijke handelspraktijk jegens de consument – geen objectieve rechtvaardiging gevonden kan worden.

De uitspraak van het Grondwettelijk Hof is er gekomen als antwoord op een prejudiciële vraag. Zolang de wetgever niet optreedt, blijft artikel 3 §2 WMPC bestaan. Immers, in tegenstelling tot hetgeen het geval is bij een arrest dat een wettelijke bepaling vernietigd ingevolge een schending van het gelijkheidsbeginsel, blijft de betrokken regel in de rechtsorde bestaan. Dit betekent echter niet noodzakelijk dat vrije beroepsbeoefenaars zich niets hoeven aan te trekken van de bepalingen uit de Wet Marktpraktijken (zoals deze betreffende oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten en verkopen buiten de onderneming). Immers, de rechter zou immers volgens bepaalde auteurs kunnen beslissen de regel die niet conform is aan de Grondwet buiten toepassing te laten, hetgeen in casu impliceert dat hij de Wet Marktpraktijken zou kunnen toepassen op beoefenaren van vrije beroepen¹⁴. Belangrijk is ook dat ingevolge het arrest van het Grondwettelijk Hof een nieuwe termijn van zes maanden is beginnen lopen binnen de welke een beroep tot vernietiging van de betrokken norm kan worden ingesteld.

Afdeling III. Producten, goederen en diensten

Producten worden voortaan gedefinieerd als goederen, diensten, onroerende goederen en rechten en verplichtingen (art. 2, 4° WMPC). De notie is dus heel wat ruimer dan het productenbegrip in de Wet Handelspraktijken dat enkel verwees naar lichamelijke roerende goederen. Wanneer regelen uit de Wet Marktpraktijken enkel gelden voor lichamelijke roerende zaken, dan spreekt de wet over goederen (art. 2, 5° WMPC).

Diensten tenslotte zijn alle prestaties die verricht worden door een onderneming in het kader van haar professionele activiteit of uitvoering van haar statutair doel (art. 2, 6° WMPC). Het begrip “dienst” verwijst dus niet meer naar handelsdaad, zoals dat het geval was onder de Wet Handelspraktijken. Met andere woorden, diensten zijn niet meer beperkt tot prestaties die ofwel met winstoogmerk worden verricht of die teruggevonden kunnen worden op de lijst met objectieve daden van koophandel¹⁵. Deze lijst is voortaan nog enkel indicatief. Dit leidt uiteraard tot een verruiming van het begrip “onderneming”, in die zin dat VZW's die op duurzame wijze prestaties verrichten die men niet aantreft in de lijst van daden van koophandel als onderneming kwalificeren, dit terwijl zij onder de Wet Handelspraktijken niet als een verkoper konden worden beschouwd omdat zij geen handelsdaad verstrekten.

¹² België werd hiervoor ook ik gebreke gesteld door de Europese Commissie. Bron: <http://media.europa-nu.nl/9353000/1/j9vvhjsfpncqnhs/vinmhrh3mrxn?ctx=vg9phumkebd&tab=2>.

¹³ Grondwettelijk Hof, 6 april 2011, nr. 55/2011.

¹⁴ M. VERHOEVEN, “Vrije beroepen onderworpen aan Wet Marktpraktijken”, *Juristenkrant* 2011, nr. 228, 1.

¹⁵ G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW* 2010-2011, 388. Zie ook: Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 39.

Hoofdstuk II. Informatieverplichtingen

Afdeling I. Algemene informatieverplichting

De in artikel 30 WHPC vervatte informatieverplichting, die inhoudt dat de onderneming aan de consument, ten laatste op het ogenblik van het sluiten van de overeenkomst behoorlijke en nuttige informatie moet verstrekken, werd door de wetgever verplaatst naar artikel 4 Wet Marktpraktijken. Inhoudelijk wordt de bepaling echter nauwelijks gewijzigd¹⁶. Het enige onderscheid bestaat erin dat voortaan informatie wordt vereist omtrent de belangrijkste kenmerken van het product in plaats van de kenmerken in het algemeen.

Afdeling II. Prijsaanduiding

De artikelen 5 ev Wet Marktpraktijken hernemen de verplichting tot een ondubbelzinnige en totale prijsaanduiding. In artikel 5 §2 WMPC wordt nu uitdrukkelijk bevestigd dat de verplichting om de prijs schriftelijk, leesbaar en ondubbelzinnig aan te duiden enkel geldt voor homogene diensten¹⁷. Dit werd onder de Wet Handelspraktijken echter ook al aanvaard¹⁸. De verplichting tot een totale prijsaanduiding (incl. BTW, taksen die via de onderneming moeten worden betaald en verplicht te betalen kosten) geldt, zoals dit ook het geval was onder de Wet Handelspraktijken¹⁹, voor alle diensten²⁰.

De belangrijkste wijziging inzake prijsaanduiding betreft dan ook de schrapping van de regeling uit artikel 5 WHPC die bepaalde hoe een prijsvermindering moest worden aangeduid.

Afdeling III. Taal

Artikel 13 WHPC bepaalde dat de vermeldingen op etikettering die dwingend waren voorgeschreven, de garantiebewijzen en de gebruiksaanwijzingen steeds dienden te worden vermeld in de taal van het taalgebied waar de producten of diensten op de markt werd gebracht. Met andere woorden, voor producten die in Vlaanderen op de markt werd gebracht, was het gebruik van het Nederlands verplicht. Deze regel, die door het Hof van Justitie strijdig werd bevonden met de etiketteringsrichtlijn en het gemeen verdragsrecht²¹, werd door de nieuwe Wet Marktpraktijken gewijzigd. Voortaan volstaat het dat de genoemde vermeldingen gesteld zijn in een taal die de gemiddelde consument begrijpt, gelet op het taalgebied waar de goederen of diensten worden aangeboden. Onder deze regel zal de onderneming, naast de taal van het taalgebied waar de goederen of diensten op de markt worden gebracht ook gebruik kunnen maken van pictogrammen, alsook van vermeldingen in een andere taal die de gemiddelde consument begrijpt (vb. made in Spain).

Hoofdstuk III. Gezamenlijk aanbod

¹⁶ Zie uitgebreid over deze bepaling: R. STEENNOT en S. DEJONGHE, "Artikel 30 WHPC", in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

¹⁷ De Wet Marktpraktijken definieert homogene diensten als alle diensten waarvan de eigenschappen en de modaliteiten identiek of gelijkaardig zijn, ongeacht het ogenblik of de plaats van de uitvoering, de dienstverstrekker of de persoon voor wie zij zijn bestemd (artikel 2, 7° WMPC).

¹⁸ K. DAELE en H. VIAENE, "Artikel 2 WHPC" in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Antwerpen, Kluwer, losbl.; J. STUYCK, "Richtprijzen en de verplichting tot prijsaanduiding – het bevel tot het terugroepen van een reisbrochure", noot onder Voorz. Kh. Brugge 18 maart 1994, *Jaarboek Handelspraktijken 1994*, 42.

¹⁹ Antwerpen 16 december 2004, *Jaarboek Handelspraktijken 2004*, 68.

²⁰ Voor een bespreking van de regelen inzake prijsaanduiding: R. STEENNOT, mmv S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 97 ev.

²¹ Zie hierover: R. STEENNOT, "Consumentenbescherming. Overzicht van rechtspraak (198-2002)", *TPR 2004*, nr. 32 ev.

Waar de Wet Handelspraktijken in beginsel elk gezamenlijk aanbod verbodt, bepaalt de Wet Marktpraktijken dat een gezamenlijk aanbod toegelaten is voor zover het geen oneerlijke handelspraktijk in de zin van wet uitmaakt (art. 71 WMPC). De principiële mogelijkheid tot gezamenlijk aanbod impliceert uiteraard niet dat elk gezamenlijk aanbod nu toegelaten is. Zo kan een gezamenlijk aanbod nog steeds verboden zijn indien het de gemiddelde consument zodanig kan misleiden dat zijn economisch gedrag er wezenlijk door verstoord kan worden (misleidende handelspraktijk), alsook indien het in strijd is met de eerlijke marktpraktijken en de belangen van één of meer andere ondernemingen schaaft.

De nieuwe regeling betreffende het gezamenlijk aanbod drong zich op ingevolge de rechtspraak van het Hof van Justitie die inhield dat het Belgische verbod op gezamenlijk aanbod in strijd was met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken²². Uitgangspunt van de redenering van het Hof is dat een gezamenlijk aanbod een handelspraktijk is in de zin van de Richtlijn. Het gezamenlijk aanbod is volgens het Hof immers een commerciële handeling die duidelijk deel uitmaakt van het marketingbeleid van een ondernemer en rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering en de afzet van zijn producten. Aangezien de zwarte lijsten van verboden misleidende en agressieve handelspraktijken uitputtend zijn en een principieel verbod van gezamenlijk aanbod niet op deze lijsten voorkomt, kon de Belgische wetgever - gelet op het feit dat de Richtlijn niet toelaat strengere maatregelen of maatregelen die een hoger niveau van consumentenbescherming bevatten te handhaven - dit verbod niet behouden. Het feit dat de wet zelf in een aantal, limitatief opgesomde uitzonderingen voorzag, deed hieraan geen afbreuk, aangezien het ging om beperkte en vooraf vastgestelde uitzonderingen die niet in de plaats konden komen van een in concreto toetsen van de handelspraktijk aan de open normen die in de Richtlijn vervat liggen.

Bekijkt men de nieuwe Wet Marktpraktijken, dan valt het op dat de wet het principiële verbod van gezamenlijke aanbiedingen wel behoudt wanneer één bestanddeel een financiële dienst is (art. 72 WMPC). Op dit principiële verbod bestaan dan weer een aantal uitzonderingen. Het betreft onder meer het gezamenlijk aanbod van financiële diensten die een geheel vormen en het gezamenlijk aanbod van financiële diensten en kleine door de handelsgebruiken aanvaarde goederen en diensten (vb. een fles wijn bij het openen van een spaarboekje). Wat consumentenkrediet en hypothecair krediet betreft, mag men uiteraard niet vergeten dat zowel de Wet Consumentenkrediet als de Wet Hypothecair Krediet bijzondere regelen bevatten aangaande het gezamenlijk aanbod²³. Deze hebben uiteraard voorrang als *lex specialis*.

Op het eerste zicht lijkt het principiële verbod van gezamenlijk aanbod voor financiële diensten geen problemen te stellen omdat artikel 3.9 van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken toelaat om strengere bepalingen vast te stellen voor financiële diensten. De vraag werd echter opgeworpen of, opdat deze uitzondering op het principe van de volledige harmonisatie toepassing vindt, het niet vereist is dat alle bestanddelen van het gezamenlijk aanbod een financiële dienst betreffen. Daaromtrent biedt de tekst van de Richtlijn volgens Terryn geen uitsluitel²⁴. Straetmans en Stuyck steunen zich op de restrictieve interpretatie van vrijwaringsclausules om te argumenteren dat de nieuwe regeling aangaande financiële diensten op gespannen voet staat met de Richtlijn²⁵. In een recent vonnis van de rechtbank

²² H.v.J. 23 april 2009, zaak C-261/07, *VTB-VAB tegen Total Belgium* en C- 299/07 *Galatea BVBA tegen Sanoma Magazines Belgium NV*, <http://curia.europa.eu>.

²³ Zie artikel 31 WCK en artikel 6 WHK.

²⁴ E. TERRY, "Koppelverkoop en andere per se verboden in de WHPC (toekomstige wet marktpraktijken en consumentenbescherming) na het VTB-VAB-arrest van het Europees Hof van Justitie", *RW* 2009-2010, 1249-1250.

²⁵ G. STRAETMANS en J. STUYCK, "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting", in *RW* 2010-2011, 419.

van koophandel te Brussel²⁶ werd echter geoordeeld dat de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken niet verhindert dat een lidstaat het gezamenlijk aanbod van een goed en een financiële dienst verbiedt (in casu ging het over een wagen en een omniumverzekering). Enigszins verwonderlijk – gelet op de rechtsleer - oordeelde de rechtbank dat de tekst van de richtlijn dermate duidelijk is dat het niet noodzakelijk is een prejudiciële vraag te stellen.

Hoofdstuk IV. Promoties inzake prijzen

De Wet Marktpraktijken bevat een aantal algemene voorwaarden betreffende de aankondiging van prijsverminderingen en formuleert verder bijzondere regelen voor uitverkopen, solden (en sperperiode) en de aanbidding van kortingtitels. Wij beperken ons hieronder tot een korte schets van de belangrijkste wijzigingen.

Afdeling I. Verwijzing naar de eigen voorheen toegepaste prijs

Wanneer een onderneming een prijsvermindering wenst aan te kondigen, dan zal zij moeten verwijzen naar de prijs die zij voorheen heeft toegepast voor hetzelfde product. Onder de Wet Marktpraktijken was het noodzakelijk dat de prijs waarnaar werd verwezen gedurende een maand onafgebroken werd toegepast²⁷. Dit is niet langer vereist onder de Wet Marktpraktijken. Artikel 20 WMPC bepaalt ter zake dat de onderneming moet verwijzen naar de laagste prijs die zij in de maand voorafgaand aan de prijsvermindering heeft toegepast. Indien de onderneming beschikt over verschillende verkooppunten of het product via verschillende verkooptechnieken aanbiedt, dan dient de referentieprijs bepaald te worden per verkooppunt of verkooptechniek waarvoor de prijsvermindering wordt aangekondigd. Een voorbeeld kan dit illustreren: stel dat een onderneming gedurende een maand hetzelfde product verkoopt in de winkel (100 euro) en via het Internet (95 euro) en de prijsvermindering langs beide kanalen wordt aangekondigd. In dat geval is de referentieprijs 100 euro voor de verkoop in de winkel en 95 euro voor de verkoop via Internet.

Bij de vermelding van de nieuwe prijs moet de aankondiging ook de referentieprijs vermelden, of aan de consument informatie verstrekken die het de gemiddelde consument mogelijk maakt om de referentieprijs onmiddellijk en gemakkelijk te berekenen. Dit laatste kan bijvoorbeeld door naast de nieuwe prijs ook de toegepaste korting te vermelden, hetzij in absolute bedragen, hetzij aan de hand van een kortingspercentage²⁸. Dit is een aanzienlijke versoepeling in vergelijking met wat onder toepassing van de Wet Handelspraktijken het geval was, waarbij in beginsel steeds zowel de oude als de nieuwe prijs moest worden opgegeven²⁹. In geval de onderneming een eenvormig kortingspercentage toepast op producten of categorieën van producten, mag zij alleen de referentieprijs vermelden. De aankondiging moet dan vermelden of de prijsvermindering al dan niet werd toegepast.

Afdeling II. Uitverkopen

De Wet Marktpraktijken definieert de uitverkoop niet (in tegenstelling tot de wet handelspraktijken), doch bepaalt dat het gebruik van de term “uitverkoop”, “liquidation”, “Ausverkauf”, alsook elke andere gelijkwaardige benaming is voorbehouden tot de in de wet bepaalde gevallen en onder de in de wet bepaalde voorwaarden (art. 24 WMPC). Inhoudelijk heeft deze wijziging geen gevolgen. Zij maakt het wel nog moeilijker te bepalen wanneer sprake is van een gelijkwaardige benaming, aangezien voor het beantwoorden van de vraag of

²⁶ Voorz. Kh. Brussel 13 april 2011, onuitg.

²⁷ R. STEENNOT, mmv S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 182-183.

²⁸ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 47.

²⁹ G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW* 2010-2011, 396.

er al dan niet sprake is van een gelijkwaardige benaming niet meer kan worden teruggegrepen naar de definitie van uitverkoop.

Elke uitverkoop moet gepaard gaan met een reële prijsvermindering ten opzichte van de referentieprijs. De referentieprijs is de laagste prijs die in de maand voorafgaand aan de eerste dag van de uitverkoop voor hetzelfde goed werd gevraagd, hetzij door de onderneming zelf, hetzij door de overdragende onderneming, hetzij door de overledene. Wat de aanduiding van de referentieprijs betreft, formuleert artikel 25 §4 WMPC dezelfde regel als artikel 20 WMPC inzake aankondiging van prijsverminderingen in het algemeen.

Afdeling III. Solden en sperperiode

Wat de regelen inzake solden en sperperiode betreft, zijn er meer wijzigingen. Vooreerst wordt ook de term “solden” niet meer gedefinieerd, maar wordt het gebruik van de benaming “solden”, “opruiming”, “soldes” of “Schlussverkauf” of elke andere gelijkwaardige benaming voorbehouden tot de soldenperiode, die loopt van 3 januari tot 31 januari en 1 juli tot 31 juli (tenzij 3 januari of 1 juli een zondag zijn, in welk geval de soldenperiode een dag eerder valt) (art. 27 WMPC). Let wel, het is bij toepassing van artikel 27, lid 3 WMPC ondernemingen ook toegelaten om, in afwijking van deze basisregel, een geplande soldenverkoop reeds aan te kondigen vóór de aanvang van de soldenperiode. Onder toepassing van de Wet Handelspraktijken was dit strikt genomen niet mogelijk³⁰. Ondernemingen kunnen derhalve voortaan de consument wel op voorhand informeren over een geplande soldenverkoop. Een duidelijke vermelding van de startdatum van de aangekondigde soldenverkoop lijkt daarbij wel noodzakelijk, dit om misleiding in hoofde van de consument te misleiden.

Door het schrappen van de definitie is de mogelijkheid tot solden niet langer beperkt tot de verkoop waartoe wordt overgegaan met het oog op de seizoensopruiming van het assortiment. Met andere woorden, ook goederen die hun aantrekkingskracht niet verliezen, kunnen het voorwerp uitmaken van solden³¹. De vaststelling dat alle goederen gesoldeerd kunnen worden, houdt een verruiming en tevens verduidelijking van het toepassingsgebied van deze regeling. Voor diensten, onroerende goederen, rechten en verplichtingen mag de benaming “solden” echter nog steeds niet gebruikt worden.

Het gebruik van de benaming “solden” veronderstelt dat ook aan een aantal andere voorwaarden is voldaan. Ook op dit punt zijn er een aantal belangrijke wijzigingen. Vooreerst is niet meer vereist dat de verkoop geschiedt in de lokalen waar de goederen gewoonlijk te koop werden aangeboden (art. 51 WHPC). Dit impliceert dat het onder meer mogelijk wordt om ook goederen via het Internet in solden te verkopen. Ook postorderbedrijven kunnen nu solden organiseren³². Artikel 28 WMPC impliceert verder dat ook de opruiming van zolderkeldervoorraden, i.e. van goederen die onmiddellijk voorafgaand aan de solden niet meer te koop werden aangeboden, tot de mogelijkheid behoort. Vereist is wel dat de gesoldeerde goederen ooit gedurende minstens dertig door de onderneming te koop werden aangeboden³³. Goederen die bij het begin van de soldenperiode reeds zijn besteld, maar nog niet fysiek zijn geleverd, komen niet voor de soldenverkoop in aanmerking.

³⁰ H. DE BAUW, “Solden, sperperiodes, waardebonden na de wet van 5 november 1993”, *Jaarboek Handelspraktijken 1993*, 200; J. STUYCK, *Handelspraktijken*, in *Beginselen van Belgisch Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer – Story-Scientia, 2003, 382.

³¹ G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW 2010-2011*, 397.

³² R. STEENNOT, F. BOGAERT, D. BRULOOT en D. GOENS, *Wet Marktpraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2010, 118.

³³ R. STEENNOT, F. BOGAERT, D. BRULOOT en D. GOENS, *Wet Marktpraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2010, 118.

Het gebruik van de benaming “solden” veronderstelt een reële prijsvermindering in verhouding tot de voorheen gehanteerde prijs. Wat de referentieprijis betreft, bevat artikel 29 WMPC een bijzondere regeling. Men dient daarbij een onderscheid te maken tussen twee situaties³⁴. Een eerste mogelijkheid is dat de gesoldeerde goederen tijdens de maand die aan de soldenperiode voorafgaat in hetzelfde verkooppunt of via dezelfde verkooptechniek te koop werden aangeboden. In dat geval zal de laagste prijs die de onderneming tijdens die maand voor deze goederen en in dat verkooppunt of via die verkooptechniek heeft gevraagd, als referentieprijis gelden. De tweede mogelijkheid groepeert alle andere situaties van toegelaten soldenverkoop. In dat geval is de referentieprijis de laagste prijs die de onderneming voor de gesoldeerde goederen in het verleden heeft gevraagd, ongeacht het verkooppunt of de gebruikte verkooptechniek en ongeacht het tijdstip waarop deze laagste prijs werd toegepast. Deze regel zal toegepast moeten worden in alle gevallen waar de gesoldeerde goederen in een ander verkooppunt of via een andere verkooptechniek dan voorheen te koop worden aangeboden, alsook bij de soldenverkoop van goederen die weliswaar in het verleden reeds door de onderneming te koop werden aangeboden, maar niet werden aangeboden gedurende de maand die aan de soldenperiode voorafgaat.

De vroegere voorwaarde dat een de referentieprijis gedurende de gehele sperperiode ononderbroken moest zijn toegepast (ex art. art. 43, §3 WMPC), werd niet hernomen. Opeenvolgende prijsverminderingen leveren aldus niet langer problemen op³⁵. Anders dan bij de gewone aankondigingen van prijsverminderingen, heeft een opeenvolging van *prijisverminderingen tijdens de soldenperiode* geen impact op de te hanteren referentieprijis. De referentieprijis is immers steeds de laagste prijs die een onderneming voor het betrokken goed heeft gehanteerd tijdens de maand die aan de soldenperiode voorafgaat of, voor goederen die tijdens die periode niet werden aangeboden, de laagste prijs die in het verleden werd gevraagd. Met de tijdens de soldenperiode gehanteerde prijzen moet dus nooit rekening worden gehouden, zodat bij opeenvolgende prijsverminderingen niet moet worden verwezen naar de eerste soldenprijis.

Ook wat de sperperiode betreft, de periode gedurende dewelke het verboden is prijsverminderingen aan te kondigen die uitwerking hebben tijdens deze periode alsook om titels te verspreiden die recht geven op een prijsvermindering tijdens deze periode, zijn er aantal wijzigingen. Vooreerst heeft de wetgever de sperperiode ingekort. De sperperiode loopt voortaan van 6 december tot en met 2 januari (of 1 januari indien 3 januari een zondag is) en van 6 juni tot en met 30 juni (of 29 juni indien 1 juli een zondag is) (art. 32 §1 WMPC). Verder wordt nu uitdrukkelijk bepaald dat het verbod tot aankondigingen van prijsverminderingen in de sperperiode enkel geldt in de sectoren van kleding, lederwaren en schoenen. Dit is vooreerst een verduidelijking, aangezien onder de Wet Handelspraktijken nog steeds discussie bestond over het toepassingsgebied van het verbod om prijsverminderingen aan te kondigen tijdens de sperperiode. Naar onze overtuiging gaat het om een inperking van het toepassingsgebied, nu wij, net als de hoven van beroep te Brussel en Gent van oordeel waren dat het verbod uit de Wet Handelspraktijken betrekking had op alle goederen die door bewaring hun aantrekkingskracht verliezen (dit is alle goederen die onder de Wet Handelspraktijken in aanmerking kwamen voor solden)³⁶. Onder de Wet

³⁴ R. STEENNOT, F. BOGAERT, D. BRULOOT en D. GOENS, *Wet Marktpraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2010, 119; G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW* 2010-2011, 397.

³⁵ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 23.

³⁶ Zie: R. STEENNOT mmv S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Intersentia, 2007, 202.

Marktpraktijken valt het contrast op tussen enerzijds het feit dat alle goederen voortaan gesoldeerd kunnen worden en anderzijds de vaststelling dat het verbod om tijdens de sperperiode prijsverminderingen aan te kondigen nog enkel geldt voor kleding, lederwaren en schoenen. Men kan overigens de vraag opwerpen of de beperking van het toepassingsgebied van het verbod om tijdens de sperperiode prijsverminderingen aan te kondigen tot deze sectoren verenigbaar is met het gelijkheidsbeginsel.

Tot slot kan nog worden opgemerkt dat het verbod om tijdens de sperperiode prijsverminderingen aan te kondigen op verschillende manieren kan worden omzeild, hetgeen het nut van de sperperiode verder in vraag stelt. Hoewel het verboden is om titels te verstrekken die tijdens de sperperiode recht geven op een prijsvermindering, verzet de wet zich niet tegen de verstrekking van titels die tijdens de sperperiode recht geven op een terugbetaling (zie infra over dit onderscheid). Daarnaast lijkt ook een gezamenlijk aanbod (vb. 2^e artikel aan halve prijs) tijdens de sperperiode mogelijk te zijn³⁷.

Afdeling IV. Titels die recht geven op terugbetaling of prijsvermindering

De regeling betreffende titels die recht geven op terugbetaling en titels die recht geven op een prijsvermindering komt in de plaats van de regelen inzake het toegelaten gezamenlijk aanbod van een hoofdproduct of –dienst samen met een kortingstitel (ex artt. 57-62 WHPC)³⁸ en de bepalingen inzake waardebonnen (ex artt. 63-68 WHPC)³⁹. Enkel titels die recht geven op een prijsvermindering worden geïsoleerd. Andere titels zoals deze die recht geven op een goed of een dienst, worden niet langer gereguleerd. Het toepassingsgebied van de nieuwe regelen inzake kortingstitels is bijgevolg beperkter dan de vroegere regelen inzake het toegelaten gezamenlijk aanbod van een hoofdproduct of –dienst samen met een titel⁴⁰. Tot slot kan worden opgemerkt dat het toepassingsgebied van de regelen beperkt is tot prijsverminderingen met betrekking tot goederen en diensten.

De wet maakt voortaan een strikt onderscheid tussen enerzijds de titels die recht geven op terugbetaling en worden uitgereikt bij de aankoop van een goed of een dienst en anderzijds de titels die recht geven op een onmiddellijke prijsvermindering en gratis worden verspreid.

§ 1 Titels die recht geven op terugbetaling

Artikel 33 WMPC betreft titels die worden aangeboden bij de aanschaf van een goed of een dienst en die recht geven op een latere terugbetaling van de prijs of een deel daarvan. Het gaat in het bijzonder om de zogenaamde *cashback*-acties waarbij na de aankoop van een goed of een dienst een gedeelte van de verkoopprijs door de fabrikant, de distributeur of een derde partij aan de koper wordt teruggestort⁴¹. Om de houder van een dergelijke titel voldoende informatie te verschaffen

³⁷ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 18; FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie, *FAQ Solden en Sperperiode. Wet betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming (WMPC)*, 10 mei 2010, beschikbaar op http://economie.fgov.be/nl/binaries/FAQ_sper_solden_WMC_website_nl_tcm325-100198.pdf

³⁸ R. STEENNOT mmv S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 215.

³⁹ S. DEJONGHE, “Artikel 63 WHPC” in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Antwerpen, Kluwer, losbl.

⁴⁰ R. STEENNOT, F. BOGAERT, D. BRULOOT en D. GOENS, *Wet Marktpraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2010, 128.

⁴¹ G. STRAETMANS en J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW* 2010-2011, 398.

omtrent zijn schuldenaar, de omvang en de voorwaarden van de schuld en de wijze waarop zij kan worden ingevorderd, moet de titel minstens de volgende gegevens vermelden:

- de titel dient de naam, het adres en in voorkomend geval, de vennootschapsvorm en het ondernemingsnummer van de uitgever te vermelden⁴².
- het bedrag waarvoor terugbetaling kan worden bekomen. De vermelding van een kortingspercentage alleen volstaat niet.
- de uiterste geldigheidsduur van de titel. Is de geldigheidsduur onbeperkt, dan geldt deze verplichting niet.
- de voorwaarden die nageleefd moeten worden met het oog op de terugbetaling. In het bijzonder moet opgave worden gedaan van de concrete stappen die de houder van de titel moet ondernemen om terugbetaling te bekomen, alsook van de termijn waarbinnen uiteindelijk zal worden terugbetaald. De wet maakt het mogelijk de voorwaarden van de titel niet op de titel zelf te vermelden, doch wel op een afzonderlijk document dat tegelijkertijd met de titel wordt verstrekt.

Zelfs indien de titel niet voldoet aan deze voorwaarden, is de uitgever verplicht deze titel te aanvaarden (zie artikel 35 WMPC).

Onder toepassing van de Wet Handelspraktijken mochten slechts titels worden aangeboden bij de aanschaf van een goed of een dienst wanneer de uitgever houder was van een inschrijving afgegeven door de Minister of een door hem aangewezen ambtenaar (ex art. 59 WHPC). Deze verplichting werd geschrapt omdat dit vereiste niet strookt met de principes van de dienstenrichtlijn⁴³.

§ 2 Titels die recht geven op een prijsvermindering

Artikel 34 WMPC betreft titels die recht geven op een prijsvermindering (art. 34 WMPC). Zij onderscheiden zich van de vorige categorie omdat zij niet worden uitgereikt bij de aankoop van een goed of een dienst, maar los van elk aankoop en dus gratis worden verspreid, bijvoorbeeld via een reclamefolder⁴⁴. De wet verplicht ondernemingen om zowel de door haarzelf als de door een andere onderneming gratis verspreide titels aan te nemen die bij haar worden aangeboden en die recht geven op een onmiddellijke korting bij de aankoop van één of meerdere goederen en/of diensten, voor zover aan de voorwaarden van het aanbod is voldaan⁴⁵. Opdat een onderneming verplicht zou

⁴² Hiermee wordt verholpen aan de discussie die onder toepassing van de Wet Handelspraktijken bestond omtrent de precieze invulling van het begrip "identiteit van de uitgever"; zie o.m. Cass. 25 juni 1999, *Jaarboek Handelpraktijken 1999*, 447.

⁴³ Verslag namens de commissie voor het bedrijfsleven, het wetenschapsbeleid, het onderwijs, de nationale wetenschappelijke en culturele instellingen, de middenstand en de landbouw uitgebracht door K. LALIEUX en L. VAN DER AUWERA, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/005, p. 12.

⁴⁴ S. DEJONGHE, "Artikel 63 WHPC" in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Antwerpen, Kluwer, losbl., nr. 13.

⁴⁵ G. STRAETMANS en J. STUYCK, "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting", *RW 2010-2011*, 398-399.

kunnen worden een niet door haarzelf uitgegeven titel te aanvaarden, moet de titel aan een aantal voorwaarden voldoen, die moeten garanderen dat de onderneming bij wie de titel wordt aangeboden, weet tot wie zij zich moet richten om terugbetaling te bekomen van de korting die zij heeft verleend⁴⁶. Een onderneming moet een niet door haarzelf uitgegeven titel in dat opzicht slechts aanvaarden wanneer de titel minstens de volgende gegevens vermeld:

- de naam, het adres en in voorkomend geval, de vennootschapsvorm en het ondernemingsnummer van de uitgever te vermelden.
- het bedrag van de korting vermelden. De opgave van een kortingspercentage alleen volstaat hierbij niet.
- bij de verwerving van welke goederen en/of diensten de titel kan worden gebruikt.
- de verkooppunten waar de titel kan worden gebruikt tenzij de titel kan worden gebruikt in alle verkooppunten waar de goederen of diensten te koop worden aangeboden.
- de uiterste geldigheidsduur van de titel, tenzij de geldigheidsduur onbeperkt is.

Anders dan bij de titels die recht geven op terugbetaling, kan er bij de uitgifte van de hier bedoelde titels niet voor geopteerd worden om sommige gegevens in een afzonderlijk document op te nemen dat samen met de titel wordt verstrekt. De rechtspraak is streng. Het volstaat bijvoorbeeld niet dat de verplichte vermeldingen in een reclamefolder worden opgenomen waarin een uit te knippen tittel is afgedrukt⁴⁷.

Indien één of meer van de door de wet voorgeschreven vermeldingen ontbreekt en de titel wordt aangeboden bij een andere onderneming dan de uitgever, is deze onderneming niet verplicht de titel te aanvaarden. De uitgever daarentegen blijft ook bij het ontbreken van één of meer vermeldingen schuldenaar van de schuldvordering die de titel incorporeert⁴⁸. De uitgifte van onregelmatige kortingstitels kan ook een oneerlijke handelspraktijk uitmaken in de zin van de artikelen 83 e.v. WMPC.

§ 3 Gemeenschappelijke bepalingen

Eenieder die een door de wet gereguleerde titel uitgeeft, wordt, onder de voorwaarden van hun uitgifte, schuldenaar van de schuldvordering die de titel vertegenwoordigt (art. 35 WMPC). Een uitgever van een door de wet geïssueerde titel kan dus steeds worden aangesproken door de houder ervan, onverschillig of dit een consument betreft dan wel een onderneming die de korting heeft toegekend. Van deze regel kan contractueel niet worden afgeweken.

Wanneer een titel wordt aangeboden bij een andere onderneming dan deze die de titel heeft uitgegeven, moet deze laatste de onderneming waar de titel werd aangeboden binnen een redelijke termijn terugbetalen. Deze redelijke termijn begint te lopen vanaf het ogenblik dat de onderneming

⁴⁶ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 56.

⁴⁷ Voorz. Kh. Bergen 4 maart 1994, *Jaarboek Handelspraktijken 1994*, 219.

⁴⁸ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 56.

die de korting heeft toegekend, de titel aan de uitgever aanbiedt met het oog op de terugbetaling ervan⁴⁹. Het toepassingsgebied van deze regel wordt uitdrukkelijk beperkt tot titels in de zin van artikel 34 WMPC, zijnde gratis verspreide titels die recht geven op een prijsvermindering. Dit ligt voor de hand, aangezien de titels die ter gelegenheid van een aankoop worden vertrekt en recht geven op een terugbetaling in beginsel steeds rechtstreeks aan de uitgevende onderneming moeten worden aangeboden.

Afdeling V. Verenigbaarheid van de regelen betreffende prijspromoties met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken

Er bestaat heel wat twijfel over de verenigbaarheid van de in dit hoofdstuk besproken regelen met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Uitgangspunt van de redenering is dat deze regelen beschouwd moeten worden als handelspraktijken jegens consumenten en dat, gelet op het principe van volledige harmonisatie waarop de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken is gesteund, dergelijke handelspraktijken niet per se verboden kunnen worden. Zo kan men met vrij grote zekerheid stellen dat het beperken van de duurtijd van een prijsvermindering en het verbinden van het gebruik van de benaming “solden” en de benaming “uitverkoop” aan bepaalde voorwaarden in strijd is met de Richtlijn⁵⁰. Een prijsvermindering en het gebruik van de benaming “solden” en de benaming “uitverkoop” zijn zonder enige twijfel commerciële handelingen die deel uitmaken van het marketingbeleid van een ondernemer en die rechtstreeks verband houden met de verkoopbevordering en de afzet van zijn producten. Dergelijke praktijken kunnen dan ook enkel als oneerlijk beschouwd worden indien zij de gemiddelde consument kunnen misleiden en zijn economisch gedrag wezenlijk kunnen verstoren.

Wat de verenigbaarheid met de Richtlijn van het verbod om prijsverminderingen aan te kondigen tijdens de sperperiode betreft, kan meer twijfel bestaan. Men zou immers kunnen argumenteren dat dit verbod niet tot doel heeft om de consument te beschermen maar de eerlijke concurrentie te vrijwaren en derhalve niet onder het geharmoniseerde gebied valt. Rekening moet hier gehouden worden met het feit dat handelspraktijken slechts niet onder het geharmoniseerde gebied vallen indien zij *uitsluitend* de eerlijke concurrentie betreffen en derhalve niet, ook niet gedeeltelijk tot doel hebben de consument te beschermen⁵¹. In de Belgische rechtspraak werden reeds uiteenlopende beslissingen geveld⁵². Intussen werd onder meer door het Hof van Cassatie een prejudiciële vraag gesteld aan het Hof van Justitie⁵³. De rechtsleer neemt in de regel aan dat het verbod

⁴⁹ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 57.

⁵⁰ Zie ook: H. DE BAUW, “De gevolgen van het koppelverkooparrest van het Hof van Justitie van 23 april 2009 voor de sperperiode en enkele andere regels”, noot onder Voorz. Kh. 18 juni 2008, *Jaarboek Handelspraktijken 2008*, 344 ev; G. STRAETMANS EN J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW 2010-2011*, 416 ev.

⁵¹ H.v.J. 14 januari 2010, zaak C-304/08, *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs tegen Plus Warenhandels-gesellschaft*, <http://curia.europa.eu>. Zie ook: E. TERRY, “Koppelverkoop en andere per se verboden in de WHPC (toekomstige wet marktpraktijken en consumentenbescherming) na het VTB-VAB-arrest van het Europees Hof van Justitie”, *RW 2009-2010*, 1249.

⁵² Bvb. Brussel 12 mei 2009, *Jaarboek Handelspraktijken 2009*, 252 (geen strijdigheid); Voorz. Kh. Brussel 28 juni 2010, *NjW 2010*, 594 (strijdigheid).

⁵³ Cass. 21 februari 2011. Ook het Hof van beroep te Brussel (4 januari 2011) en de voorzitter van de rechtbank van koophandel te Dendermonde (2 juni 2010) stelden reeds een prejudiciële vraag

prijsverminderingen aan te kondigen tijdens de sperperiode strijdt met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken⁵⁴.

Hoofdstuk V. Overeenkomsten op afstand

De regelen betreffende overeenkomsten op afstand hebben nog steeds tot doel de consument te beschermen wanneer deze op afstand contracteert. De bescherming wordt vooral verwezenlijkt via de verplichting voor de onderneming om informatie te verstrekken en de mogelijkheid van de consument om de overeenkomst te herroepen (de Wet Handelspraktijken sprak over verzaken aan de overeenkomst). Er geldt een verschillend regime voor goederen en diensten in het algemeen en financiële diensten in het bijzonder. We bespreken hier enkel het algemene regime aangezien er wat financiële diensten betreft⁵⁵, geen belangrijke wijzigingen te melden zijn.

Afdeling I. Informatieplichten

Wat de informatieverplichting betreft, zijn de wijzigingen beperkt. Enkel het tijdstip van de precontractuele informatieverplichting wordt gepreciseerd. Waar de Wet Handelspraktijken het vroeger had over de verplichting informatie ter beschikking te stellen bij de tekoopaanbieding, voorziet de Wet Marktpraktijken in een informatieverplichting bij het aanbod. Met andere woorden de informatieverplichting ex artikel 45 WMPC bestaat pas als er een aanbod wordt gedaan.

Hoewel niet gewijzigd, is het nuttig kort de privaatrechtelijke sanctie bij miskennen van de informatieverplichtingen in herinnering te brengen. Indien de informatieverplichtingen uit artikel 45 WMPC niet worden gerespecteerd, wordt de consument, die gebruik maakt van zijn herroepingsrecht, vrijgesteld van de betaling van de kosten voor het terugzenden van het goed (art. 48 §2 WMPC). Indien bij het aanbod geen melding wordt gemaakt van de afwezigheid van een herroepingsrecht verwerft de consument alsnog de mogelijkheid om gedurende een termijn van 3 maanden de overeenkomst te herroepen (art. 47 §4, laatste lid WMPC).

In geval van miskennen van de verplichting om de in de wet bepaalde informatie uiterlijk bij de levering van het goed of voor met de uitvoering van de dienst wordt begonnen op papier of op een duurzame drager te verstrekken (zie art. 46 WMPC), kan de consument die gebruik maakt van zijn herroepingsrecht het goed kosteloos terugsturen (art. 48 §2 WMPC). Daarnaast moet men een onderscheid maken tussen drie hypothesen:

1. Er wordt geen melding gemaakt van het herroepingsrecht: de consument kan het goed of de dienst houden, zonder daarbij tot enige betaling gehouden te zijn (art. 46 §1 WMPC). De wet vereist dat deze informatie wordt verstrekt in vette letters, op de eerste bladzijde en in een kader los van de tekst, doch de miskennen van deze formele

⁵⁴ Zie bv. : H. DE BAUW, "De gevolgen van het koppelverkooparrest van het Hof van Justitie van 23 april 2009 voor de sperperiode en enkele andere regels", noot onder Voorz. Kh. 18 juni 2008, *Jaarboek Handelspraktijken 2008*, 343; G. STRAETMANS EN J. STUYCK, "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting", *RW 2010-2011*, 419.

⁵⁵ Zie over deze regelen: E. TERRY, "Consumentenbescherming bij financiële diensten op afstand", in *Actualia Vermogensrecht. Liber Alumnorum KULAK als hulde aan professor Macours*, Brugge, Die Keure, 2005, 519 ev; R. STEENNOT, "artikel 83bis-83 decies WHPC", in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

voorwaarden leidt volgens de meerderheid in de rechtsleer slechts tot een verlenging van de bedenkttermijn tot 3 maanden⁵⁶.

2. Er wordt geen melding gemaakt van de afwezigheid van het herroepingsrecht: hoewel het wellicht de bedoeling van de wetgever was om in dergelijk geval de consument een herroepingstermijn van drie maanden te bieden⁵⁷, leidt een letterlijke interpretatie van de wet ertoe dat de consument geen gebruik kan maken van het herroepingsrecht⁵⁸.
3. De andere door artikel 46 §1 WMPC vereiste informatie wordt niet verstrekt: de consument beschikt over een termijn van drie maanden om de overeenkomst te herroepen in plaats van veertien kalenderdagen (art. 47 §2 WMPC). Wanneer de onderneming echter binnen die termijn van drie maanden de in artikel 46 §1 WMPC opgesomde informatie alsnog aan de consument verstrekt, begint een nieuwe termijn van veertien kalenderdagen, te rekenen vanaf de dag na de ontvangst te lopen (art. 47 §2, lid 2 WMPC).

Afdeling II. Herroepingsrecht

De belangrijkste wijzigingen aangaande overeenkomsten op afstand betreft zonder twijfel de bedenkttermijn. De termijn waarover de consument beschikt om de overeenkomst te herroepen, wordt verlengd van 7 werkdagen tot 14 kalenderdagen. De termijn gaat in de dag na de levering van het goed of de dag na het sluiten van de dienstenovereenkomst. Door te bepalen dat bij dienstenovereenkomsten de termijn pas start de dag na de sluiting van de overeenkomst, is er nog steeds een verschil met de duur van de herroepingstermijn bij financiële diensten. Deze termijn bedraagt weliswaar ook 14 kalenderdagen, maar start in principe de dag van het sluiten van de overeenkomst. De beoogde uniformiteit wordt aldus niet bereikt! Nieuw is verder dat de Wet Marktpraktijken voortaan uitdrukkelijk bepaalt dat het volstaat dat de consument binnen de bedenkttermijn de herroeping, schriftelijk of op een voor de onderneming toegankelijke duurzame drager, verzendt. Zij dient niet noodzakelijk de onderneming binnen deze termijn te bereiken (art. 47 §1 WMPC). Deze regel komt de rechtszekerheid ten goede.

Een andere belangrijke wijziging aangaande de bedenkttermijn betreft de afschaffing van het verbod om binnen de bedenkttermijn betaling te eisen. De Belgische wetgever heeft ervoor geopteerd dit verbod te schrappen hoewel dit Europeesrechterlijk niet noodzakelijk was. In het arrest Ghysbrechts⁵⁹ oordeelde het Hof van Justitie dat het Belgische verbod om betaling te eisen binnen de bedenkttermijn *slechts* in strijd was met de principes van vrij verkeer indien men het verbod zodanig ging interpreteren dat het verboden was om gedurende de

⁵⁶ C. BIQUET-MATHIEU en J. DECHARNEUX, "Aspects de la conclusion du contrat par voie électronique", in *Le Commerce électronique : un nouveau mode de contracter*, Luik, Jeune barreau de Liège, 2001, 201; J. STUYCK, *Handelspraktijken, in Beginselen van Belgisch Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer - Story, 2003, 433.

⁵⁷ Zie ook: M. GUSTIN, "Les contrats à distance", *Act. Dr.* 1999, 758; A. SALAÜN, "Transposition de la directive contrats à distance en droit belge: commentaire de l'article 20 de la loi du 25 mai 1999", *JT* 2000, 40.

⁵⁸ E. TERRY, "Artikel 80 WHPC", in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.; L. CORNELIS en P. GOETHALS, "Contractuele aspecten van e-commerce", in *Tendenzen in het bedrijfsrecht. De elektronische handel*, Brussel / Antwerpen, Bruylant/Kluwer, 1999, 17; G. STRAETMANS, "De vernieuwde wet op de handelspraktijken. Een eerste analyse", *RW* 1999-2000, 700.

⁵⁹ H.v.J. 16 december 2008, zaak C- 205/07, *Lodewijk Ghysbrechts – Santurel Inter BVBA*. Zie : <http://europa.curia.eu>.

bedenktermijn een kredietkaartnummer ten titel van garantie te vragen. In dergelijke interpretatie zou het verbod disproportioneel zijn aan het beoogde doel, met name de bescherming van de consument. Maar op zich genomen, strijdt het verbod betaling te eisen binnen de bedenktermijn niet met het Europees recht. Niettemin heeft de Belgische wetgever ervoor geopteerd om het verbod om binnen de herroepingstermijn betaling te eisen volledig te schrappen. Dit impliceert dat met de Wet Marktpraktijken de bescherming van de consument op dit punt, althans in theorie, aanzienlijk wordt gereduceerd, nu de onderneming kan eisen dat de betaling geschiedt voor zij het goed aan de consument toestuur. De Wet Marktpraktijken anticipeert hier op het Voorstel van Richtlijn betreffende Consumentenrechten dat bepaalt dat lidstaten de betaling binnen de bedenktermijn niet mogen verbieden (art. 12.4)⁶⁰.

Afdeling III. Ontbinding bij laattijdige uitvoering

Een laatste vermeldenswaardige wijziging aangaande overeenkomsten op afstand betreft de hypothese waarin de onderneming de bestelling niet tijdig uitvoert (dit is niet binnen de 30 dagen of de overeengekomen termijn). Onder de Wet Handelspraktijken werd de overeenkomst in dergelijk geval van rechtswege ontbonden. Artikel 48 §1 WMPC biedt de consument het recht om de overeenkomst door middel van een eenvoudige kennisgeving te ontbinden. De keuze is aldus aan de consument. De ontbinding is overigens niet mogelijk indien de goederen door de onderneming reeds werden verzonden of de onderneming reeds een aanvang heeft gemaakt met het verstrekken van de dienst.

Afdeling IV. Verbod default-opties

Tot slot willen wij hier melding maken van artikel 44 WMPC. Hoewel deze regel niet vervat ligt in de afdeling betreffende overeenkomsten op afstand, bespreken we de regel hier omdat het erin geformuleerde verbod enkel geldt bij overeenkomsten op afstand. Meer concreet verbiedt artikel 44 WMPC bij het sluiten van een overeenkomst op Internet gebruik te maken van de mogelijkheid van default-opties die de consument moet afwijzen om elke betaling voor één of meer bijkomende producten te vermijden. Men kan hierbij bijvoorbeeld denken aan de hypothese waarin men een reis boekt en vooraf reeds zou zijn aangevinkt dat men een annulatieverzekering wenst te sluiten. Deze praktijk strijdt met artikel 44 WMPC omdat de consument “het vogeltje” moet wegvinken om te vermijden dat hij moet betalen voor de annulatieverzekering.

Hoofdstuk VI. Verkopen buiten de onderneming

Wat overeenkomsten gesloten buiten de lokalen van de onderneming betreft, lijkt de Wet Marktpraktijken op het eerste zicht geen belangrijke wijzigingen te bevatten. De bescherming van de consument wordt nog steeds gerealiseerd door de toekenning van een herroepingsrecht en de verplichting om op straffe van nietigheid een geschreven overeenkomst te gebruiken, waarin op straffe van nietigheid in vette letters, in een kader los van de tekst, op de eerste bladzijde melding wordt gemaakt van het herroepingsrecht waarover de consument beschikt. Vermeldenswaard is in ieder geval dat voor overeenkomsten gesloten buiten de lokalen van de onderneming, de bedenktermijn niet heeft verlengd. Deze bedraagt nog steeds 7 werkdagen, te rekenen vanaf de dag die volgt op het sluiten van de overeenkomst. Bovendien blijft het bij overeenkomsten gesloten buiten de lokalen van de onderneming in beginsel

⁶⁰ R. STEENNOT, C. BIQUET-MATHIEU en J. LOLY, “Het herroepingsrecht: het voorstel van Richtlijn betreffende consumentenrechten en haar impact op de Belgische wetgeving”, *DCCR 2010*, afl. 84-85, 111.

verboden om binnen de bedektermijn een betaling of voorschot te aanvaarden. De regeling onderscheidt zich dus van deze die geldt bij overeenkomsten op afstand.

De belangrijkste wijziging zou wel eens betrekking kunnen hebben op het toepassingsgebied van de regeling. Artikel 58 §1 WMPC bepaalt, net als artikel 86 WHPC dat deed, dat er sprake is van een verkoop buiten de lokalen van de onderneming indien een overeenkomst wordt gesloten bij de consument thuis, op zijn werkplaats, ten huize van de consument⁶¹, tijdens een door of voor de onderneming buiten haar verkooppriimte georganiseerde excursie en op een beurs of salon, dit laatste voor zover het bedrag 200 euro overschrijdt en niet contant wordt betaald. Men kan zich uiteraard nog andere gevallen indenken waarin de verkoop geschiedt buiten de lokalen van de onderneming en de consument kan worden verrast of overrompeld. Dit is bijvoorbeeld het geval indien de overeenkomst op straat of in een station wordt gesloten. Waar het mogelijk was om onder de Wet Handelspraktijken te argumenteren dat de in artikel 86 WHPC gegeven opsomming slechts indicatief was en de in de wet voorziene bescherming dus ook gold voor verkopen op straat⁶², lijkt dit niet mogelijk onder artikel 58 §1 WMPC. Artikel 58 §2 WMPC voorziet immers expliciet in de mogelijkheid om bij K.B. de toepassing van de regelen betreffende verkopen buiten de onderneming uit te breiden tot verkopen op andere plaatsen. Hier moet men uit afleiden dat zolang dergelijk K.B. niet wordt genomen de bescherming beperkt is tot de in artikel 58 §1 WMPC bepaalde gevallen.

Hoofdstuk VII. Onrechtmatige bedingen

De bepalingen betreffende onrechtmatige bedingen blijven grotendeels ongewijzigd⁶³. De toetsing van een beding geschiedt onder de Wet Marktpraktijken nog steeds aan de hand van een zwarte lijst van bedingen die onder alle omstandigheden verboden zijn en een algemene toetsingsnorm die bedingen verbiedt die een kennelijk onevenwicht creëren tussen de rechten en plichten van de partijen. In wat volgt, besteden we aandacht aan de wijzigingen die de Wet Marktpraktijken aanbrengt aan de regelen betreffende onrechtmatige bedingen.

Afdeling I. Zwarte lijst

De zwarte lijst bevat 33 verboden bedingen. De belangrijkste wijzigingen betreffen de (on)mogelijkheid voor de onderneming om zich het recht voor te behouden eenzijdig de prijs te verhogen en de voorwaarden van de overeenkomst ten nadele van de consument eenzijdig te wijzigen op basis van elementen die enkel afhangen van haar wil, en het verbod de bewijslast om te keren. Daarnaast besteden we aandacht aan bevoegdheidsbedingen en bedingen betreffende de stilzwijgende verlenging van contracten van bepaalde duur.

§ 1 Prijsverhogingen en wijzigingen van de contractvoorwaarden

Wat de eenzijdige verhoging van de prijs en eenzijdige wijziging van de voorwaarden ten nadele van de consument betreft op grond van elementen die enkel afhangen van de wil van de onderneming, moet men een onderscheid maken tussen overeenkomsten van bepaalde duur en overeenkomsten van onbepaalde duur. Gaat het om een overeenkomst van onbepaalde duur, dan kan de onderneming zich het recht voorbehouden om de prijs eenzijdig te verhogen of de contractvoorwaarden ten nadele van de consument eenzijdig te wijzigen, voor zover zij

⁶¹ De in de wet vervatte bescherming geldt echter niet in deze drie hypothesen indien de consument de ondernemer vooraf en uitdrukkelijk heeft verzocht om bij hem langs te komen met de bedoeling te onderhandelen over het sluiten van een overeenkomst (art. 59 WMPC).

⁶² Zie: Rb. Turnhout 18 oktober 2010, *NjW* 2011, 190 (in casu ging het over de verkoop door een energieleverancier op de parking van een grootwarenhuis).

⁶³ Zie voor een commentaar per beding: R. STEENNOT, in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

1) de consument voorafgaand op de hoogte brengt en 2) de consument beschikt over een redelijke termijn om de overeenkomst te beëindigen. De beëindiging moet plaats kunnen vinden vooraleer de nieuwe prijs of de nieuwe voorwaarden van kracht worden en moet kosteloos en zonder schadevergoeding kunnen gebeuren (art. 74, 2° WMPC). Gaat het om een overeenkomst van bepaalde duur dan kan de onderneming zich niet het recht voorbehouden om de prijs eenzijdig te verhogen of de contractvoorwaarden te nadele van de consument te wijzigen op basis van elementen die enkel afhangen van haar wil (art. 74, 3° WMPC). Bij overeenkomsten van bepaalde duur kan de onderneming derhalve niet volstaan met het geven van een kosteloos opzegrecht.

Op deze basisregeling bestaan twee uitzonderingen: 1) deze regelen verzetten zich niet tegen bedingen van prijsindexering voor zover deze niet onwettig zijn en de wijze waarop de prijzen worden aangepast expliciet is beschreven in de overeenkomst; 2) deze regelen verzetten zich evenmin tegen bedingen waarbij een onderneming van financiële diensten zich het recht voorbehoudt de door of aan de consument te betalen rentevoet te wijzigen, zonder enige opzegtermijn in geval van geldige reden, mits de onderneming verplicht wordt dit ter kennis te brengen van de consument en de consument vrij is de overeenkomst onmiddellijk op te zeggen. In geval van een geldige reden is het niet noodzakelijk de consument op de hoogte te brengen voor de nieuwe rentevoet van kracht wordt. In tegenstelling tot de Wet Handelspraktijken bevat de Wet Marktpraktijken geen afwijkende regeling voor het tarief van financiële diensten. De wijziging van het tarief is aldus onderworpen aan de basisregeling.

Een bijzondere vraag die in dit kader rijst, is of een onderneming die een overeenkomst van bepaalde duur heeft gesloten waarin een beding van stilzwijgende verlenging ligt vervat, zich het recht kan voorbehouden om bij de stilzwijgende verlenging van de overeenkomst de prijs eenzijdig te verhogen op basis van elementen die uitsluitend van haar wil afhankelijk zijn. De Wet Marktpraktijken en het verbintenissenrecht verzetten zich tegen dergelijk beding⁶⁴. Indien de onderneming een essentieel element, als de prijs, wenst te wijzigen, dan moet zij een geheel nieuwe overeenkomst sluiten, hetgeen niet stilzwijgend kan geschieden. De vaststelling dat de consument het recht verwerft om de overeenkomst kosteloos te beëindigen naar aanleiding van de prijsverhoging doet niet ter zake. De mogelijkheid tot beëindiging is enkel relevant bij overeenkomsten van onbepaalde duur.

§ 2 Bewijslast

Wat het bewijs betreft, beperkte de Wet Handelspraktijken zich tot een verbod om contractueel de bewijsmiddelen waarover de consument beschikte te beperken of bepaalde bewijsmiddelen uit te sluiten. Artikel 74, 21° WMPC herhaalt deze regel maar verbiedt tevens bedingen die de bewijslast, die bij toepassing van het gemeen recht op de onderneming rust, op de consument te plaatsen. Deze regelt zorgt voor een aanzienlijke uitbreiding van de bescherming van de consument. Onder de Wet Handelspraktijken was het immers maar mogelijk om de omkering van de bewijslast aan te pakken op grond van de algemene toetsingsnorm, hetgeen impliceerde dat het bestaan van een kennelijk onevenwicht diende te worden bewezen⁶⁵.

§ 3 Bevoegdheidsbedingen

Op het eerste zicht lijkt artikel 74, 23° WMPC een getrouwe weergave van artikel 32, 20° WHPC. Nochtans is de inhoud niet langer dezelfde, aangezien het beding vroeger bedingen verbood die de *eiser* toelieten een vordering voor een ander gerecht in te leiden dan hetwelke

⁶⁴ Zie ook: COB (Commissie Onrechtmatige Bedingen) 30 maart 2001, Advies inzake de algemene voorwaarden in overeenkomsten tussen energieleveranciers en consumenten, 38-39.

⁶⁵ Voor een toepassing: Cass. 12 oktober 2007, <http://www.cass.be> (betreffende verzekeringsovereenkomst en bewijs van alcoholintoxicatie).

is aangewezen in artikel 624, 1, 2 en 4° Ger.W. De tekst van artikel 74, 23° WMPC verbiedt enkel bedingen die *ondernemingen* toestaan hun vorderingen op de consument voor een andere rechter in te leiden dan deze die is aangewezen in artikel 624, 1, 2 en 4° Ger.W. Op grond van artikel 74, 23° WMPC kan men dus niet optreden tegen bedingen die bepalen dat de *consument* zijn vordering enkel voor bepaalde rechtbanken kan brengen.

Rekening moet evenwel nog steeds gehouden worden met de rechtspraak van het Hof van Justitie, die vereist dat de rechter ambtshalve nagaat of de omstandigheden niet met zich meebrengen dat de consument zich ingevolge een exclusief territoriaal bevoegdheidsbeding niet of moeilijk kan verdedigen. Dit zal het geval zijn indien de aangewezen rechtbank ver verwijderd is van de woonplaats van de consument en het geschil een beperkt bedrag betreft⁶⁶. Immers, in dergelijk geval zouden de omstandigheden tot gevolg kunnen hebben dat de consument, die zich bijvoorbeeld zelf verdedigt, afziet van de verschijning voor de rechtbank en meteen ook van het instellen van een vordering.

§ 4 Stilzwijgende verlening van overeenkomsten van bepaalde duur

Contracten die voor onbepaalde duur worden gesloten, kunnen door een consument steeds worden opgezegd middels het in acht nemen van de in het contract voorziene redelijke opzegtermijn (zie artikel 74, 18° WMPC). Om te vermijden dat contracten steeds door een consument worden opgezegd, bevatten zij vaak bedingen van stilzwijgende verlenging, die inhouden dat de overeenkomst na het verstrijken van de in het contract voorziene duurtijd worden verlengd. Bij toepassing van het gemeen recht zou de consument dan verbonden zijn voor een nieuwe periode. Verschillende regelen in de Wet Marktpraktijken moeten de consument beschermen tegen het gebruik van bedingen van stilzwijgende verlenging. Geen van deze bepalingen verbiedt evenwel het gebruik van bedingen van stilzwijgende verlenging van de overeenkomst van bepaalde duur.

De basisregel ligt vervat in artikel 82 WMPC, waarvan de toepassing evenwel beperkt is tot dienstenovereenkomsten⁶⁷. Deze bepaling beschermt de consument vooreerst door te voorzien in een informatieverplichting. De consument moet op de eerste bladzijde van de overeenkomst, in een kader los van de tekst en in vette letters gewezen worden op het bestaan van het beding van stilzwijgende verlenging en op de uiterste datum om zich tegen een dergelijke verlenging te verzetten. Vervolgens bepaalt artikel 82 WMPC dat de consument, nadat de overeenkomst stilzwijgend is verlengd, steeds het recht heeft om de overeenkomst kosteloos te beëindigen mits inachtneming van de in het contract voorziene opzeggingstermijn, die evenwel niet meer dan twee maanden – de Wet Handelspraktijken voorzag in een termijn van één maand - mag bedragen. Ook over dit recht moet de consument op de eerste bladzijde geïnformeerd worden.

De regelen inzake onrechtmatige bedingen bevatten enkele bijkomende verbodsbepalingen. Artikel 74, 19° WMPC bepaalt dat het verboden is de overeenkomst van bepaalde duur voor de opeenvolgende levering van goederen voor een onredelijke termijn te verlengen, indien de consument niet tijdig opzegt. Deze regel betreft enkel lichamelijke roerende goederen en geen diensten. Dit is geheel logisch nu de dienstenovereenkomst na haar stilzwijgende verlenging, sowieso zonder kosten kan worden beëindigd bij toepassing van artikel 82 WMPC. Artikel 74, 20° WMPC geldt daarentegen voor alle producten, i.e. met inbegrip van diensten en verbiedt bedingen die ertoe strekken een overeenkomst van bepaalde duur automatisch te verlengen bij het ontbreken van een tegengestelde kennisgeving van de consument, terwijl een al te ver van het einde van de overeenkomst verwijderde datum is vastgesteld als uiterste

⁶⁶ H.v.J. 27 juni 2000, *Oceano Grupo Quintero en R. Murciano Quintero*, zaken nrs. C-240/98 tot C-244/98, *Jur.H.v.J.* 2000, I-4941; H.v.J. 9 november 2010, zaak C-137/08, *Pénzügyi Lízing*, <http://europa.eu.int>.

⁶⁷ De regel geldt echter niet voor verzekeringsovereenkomsten die onder de toepassing van de wet op de landverzekeringen vallen. Voor goederen geldt het gemeen recht.

datum voor de kennisgeving van de wil van de consument om de overeenkomst niet te verlengen.

Afdeling II. De algemene toetsingsnorm

Artikel 75 WMPC verbiedt onrechtmatige bedingen. Een onrechtmatig beding wordt in artikel 2, 28° WMPC gedefinieerd als een beding of een voorwaarde die alleen of in samenhang met één of meer andere bedingen of voorwaarden een kennelijk onevenwicht schept tussen de rechten en plichten van de partijen, dit ten nadele van de consument. Het vereiste dat het onevenwicht moet bestaan te nadele van de consument is nieuw, maar zal in de praktijk weinig of niets toevoegen aangezien bedingen die in het voordeel van de consument een kennelijk onevenwicht creëren niet (of nauwelijks) voorkomen.

Artikel 73 WMPC bepaalt waarmee rekening gehouden moet worden bij de beoordeling van het al dan niet rechtmatig karakter van een beding. Het betreft nog steeds, de omstandigheden rond het sluiten van de overeenkomst, andere bedingen in de overeenkomst alsook bedingen in een overeenkomst waarvan de overeenkomst waarin het te toetsen beding vervat ligt, afhankelijk is. Verder, en dit is nieuw in de wet, moet ook rekening worden gehouden met de duidelijkheid en de begrijpelijkheid van het beding. Dit vereiste ligt vervat in artikel 40 §1 WMPC.

Artikel 31 §4 WHPC bepaalde tevens dat in geval van twijfel over de betekenis van een beding de voor de consument meest gunstige interpretatie dient te worden toegepast. Deze regel vindt men in de Wet Marktpraktijken niet meer terug in de bepalingen betreffende onrechtmatige bedingen, doch in artikel 40 §2 WMPC dat deel uitmaakt van de algemene bepalingen van het hoofdstuk “overeenkomsten met consumenten”.

Afdeling III. Sanctie

De sanctie is ook onder de Wet Marktpraktijken de nietigheid van het onrechtmatige beding (art. 75 WMPC). Wij benadrukken nogmaals dat deze nietigheid ambtshalve door de rechter moet worden opgeworpen ingevolge de rechtspraak van het Hof van Justitie⁶⁸.

Hoofdstuk VIII. Onerlijke handelspraktijken jegens consumenten

De bepalingen betreffende oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten, die moeten worden toegepast telkens wanneer een handelspraktijk gericht is op een consument, werden inhoudelijk niet gewijzigd. Tekstueel werden een aantal wijzigingen aangebracht, maar op inhoudelijk vlak hebben zij geen of slechts een beperkte impact. Zo stelt men vast dat twee verboden praktijken werden toegevoegd, één aan de zwarte lijst van misleidende handelspraktijken (art. 91, 14° WMPC) en één aan de zwarte lijst van agressieve handelspraktijken (art. 94, 6° WMPC). Deze praktijken – het betreft enerzijds het verbod om een piramidesysteem op te zetten, te beheren of te promoten waarbij de consument tegen betaling kans maakt op een vergoeding die eerder voortkomt uit het aanbrenge van nieuwe consumenten dan uit de verkoop of het verbruik van producten en anderzijds het verbod om betaling te vragen of terugzending of bewaring van producten die de onderneming heeft geleverd maar waar de consument niet heeft om gevraagd – lagen ook reeds vervat in de Wet Handelspraktijken. Wat het verbod op afgedwongen aankopen betreft, stelt men vast dat de

⁶⁸ Zie o.m.: H.v.J. 27 juni 2000, *Oceano Grupo Quintero en R. Murciano Quintero*, zaken nrs. C-240/98 tot C-244/98, *Jur.H.v.J.* 2000, I-4941; H.v.J. 9 november 2010, zaak C-137/08, *Pénzügyi Lízing*, <http://europa.eu.int>.

wet nu uitdrukkelijk verbiedt⁶⁹ dat men van de consument vraagt het goed te bewaren, doch ook onder artikel 76 WHPC werd de wet reeds op deze wijze geïnterpreteerd⁷⁰.

Wat het algemene verbod op misleidende en agressieve handelspraktijken betreft, heeft de wetgever geëxpliciteerd dat de misleiding moet bestaan in hoofde van de gemiddelde consument. Het gaat hier slechts om een verduidelijking aangezien ook bij toepassing van de Wet Handelspraktijken het criterium van de gemiddelde consument diende te worden gehanteerd. Dit vloeide voort uit de verplichting tot richtlijnconforme interpretatie⁷¹.

Hoofdstuk IX. Oneerlijke marktpraktijken jegens niet-consumenten

Deze regelen betreffen marktpraktijken gericht op niet-consumenten. Artikel 95 WMPC herhaalt het vroegere verbod van oneerlijke handelspraktijken. Meer concreet verbiedt het met de eerlijke *marktpraktijken* strijdige daden waardoor de beroepsbelangen van één of meer ondernemingen kunnen worden geschaad. De vervanging van het begrip “handelspraktijken” door het begrip “marktpraktijken” verhindert niet dat de bestaande rechtspraak betreffende artikel 93 WHPC nog steeds kan worden toegepast.

Artikel 96 WMPC verbiedt misleidende reclame, afbrekende reclame, alsook reclame die het zonder gerechtvaardigde reden mogelijk maakt één of meer andere ondernemingen te identificeren. Hoewel het verbod op misleidende reclame anders is geformuleerd, zijn er inhoudelijk weinig verschillen. Ook onder de Wet Handelspraktijken werd immers al aanvaard dat er slechts sprake kan zijn van verboden misleidende reclame indien de misleiding van aard is dat zij de aankoopbeslissing van de gemiddelde onderneming kan beïnvloeden.

Ook de artikelen 97, 98 en 99 WMPC herhalen regelen die onder de toepassing van de Wet Handelspraktijken reeds bestonden. Het betreft onder meer het verbod van afgedwongen aankopen en het verbod om piramidesystemen op te zetten, te beheren of promoten, waarbij een onderneming tegen betaling kans maakt op een vergoeding die eerder voortkomt uit het aanbrenge van nieuwe ondernemingen in het systeem dan uit de verkoop of het verbruik van producten.

Hoofdstuk X. Verkoop met verlies

Afdeling I. Toepassingsgebied

Artikel 101, § 1 WMPC herneemt het principiële verbod om goederen met verlies te verkopen van art. 40, lid 1 WHPC. Het verbod richt zich voortaan echter niet alleen meer tot de handelaren in de zin van de artikelen 1 tot 3 van het Wetboek van Koophandel, maar geldt voor alle ondernemingen. Aanbiedingen of verkopen met verlies van diensten⁷², onroerende goederen of rechten blijven evenwel nog steeds uitgesloten van het verbod⁷³.

Afdeling II. Het eigenlijke verbod

⁶⁹ Artikel 76 WHPC verbood niet uitdrukkelijk dat de onderneming de consument zou vragen het goed te bewaren: J. STUYCK, “Agressieve Handelspraktijken”, in *Handelspraktijken anno 2008*, Mechelen, Kluwer, 2008, 105.

⁷⁰ E. BALLON, “Artikel 76 WHPC”, in *Artikelsgewijze Commentaar Handels- en Economisch Recht*, Kluwer, losbl.

⁷¹ R. STEENNOT m.m.v. S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen – Oxford, Intersentia, 2007, 78.

⁷² Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, 80.

⁷³ Laatstgenoemde handelingen kunnen in functie van de concrete omstandigheden nog worden verboden op grond van de algemene norm inzake oneerlijke marktpraktijken (art. 95 WMPC). In dat geval rust op de eiser een zwaardere bewijslast want hij zal moeten bewijzen dat de beroepsbelangen van een of meer andere ondernemingen worden of kunnen worden geschaad door de verkoop met verlies: R. STEENNOT m.m.v. S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen – Oxford, Intersentia, 2007, 167.

Een verkoop gebeurt met verlies wanneer de onderneming verkoopt aan een prijs die niet minstens gelijk is aan de prijs waaraan de onderneming het goed heeft gekocht of die de onderneming bij herbevoorrading moet betalen (art. 101, § 1, lid 2 WMPC). Dit veronderstelt een vergelijking van enerzijds de aankoop- of herbevoorradingprijs en anderzijds de verkoopprijs van een bepaald, individueel goed⁷⁴. Artikel 40, lid 3 WHPC verbodt naast de eigenlijke verkoop met verlies ook de verkoop die gebeurde met een uiterst beperkte winstmarge (de zgn. ‘gelijkgestelde verkoop met verlies’). Dit verbod wordt door de Wet Marktpraktijken niet hernomen.

Nieuw is de bepaling die stelt dat wanneer de goederen die worden verkocht een gezamenlijk aanbod uitmaken er slechts sprake is van een verkoop met verlies wanneer het gezamenlijk aanbod in zijn totaliteit moet beschouwd worden als een verkoop met verlies (art. 101, § 2 WMPC). Bij een gezamenlijk aanbod kan de winst op een hoofdaanbod dus gecompenseerd worden met een eventueel verlies op een nevenaanbod. In andere gevallen kan dat niet. Het toepassingsgebied van deze regel blijft overigens beperkt tot een gezamenlijk aanbod waarvan beiden componenten bestaan uit goederen.

Afdeling III. Uitzonderingen

In artikel 102, § 1 WMPC worden een aantal situaties genoemd, die niet onder het verbod om met verlies te verkopen ressorteren. Het betreft onder meer de verkoop tijdens een uitverkoop en de solden.

Innoverend is de uitzondering die toelaat goederen met verlies te verkopen indien de onderneming *ten gevolge van externe omstandigheden* redelijkerwijze niet meer kan verkopen tegen een prijs gelijk aan of hoger dan de aankoopprijs. Onder de Wet Handelspraktijken was de verkoop met verlies toegelaten voor goederen: a) die een speciaal aanbod vormden om aan voorbijgaande behoeften van de consument te voldoen en die niet onder normale voorwaarden konden worden verkocht zoals bijv. ijsschop, een kerstboom, edm. en b) waarvan de prijs aanzienlijk was gedaald door beschadiging, vermindering van de gebruiksmogelijkheden of een ingrijpende technische wijziging. Voorbijgaande, tijdelijke behoeften van de consument, net zoals een beschadiging, een vermindering van de gebruiksmogelijkheden of ingrijpende wijzigingen van de techniek vallen één voor één onder de noemer “*externe omstandigheden*” zodat de gevallen die onder de oude, niet hernomen bepalingen vielen, onder de nieuwe uitzondering zullen vallen. De draagwijdte van de nieuwe bepaling is echter ruimer en minder stringent dan de voormalige uitzonderingen. Immers, ook de stopzetting van de productie van bepaalde goederen of het op de markt komen van nieuwe aangepaste, al dan niet concurrerende goederen kan als een externe omstandigheid worden beschouwd, zodat de verkoop met verlies in die omstandigheden voortaan ook toegelaten zal zijn. Dit beantwoordt aan een in de praktijk reeds lang bestaande behoefte.

Een andere belangrijke uitzondering betreft de mogelijkheid voor een onderneming om goederen met verlies te verkopen waarvan de verkoopprijs om dwingende redenen van mededinging wordt afgestemd op de prijs die door de concurrentie voor hetzelfde of een concurrerend goed wordt gevraagd. Deze bepaling laat een onderneming toe om met verlies te verkopen inden de concurrentie *identieke of concurrerende* goederen tegen een lagere prijs kan verkopen. Onder de Wet Marktpraktijken is niet dus langer vereist dat het om exact dezelfde goederen gaat⁷⁵. Het is voldoende dat het concurrerende goederen zijn, i.e. goederen die bij de consument eenzelfde behoefte invullen als het door de onderneming verkochte

⁷⁴ J. STUYCK, “Handelspraktijken” in *Beginselen van het Belgische Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer – Story – Scientia, 2004, p. 360, nr. 405.

⁷⁵ Vgl. Voorz. Kh. Doornik 21 oktober 1992, *Jaarboek Handelspraktijken 1992*, 211; Voorz. Kh. Brussel 27 maart 1995, *Jaarboek Handelspraktijken 1995*, 224, noot A. PUTTEMANS

goed⁷⁶. Dit is een eerste versoepeling. Daarnaast mag de prijs voortaan worden afgestemd op de prijs die door *de concurrentie* wordt gevraagd. Het feit dat er sprake is van concurrentie, impliceert dat de onderneming in kwestie in een mededingingsverhouding⁷⁷ moet staan met de andere aanbieder. Omdat de wet voortaan niet langer spreekt over concurrenten, maar over de concurrentie, volstaat het dat het goed door één concurrent aan een lagere prijs wordt aangeboden. Onder gelding van de Wet Handelspraktijken werd in de rechtspraak reeds geoordeeld dat het voor een handelaar geoorloofd is om zijn prijs af te stemmen op deze van één concurrent, wanneer het de marktleider⁷⁸ of voornaamste concurrent⁷⁹ betreft. Tenslotte beslecht de wetgever de onder de Wet Handelspraktijken bestaande discussie omtrent de vraag of een onderneming deze uitzondering mag invoeren wanneer haar concurrent *met verlies* verkoopt⁸⁰, dan wel in dergelijk geval enkel een stakingsvordering tegen die praktijk mag richten⁸¹. Bij toepassing van de Wet Marktpraktijken, zo blijkt ook uit de voorbereidende werken, kan een onderneming, indien zij vermoedt dat haar concurrent aan een verlieslatende prijs verkoopt, naar eigen goeddunken een stakingsvordering instellen, dan wel een beroep kan doen op deze uitzondering⁸².

Hoofdstuk XI. Vordering tot staken

Wat de vordering tot staken betreft, moet men vandaag niet enkel rekening houden met de regelen die vervat liggen in de Wet Marktpraktijken, doch tevens met deze die men aantreft in de wet van 6 april 2010 m.b.t. de regeling van bepaalde procedures in het kader van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming (WPMPC).

Bij toepassing van artikel 2, lid 1 WPMPC is het nog steeds de Voorzitter van de rechtbank van koophandel die bevoegd is om het bestaan vast te stellen en de staking te bevelen van een zelfs onder het strafrecht vallende daad die een inbreuk uitmaakt op de bepalingen van de Wet Marktpraktijken. Ongewijzigd is verder de bevoegdheid van de Voorzitter van de rechtbank van koophandel om het bestaan vast te stellen en de staking te bevelen van elke inbreuk op een intellectueel eigendomsrecht, met uitzondering van het auteursrecht, de naburige rechten en het recht van producenten van databanken.

De stakingsvordering wordt ingesteld en behandeld zoals in kort geding (art. 118 WMPC). Artikel 100, lid 2 WHPC volgens dewelke de vordering tot staking ook bij verzoekschrift kon worden ingesteld, werd afgeschaft. Deze mogelijkheid werd in de praktijk overigens weinig gebruikt omdat zij te omslachtig was en heel wat procedurevragen opwierp⁸³.

⁷⁶ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, 81.

⁷⁷ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, 81.

⁷⁸ Voorz. Kh. Brussel 22 december 1999, *Jaarboek Handelspraktijken 1999*, 382.

⁷⁹ J. STUYCK, "Handelspraktijken" in *Beginselen van het Belgische Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer-Story, 2003, 364.

⁸⁰ A. PUTTEMANS, "LA réglementation de la vente à perte", *JT* 1991, 234 ; J. STUYCK, « Handelspraktijke », in *Beginselen van het Belgische Privaatrecht*, Mechelen, Kluwer – Story, 2003, 364; I. VEROUGSTRAETE en H. SWENNEN, "Kroniek van het Belgisch Economisch Recht", *S.E.W.* 1974, 497; Vz. Kh. Charleroi 11 februari 1975 *Bull. Handelsregl.* 1975, 72.

⁸¹ P. DE VROEDE, "Wet op Handelspraktijken. Overzicht van rechtspraak (1983 – 1988)" *TPR* 1989, 248; J.J. EVRARD en T. VAN INNIS, "Les pratiques du commerce. Chronique de Jurisprudence (1971-1977)" *JT* 1978, 24; Kh. Brussel 17 november 1972 *Bull. Handelsregl.* 1973, 31; Voorz. Kh. Turnhout 13 april 1984 *RW* 1984-85, 2016.

⁸² Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, 82.

⁸³ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 88; G. STRAETMANS en J. STUYCK, "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting", *RW* 2010-2011, 415.

Diverse ondernemingen, inzonderheid in de telecom- en energiesector, maken regelmatig gebruik van agenten bij het benaderen van de consument, aan huis of in het straatbeeld (bv. aan shopping centra) ten einde hun producten aan te bieden⁸⁴. Vaak is de consument niet op de hoogte van de identiteit van de agent. Onder de Wet Handelspraktijken kon volgens de rechtspraak de onderneming slechts in bepaalde gevallen⁸⁵ aangesproken worden voor de inbreuken op de wet door haar agenten begaan. Artikel 111 WMPC probeert deze situatie te verhelpen aan de hand van deze nieuwe aansprakelijkheidsgrond en bepaalt dat de vordering tot staking kan worden ingesteld tegen een onderneming voor handelspraktijken van haar agent gehanteerd buiten de lokalen van die agent, wanneer de agent zijn identiteit niet duidelijk kenbaar heeft gemaakt en zijn identiteit redelijkerwijze ook niet kon gekend zijn door diegene die de vordering tot staking instelt. In feite houdt deze regel een nieuwe aansprakelijkheidsgrond in. Het valt echter nog af te wachten hoe de rechtbanken deze bepaling zullen interpreteren⁸⁶. Er dient nog te worden opgemerkt dat wanneer de vordering tot staking wordt ingesteld tegen de agent, zij niet meer kan worden ingesteld tegen de principaal, vermits het beoogde doel dan bereikt wordt⁸⁷.

Artikel 112 WMPC biedt de Voorzitter van de rechtbank van koophandel de mogelijkheid om aan de overtreder een termijn toe te staan om aan de inbreuk een einde te maken, wanneer de aard van de inbreuk dit nodig maakt. Hij kan de opheffing van het stakingsbevel toestaan wanneer een einde werd gemaakt aan de inbreuk. Bepaalde inbreuken kunnen inderdaad moeilijk onmiddellijk worden stopgezet, zodat het betaamt om de stakingsrechter de mogelijkheid te geven een respijtermijn toe te kennen. In de rechtspraak gebeurt dit overigens regelmatig, zodat het hier eigenlijk enkel gaat om het vastleggen in de wet van een bestaande praktijk⁸⁸.

Artikel 116 WMPC komt inhoudelijk overeen met artikel 99 WHPC dat de publicatie en andere wijzen van openbaarmaking van het bevel tot staking betreft. Artikel 116, lid 3 WMPC is evenwel een nieuwe toevoeging. Volgens artikel 116, lid 3 WMPC stelt de Voorzitter het bedrag vast dat de partij aan wie een publicatiemaatregel werd toegekend en die de maatregel heeft uitgevoerd niettegenstaande het tijdige beroep tegen het vonnis werd ingesteld, verschuldigd zal zijn aan de partijen in wiens nadeel de publicatiemaatregel werd uitgesproken, indien deze in beroep ongedaan wordt gemaakt. Het (laten) publiceren van een bevel tot staking hangende hoger beroep wordt dus riskant onder de Wet Marktpraktijken⁸⁹. Het bedrag dat eventueel moet worden betaald, wordt door de Voorzitter van de rechtbank van koophandel vastgesteld en wordt gedetermineerd door de eigen aard van de zaak. De grootte van het bedrag dat de voorzitter van de rechtbank van koophandel vaststelt, is, conform de regels van het Gerechtelijk Wetboek, zelf vatbaar voor beroep⁹⁰.

Artikel 117 WMPC bepaalt dat de vordering tot staking niet meer kan worden ingesteld één jaar nadat de feiten waarop men zich beroept een einde hebben genomen. Deze bepaling is nieuw ten opzichte van de WHPC. De Memorie van Toelichting verduidelijkt dat er onder de WHPC, unanimitieit was dat geen bijzondere verjaringstermijnen gelden voor inbreuken op de Handelspraktijkenwet. Dit betekende dat zelfs jaren na de feiten nog steeds een vordering tot

⁸⁴ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 84 – 85.

⁸⁵ Zie: Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 85.

⁸⁶ G. STRAETMANS EN J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW 2010-2011*, 414.

⁸⁷ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 85.

⁸⁸ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 85 – 86.

⁸⁹ G. STRAETMANS EN J. STUYCK, “De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming – een onvoldoende stap in de goede richting”, *RW 2010-2011*, 415.

⁹⁰ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 87.

staking kon worden ingesteld, bijvoorbeeld bij wijze van tegenvordering wanneer men zelf wordt aangesproken. De rechtspraak ging er immers van uit dat, zolang herhaling niet objectief is uitgesloten, de vordering tot staking mogelijk blijft. Het is evenwel in de eerste plaats de bedoeling van de vordering tot staking om zo snel mogelijk een einde te stellen aan praktijken die zich op dat ogenblik op de markt voordoen. Het instellen van een vordering tot staking meer dan één jaar nadat de feiten waarop men zich beroept, zich hebben voorgedaan, beantwoordt niet aan het doel van een vordering tot staking. In die omstandigheden wordt het vaak aangewend voor andere redenen dan een einde te stellen aan een bestaande praktijk⁹¹.

Besluit

De Wet Marktpraktijken innoveert, maar niet voldoende! De wetgever heeft niet de moed gehad om met een aantal problemen definitief af te rekenen, wellicht onder druk van belangenverenigingen. Zo stelt men vast dat de uitsluiting van de beoefenaren van vrije beroepen, tandartsen en kinesisten heeft geleid tot een ingebrekestelling van de Europese Commissie en een arrest van het Grondwettelijk Hof waarin een schending van het gelijkheidsbeginsel werd vastgesteld. Ook het behoud van tal van regelen betreffende de aankondiging van prijsverminderingen, solden, uitverkopen, ... heeft reeds voor grote problemen gezorgd. Bovendien werd België ook hier in gebreke gesteld door de Europese Commissie. In ieder geval zal het Hof van Justitie zich moeten uitspreken over de verenigbaarheid van het verbod om in de sperperiode prijsverminderingen aan te kondigen, gelet op de prejudiciële vragen die werden gesteld. Besluit, de wet is één jaar oud, maar we weten nu al dat er substantiële wijzigingen noodzakelijk zijn !

⁹¹ Memorie van Toelichting, *Parl. St. Kamer*, Doc. 52, 2340/001, p. 87 – 88.

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.