

SENAT DE BELGIQUE**SESSION DE 1990-1991**

16 MAI 1991

Projet de loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur

**AMENDEMENTS
DE MM. HATRY ET BOEL**

Art. 5

Supprimer le deuxième alinéa de cet article.

Justification

L'interdiction de présenter une réduction de prix comme équivalent à une offre gratuite de quantité est totalement injustifiée. Pour autant que la réduction de prix soit correctement indiquée, c'est-à-dire dans le respect de l'article 5 de la loi en projet, l'information complémentaire expliquant que cette réduction équivaut à l'obtention gratuite d'une quantité de produit ou d'une partie du service, n'est pas un sophisme et ne saurait porter atteinte aux intérêts des consommateurs dès lors qu'elle respecte l'article 23 du projet interdisant la publicité trompeuse.

R. A 13314*Voir :***Documents du Sénat :****1200 (1990-1991) :**

N° 1 : Projet amendé par la Chambre des Représentants.

N° 2 : Rapport.

BELGISCHE SENAAT**ZITTING 1990-1991**

16 MEI 1991

Ontwerp van wet betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument

**AMENDEMENTEN
VAN DE HEREN HATRY EN BOEL**

Art. 5

Het tweede lid van dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

Het verbod een prijsvermindering voor te stellen als een gratis aanbod van een hoeveelheid is helemaal niet verantwoord. Indien de prijsvermindering correct wordt aangeduid, dit wil zeggen als het voldoet aan de voorwaarden van artikel 5 van het ontwerp, is de bijkomende informatie dat deze vermindering neerkomt op het gratis verkrijgen van een hoeveelheid van het produkt of een gedeelte van de dienst, geen sofisme en worden de belangen van de verbruikers niet geschaad, op voorwaarde dat ze in overeenstemming is met artikel 23 van het ontwerp dat misleidende reclame verbiedt.

R. A 13314*Zie :***Gedr. St. van de Senaat :****1200 (1990-1991) :**

N° 1 : Ontwerp geamendeerd door de Kamer van Volksvertegenwoordigers.

N° 2 : Verslag.

Par exemple:

Mention légale obligatoire: 3 bouteilles pour 200 francs (1 bouteille = 100 francs).

Clarification complémentaire de l'offre:

« Soit 3 bouteilles pour le prix de 2 »;

« Soit 2 bouteilles + 1 gratuite ».

Si la disposition considérée était adoptée, il semble que la seconde clarification de l'offre serait interdite à l'avenir.

Au demeurant, le deuxième alinéa de l'article 5 serait de nature à interdire une pratique promotionnelle usuelle consistant pour le fabricant à offrir au consommateur une quantité de produits à titre gratuit dans un conditionnement unique (mention 200 ml ou 20 p.c. gratuit sur l'emballage). En apposant cette mention, le fabricant se limite à un message publicitaire qui ne peut être critiqué, dans la mesure où la promesse annoncée sur l'emballage correspond à la réalité au point de vente au détail.

Il va de soi que les fabricants qui utilisent ce type de promotion doivent veiller à ce que le distributeur soit mis en état de respecter effectivement l'avantage offert. Au point de vente au détail, une offre comportant une indication du prix et de la quantité sera formulée.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 28

Supprimer cet article.

Justification

L'article projeté revient en fait à donner à l'Exécutif un blanc-seing pour limiter, voire interdire la publicité pour certains produits ou services. Il constitue l'exemple type de l'abandon de pouvoirs par le Parlement au profit de l'Exécutif. Par ailleurs, la disposition considérée a une portée à ce point générale, qu'elle dépasse largement l'objet de la loi projetée; d'où le risque d'empiéter sur les compétences d'autres départements ministériels. En effet, les pouvoirs accordés au Roi concernent également la sécurité et l'environnement. Ceci étant, le pouvoir d'interdire la publicité pour certains produits ou services doit relever de la compétence du Parlement; à défaut, on court le risque de décisions arbitraires. Il en est de même en ce qui concerne la possibilité pour le Roi de déterminer les mentions minimales de la publicité. Le fait de vouloir imposer de la sorte un contenu à la publicité est contraire aux principes de la liberté d'expression.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Bijvoorbeeld:

Wettelijke verplichte vermelding: 3 flessen voor 200 frank (1 fles = 100 frank).

Bijkomende verduidelijking van het aanbod:

« Dit wil zeggen 3 flessen voor de prijs van 2 »;

« Dit wil zeggen 2 flessen + 1 gratis ».

Als de bedoelde bepaling wordt goedgekeurd, zal de tweede verduidelijking in de toekomst verboden zijn.

Het tweede lid van artikel 5 zou bovendien een gebruikelijke promotietechniek verbieden die erin bestaat dat de producent de consument een hoeveelheid van het produkt gratis aanbiedt in één enkele verpakking (bijvoorbeeld de vermelding 200 ml of 20 pct. gratis op de verpakking). Het aanbrengen van deze vermelding is enkel een reclameboodschap die niet bekritiseerd kan worden indien de belofte op de verpakking aan de werkelijkheid beantwoordt op het verkooppunt in de detailhandel.

Het spreekt vanzelf dat de producenten die gebruik maken van dergelijke promotiemethoden erop moeten toezien dat de verkooper de mogelijkheden heeft om het aangeboden voordeel ook werkelijk te kunnen verschaffen. Op het verkooppunt in de detailhandel zal het aanbod geformuleerd worden met vermelding van de prijs en van de hoeveelheid.

*
* *

Art. 28

Dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

Dit artikel van het ontwerp geeft de uitvoerende macht in feite de vrije hand om reclame voor bepaalde produkten of diensten te beperken of zelfs te verbieden. Het is een typisch voorbeeld van de wijze waarop het Parlement afstand doet van bevoegdheden ten voordele van de uitvoerende macht. De strekking van deze bepaling is overigens zo algemeen dat ze de doelstellingen van dit ontwerp ruimschoots voorbijschiet; zo loopt men het gevaar zich de bevoegdheden van andere ministeriële departementen toe te eigenen. De aan de Koning toegekende bevoegdheden hebben immers eveneens betrekking op de veiligheid en het leefmilieu. De bevoegdheid om reclame voor sommige produkten of diensten te verbieden moet aan het Parlement blijven toebehoren; is dit niet zo, dan bestaat er een gevaar voor willekeurige beslissingen. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid die aan de Koning gegeven wordt om de minimale vermeldingen van de reclame vast te stellen. Aldus een verplichte inhoud aan de reclame willen geven is strijdig met de beginselen van de vrije meningsuiting.

*
* *

Art. 29

A. Au § 4 de cet article, insérer le texte suivant après la première phrase :

« Les différents groupes socio-économiques, membres du Conseil de la Consommation, y sont représentés de manière paritaire. »

B. Au même § 4, compléter la seconde phrase par le texte suivant :

« et au moins deux représentants du Jury d'éthique publicitaire. »

C. Ajouter un § 5, libellé comme suit :

« Un secrétariat permanent est institué au sein du Conseil de la Consommation à cette fin. »

Justification

Compte tenu des nouvelles tâches qui sont confiées au Conseil de la Consommation, dans le domaine de la publicité et de l'étiquetage, il y a lieu de veiller à ce qu'une représentation paritaire des différents groupes socio-économiques, membres du Conseil de la Consommation, soit garantie au sein de la Commission à mettre en place. Force est de constater que cet équilibre entre les intérêts des consommateurs et ceux des professionnels fait totalement défaut dans la composition actuelle du Conseil de la Consommation. En effet, la représentation des professionnels est totalement minoritaire. Par ailleurs, la Commission à mettre en place devrait compter, parmi ses membres, deux représentants du Jury d'éthique publicitaire dont chacun reconnaît l'expérience et le know-how dans les matières à traiter par la Commission considérée.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 33

A. Compléter le § 1^{er} de cet article par les mots « et à l'article 32 ».

B. Supprimer le § 2 de cet article.

Justification

L'article 32 de la loi projetée qualifie « in abstracto » d'abusives un certain nombre de clauses contractuelles. Le § 2 de l'article 33 ne laisse en la matière aucune marge d'appréciation au juge. Or, le caractère abusif ou non d'une clause doit être apprécié au cas par cas par le juge, eu égard au contexte contractuel. Le libellé modifié du § 1^{er} de l'article 33 ainsi que la suppression du § 2 de cet article

Art. 29

A. In § 4, tussen de eerste en de tweede volzin, in te voegen de volgende zin :

« De onderscheiden sociaal-economische groepen die lid zijn van de Raad voor het Verbruik, zijn er paritair in vertegenwoordigd. »

B. In § 4, de tweede volzin aan te vullen als volgt :

« en ten minste twee vertegenwoordigers van de Jury voor eerlijke praktijken inzake reclame. »

C. Een § 5 toe te voegen, luidende :

« Te dien einde wordt bij de Raad voor het Verbruik een vast secretariaat ingesteld. »

Verantwoording

Gelet op de nieuwe taken die worden opgedragen aan de Raad voor het Verbruik wat betreft reclame en etikettering, moet worden toegezien op een paritaire vertegenwoordiging van de onderscheiden sociaal-economische groepen, leden van de Raad voor het Verbruik, binnen de in te stellen Commissie. Er dient te worden vastgesteld dat het evenwicht tussen de belangen van de consumenten en die van de beroepsverenigingen totaal ontbreekt bij de huidige samenstelling van de Raad voor het Verbruik. De vertegenwoordiging van de beroepsverenigingen is volledig in de minderheid. De in te stellen Commissie zou onder haar leden trouwens twee vertegenwoordigers moeten tellen van de Jury voor eerlijke praktijken inzake reclame waarvan iedereen de ervaring en de know-how kent inzake de aangelegenheden die door die Commissie moeten worden behandeld.

*
* *

Art. 33

A. In § 1 na de woorden « bij artikel 30 » in te voegen de woorden « en artikel 32 ».

B. Paragraaf 2 van dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

In artikel 32 van het ontwerp worden een aantal contractuele bedingen « in abstracto » als onrechtmatig bestempeld. Paragraaf 2 van artikel 33 staat aan de rechter geen enkele beoordelingsmarge hierover toe. Het onrechtmatig karakter van een beding moet echter geval per geval door de rechter beoordeeld worden, rekening houdend met de contractuele context. Door

visent à permettre au magistrat d'apprécier, *in concreto*, le caractère abusif ou non d'une clause.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 35

Remplacer le § 1^{er} de cet article par ce qui suit :

« Une Commission des clauses abusives est instituée au sein du Conseil de la Consommation. Les différents groupes d'intérêt, membres du Conseil, y sont représentés de manière paritaire. Un secrétariat est institué au sein du Conseil de la Consommation à cette fin. »

Justification

Compte tenu des tâches qui sont confiées à la Commission des clauses abusives en vertu des articles 35 et 36 de la loi projetée, il y a lieu de veiller à ce que la représentation des différents groupes socio-économiques au sein de cette Commission soit paritaire.

Force est de constater que la composition actuelle du Conseil de la Consommation est loin de constituer un exemple de représentation équilibrée des intérêts des consommateurs et de ceux des professionnels; en effet, ces derniers sont minoritaires au sein du Conseil de la Consommation. Enfin, les nouvelles tâches qui sont confiées au Conseil de la Consommation en matière de clauses abusives (articles 35 et 36) et dans le domaine de la publicité (article 29) ne pourront être exécutées qu'à condition que le Conseil de la Consommation soit doté d'un secrétariat bien structuré et disposant d'un nombre suffisant de collaborateurs et ce, à l'instar d'autres organes consultatifs tel le Conseil central de l'économie.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 43

Remplacer le dernier alinéa du § 2 de cet article par ce qui suit :

« La durée de la vente qui doit être continue ne peut être inférieure à une journée entière de vente, sauf pour les produits visés à l'article 41, § 1^{er}, c). »

Justification

Il est déraisonnable de limiter à un mois la période pendant laquelle le prix réduit est applicable. Celui-ci doit pouvoir être pratiqué, s'il échet, jusqu'à épuisement du stock. Il convient d'en revenir au système original prévu par la loi du 14 juillet 1971 qui ne fixe aucune limite.

artikel 33, § 1, te wijzigen en § 2 van dit artikel te schrappen wordt aan de rechter de mogelijkheid gegeven om, *in concreto*, te oordelen of een beding al dan niet onrechtmatig is.

*
* *

Art. 35

Paragraaf 1 van dit artikel te doen luiden als volgt :

« Bij de Raad voor het Verbruik wordt een Commissie voor Onrechtmatige Bedingen ingesteld. In deze Commissie zijn de onderscheiden belangengroepen die lid zijn van de Raad, paritair vertegenwoordigd. Te dien einde wordt bij de Raad voor het Verbruik een secretariaat ingesteld. »

Verantwoording

Gelet op de taken die krachtens de artikelen 35 en 36 van het ontwerp aan de Commissie voor Onrechtmatige Bedingen worden opgedragen, moet men erop toezien dat de verschillende sociaal-economische groepen in deze Commissie paritair vertegenwoordigd zijn.

Er dient te worden vastgesteld dat het evenwicht tussen de belangen van de consumenten en die van de beroepsverenigingen totaal ontbreekt bij de huidige samenstelling van de Raad voor het Verbruik. De beroepsverenigingen vormen immers een minderheid binnen de Raad voor het Verbruik. De nieuwe taken die aan de Raad voor het Verbruik worden opgedragen inzake onrechtmatige bedingen (artikelen 35 en 36) en op het vlak van de reclame (artikel 29), zullen slechts vervuld kunnen worden indien de Raad voor het Verbruik beschikt over een goed gestructureerd secretariaat met een voldoende aantal medewerkers, naar het voorbeeld van andere adviesorganen zoals de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven.

*
* *

Art. 43

In § 2 van dit artikel het laatste lid te vervangen als volgt :

« Behalve voor de producten bedoeld in artikel 41, § 1, c), mag de verkoop, die doorlopend moet zijn, niet korter duren dan een hele verkoopdag. »

Verantwoording

Het is onredelijk de periode gedurende welke de prijsvermindering wordt toegepast tot één maand te beperken. Deze moet minstens toegepast kunnen worden zolang de voorraad strekt. Het oorspronkelijk systeem van de wet van 14 juli 1971, dat geen enkele beperking bevat, moet opnieuw gelden.

Au demeurant, la règle proposée aurait pour effet de supprimer la possibilité pour le fabricant d'annoncer des flash de réduction selon la formule couramment admise:

« prix affiché = prix habituel dans ce magasin - 5 francs »,

car le fabricant ne pourra jamais être certain que la distribution pourra écouler son stock dans le délai de un mois. Il est de l'intérêt du consommateur de permettre au fabricant ou à l'importateur d'apposer des flash de réduction concrétisant une remise que le fabricant/importateur veut faire passer au consommateur à travers la distribution.

Si cette faculté était supprimée, aucune certitude n'existerait quant au fait qu'une réduction de prix consentie par le fabricant serait effectivement répercutée au bénéfice du consommateur, par la distribution.

P. HATRY.

P. BOEL.

*
* *

Art. 44

Supprimer cet article.

Justification

Le pouvoir accordé au Roi de désigner les produits, les services ou catégories de produits ou de services pour lesquels les annonces de réduction de prix ou de tarif visées à l'article 42 sont interdites, ouvre la porte à l'arbitraire. Il revient en fait à donner à l'Exécutif la possibilité d'imposer des prix nets dans la quasi-totalité des secteurs, ce qui est inacceptable.

L'éventualité d'une généralisation de l'obligation de n'annoncer que le prix net, c'est-à-dire de ne pouvoir faire référence qu'au seul prix effectivement demandé, doit être rejetée.

En effet, la faculté d'annoncer une réduction de prix constitue un élément fondamental d'information du consommateur, de concurrence et de flexibilité de gestion des entreprises. La référence au prix par rapport auquel s'apprécie cette réduction sensibilise le consommateur aux réductions concédées et font de lui un agent actif de concurrence.

Ces arguments se retrouvent à la base de la jurisprudence qui a condamné à plus d'une reprise les régimes de prix nets. Ainsi:

* L'arrêté royal du 20 décembre 1979 relatif à l'indication des prix des livres, albums et livres d'images interdisait « toute indication de prix autres que les prix réellement exigés pour la vente au détail ».

* Un arrêt du Conseil d'Etat du 19 novembre 1982 a déclaré cet arrêté royal illégal, arguant que l'article 3, 3° de la loi sur les pratiques du commerce (1) ne permet pas de restreindre l'information du public ou encore de ne pas fournir l'information complète et correcte.

* Un arrêt de la Cour de Justice des Communautés européennes daté du 7 mars 1990 (2) établit clairement que les articles 30 et 36 du Traité de Rome s'opposent à ce que, dans un pays membre, un régime de prix nets soit appliqué à une action promotionnelle légalement diffusée dans un autre pays membre et qui implique une annonce de réduction de prix.

(1) « Pour les produits et services qu'il détermine, le Roi peut prescrire que le prix indiqué doit être celui réellement exigé. »

(2) Affaire C-362/28 concernant une question préjudicielle de la Cour de cassation du Grand-Duché du Luxembourg.

De voorgestelde regeling zou bovendien tot gevolg hebben dat de producent geen kortingsacties zou kunnen aankondigen in de vorm die thans gebruikelijk is:

« aangeduide prijs = normale prijs in deze winkel - 5 frank »,

aangezien de producent nooit zeker kan zijn dat zijn voorraad binnen een maand verkocht zal zijn. De consument heeft er belang bij dat de producent of de invoerder de mogelijkheid krijgt kortingsacties aan te kondigen waarvan de verbruiker via de winkels kan profiteren.

Indien deze mogelijkheid niet meer zou bestaan, is het niet zeker dat een door de producent toegestane prijsvermindering in de winkel wordt doorberekend ten voordele van de consument.

*
* *

Art. 44

Dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

De bevoegdheid die aan de Koning wordt verleend om de produkten, de diensten of de categorieën van produkten of diensten aan te wijzen waarvoor de aankondigingen van prijs- of tariefverminderingen, als bedoeld in artikel 42, verboden zijn, zet de deur open voor willekeur. Het komt er in feite op neer dat de uitvoerende macht de mogelijkheid krijgt om nettoprijzen op te leggen in bijna alle sectoren, wat zonder meer onaanvaardbaar is.

De mogelijkheid van een algehele verplichting om alleen de nettoprijzen aan te geven, dat wil zeggen, alleen maar naar de werkelijk gevraagde prijs te verwijzen, moet worden verworpen.

De mogelijkheid om een prijsvermindering aan te kondigen is immers een fundamenteel onderdeel van de informatie van de consument, van de concurrentie en van een soepel bedrijfsbeheer. Het vermelden van de prijs tegenover welke die vermindering geldt, maakt de consument bewust van de toegekende verminderingen en laten hem een actieve rol spelen in de concurrentie.

Deze argumenten liggen ten grondslag aan de rechtsspraak die bij herhaling het stelsel van de nettoprijzen heeft veroordeeld. Wij verwijzen hier onder meer naar:

* Het koninklijk besluit van 20 december 1979 betreffende de prijsaanduiding van boeken, prentenalbums en prentenboeken, waarbij elke aanduiding van prijzen die niet de werkelijk gevraagde prijzen voor de detailhandel zijn, werd verboden.

* Een arrest van de Raad van State van 19 november 1982 heeft dit koninklijk besluit onwettig verklaard, met als argument dat artikel 3, 3°, van de wet op de handelspraktijken (1) de informatie van het publiek niet mag beperken en ook niet mag verhinderen dat volledige en juiste informatie wordt verstrekt.

* Een arrest van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen van 7 maart 1990 (2) stelt duidelijk dat de artikelen 30 en 36 van het Verdrag van Rome zich verzetten tegen het feit dat in een lidstaat een stelsel van nettoprijzen wordt toegepast op een promotieactie die in een andere lidstaat wettig wordt gevoerd en een aankondiging van prijsvermindering inhoudt.

(1) « Voor de produkten en diensten die Hij aanwijst, kan de Koning voorschrijven dat de aangeduide prijs de werkelijk gevraagde prijs moet zijn. »

(2) De zaak C-362/28 over een prejudiciële vraag van het Hof van cassatie van het Groothertogdom Luxemburg.

Dans son arrêt, la Cour relève notamment que « le droit communautaire en matière de protection des consommateurs considère l'information de ceux-ci comme l'une des exigences principales. Dès lors, l'article 30 du Traité ne saurait être interprété dans un sens impliquant qu'une législation nationale refusant l'accès des consommateurs à certaines informations puisse être justifiée par des exigences impératives tenant à la protection des consommateurs ».

Ainsi l'Etat belge — s'il instaurait un régime de prix nets et à supposer qu'il puisse encore le faire — devrait tolérer des annonces de réductions de prix se référant au prix pratiqué antérieurement et diffusées sur le territoire belge par des entreprises françaises ou néerlandaises. En effet, l'annonce de réduction de prix est autorisée dans ces deux pays.

Evidemment, ceci provoquerait une discrimination intolérable vis-à-vis des entreprises belges, du fait d'un handicap commercial considérable.

Par ailleurs, l'annonce de réduction de prix constitue un élément de concurrence et de flexibilité de gestion permettant d'augmenter le volume de vente dans l'hypothèse où celle-ci serait insuffisante et par voie de conséquence, d'agir sur les stocks dans le but d'en diminuer le financement et de rétablir la trésorerie des commerçants. De même, l'annonce de réduction de prix constitue une technique commerciale normale, justifiée en cas de mévente, de demande insuffisante ou de présence d'un stock inadéquat qui ne peut être économiquement conservé jusqu'au moment des soldes. Cet élément de gestion, indispensable au commerce en général quels que soient la taille de l'entreprise et le type de commerce pratiqué, n'a de portée réelle que par la possibilité d'annoncer la réduction. Ceci n'implique pas la vente à perte, mais bien une accélération des ventes avec un bénéfice réduit mais toujours satisfaisant.

L'interdiction d'annoncer des réductions de prix conduirait vraisemblablement à une diminution des annonces publicitaires, par la réduction de leur impact sur le public, à une diminution des ventes et par là, à terme, constituerait un facteur d'inflation induite.

En outre, l'interdiction des annonces de réduction de prix est un facteur de discrimination entre formes de commerce. En effet, rien n'empêche un patron commerçant indépendant de négocier librement son prix avec son client alors que dans d'autres types de commerce, pratiquant l'encaissement centralisé ou le libre service, les vendeurs n'ont pas cette possibilité. La seule manière pour eux de faire connaître les réductions de prix qu'ils consentent, c'est de les annoncer ou à tout le moins de les afficher dans les magasins, soit au rayon, soit sur la marchandise. Il s'agit là d'un élément d'information apprécié par les consommateurs et indispensable pour eux.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 49

Remplacer cet article par la disposition suivante :

« Pour l'application de la présente loi, il faut entendre par « vente en solde », toute offre en vente ou vente au consommateur qui est pratiquée par l'écoulement accéléré et à perte de produits démodés, dépareillés ou défraîchis, de fins de séries, ou de produits à écou-

In zijn arrest stelt het Hof onder meer dat het communautair recht inzake de bescherming van de consument de informatie van deze laatste als een van de belangrijkste vereisten beschouwt. Artikel 30 kan niet zodanig worden uitgelegd dat een nationale wetgeving die voor de consument de toegang tot sommige vormen van informatie weigert, gerechtvaardigd kan zijn door dwingende eisen met betrekking tot de bescherming van de consument.

Aldus zou de Belgische Staat, indien hij een stelsel van nettoprijzen zou invoeren en in de veronderstelling dat hij dat nog kan doen, aankondigingen van prijsvermindering moeten dulden die verwijzen naar de vroeger toegepaste prijs en die op Belgisch grondgebied worden verspreid door Franse of Nederlandse bedrijven. De aankondiging van prijsvermindering is in die beide landen immers toegestaan.

Dat zou vanzelfsprekend een onaanvaardbare discriminatie meebrengen voor de Belgische bedrijven, die immers met een aanzienlijke commerciële handicap geconfronteerd zouden worden.

Bovendien is de aankondiging van een prijsvermindering een vorm van concurrentie en van soepel beheer, waardoor een verkoop die ontoereikend was kan worden verhoogd, waardoor de financiering van de voorraden minder duur wordt en de financiële toestand van de handelaars verbetert. Het aankondigen van een prijsvermindering is een normale handelstechniek die verantwoord is in het geval van slechte verkoop, onvoldoende vraag of een oninteressante voorraad die niet kan worden behouden tot het ogenblik van de uitverkoop. Dit aspect van het beheer, dat onmisbaar is voor de handel in het algemeen, onafhankelijk van de omvang of het soort van handel, heeft slechts werkelijke waarde wanneer een prijsvermindering kan worden aangekondigd. Dit betekent niet dat met verlies wordt verkocht, maar wel dat de verkoop sneller verloopt, met een kleinere maar dan toch voldoende winst.

Het verbod om prijsverminderingen aan te kondigen zal waarschijnlijk tot een vermindering van de reclame leiden, omdat het publiek op die manier minder wordt bereikt, tot een lagere verkoop en, op langere termijn, tot inflatie.

Bovendien vormt het verbod van aankondigingen van prijsvermindering een discriminatie tussen de verschillende soorten van handel. Niets staat immers in de weg dat een zelfstandige handelaar vrij een prijs kan bespreken met zijn klant terwijl in andere soorten van handel, met centrale incassering of zelfbediening, de kopers niet over die mogelijkheid beschikken. De enige manier waarop zij de prijsverminderingen die zij toestaan kunnen bekend maken, is ze aan te kondigen of op zijn minst aan te plakken in de winkels, hetzij in de afdeling, hetzij op de te verkopen goederen zelf. Dit is een vorm van informatieverstrekking die de consumenten waarden en die voor hen ook onmisbaar is.

*
* *

Art. 49

Dit artikel te vervangen als volgt :

« Voor de toepassing van deze wet moet onder « opruiming » worden verstaan elke tekoopaanbieding of verkoop aan de consument die geschiedt door versnelde afzet met verlies van verouderde, onvolledige of verlegen produkten, van restanten of

ler en vue du renouvellement saisonnier de l'assortiment du vendeur et qui est annoncée sous la dénomination « Soldes », « Opruimingen », « Solden » ou « Schlußverkauf. »

Justification

Il y a lieu de rendre à la notion de vente en solde, sa signification première qui est de permettre au commerçant d'écouler des produits devenus invendables à leur prix normal et même en promotion, parce que liés au phénomène tel que la mode, les saisons, les conditions climatiques, etc. De plus, pour éviter toute confusion dans le chef du consommateur sur la notion de vente en solde, il faut limiter celle-ci à la vente à perte de certains produits. D'où la nécessité de redéfinir les ventes en solde en ce sens, notamment, que le terme « soldes » ne peut être utilisé que s'il s'agit d'une vente à perte de produits démodés, dépareillés ou défraîchis, de fin de séries, ou de produits à écouler en vue du renouvellement saisonnier de l'assortiment du vendeur.

L'objectif est de permettre à la vente sur la dénomination « soldes » pendant toute l'année pour autant qu'il s'agit d'une vente à perte et que le consommateur soit clairement informé sur les réductions de prix consenties. L'amendement proposé se réfère aux propositions de modification concrètes de la réglementation actuelle des soldes exposée dans un avis du Conseil de la consommation du 10 mars 1989. Par ailleurs, les modifications en question impliquent la suppression de l'interdiction projetée (v. article 52, §§ 1^{er} et 2 de la loi en projet) d'annoncer des réductions de prix avant les soldes.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 50

Remplacer cet article par le texte suivant :

« Il est interdit d'annoncer une vente en recourant à la dénomination « Soldes », « Opruimingen », « Solden » ou « Schlußverkauf », si cette vente n'est pas une vente à perte, au sens de l'article 40. »

Justification

L'amendement proposé est la conséquence logique de l'amendement introduit à l'article 49 du projet de loi.

Art. 51

Supprimer le § 3 de cet article.

van produkten die moeten worden afgezet met het oog op de vernieuwing van het assortiment van de verkoper met seizoenprodukten, en die wordt aangekondigd onder de benaming « Opruimingen », « Solden », « Soldes » of « Schlußverkauf. »

Verantwoording

Het begrip opruiming moet in zijn eerste betekenis worden opgevat, dat wil zeggen dat het voor de handelaar moet mogelijk zijn produkten van de hand te doen die onverkoopbaar geworden zijn tegen de normale prijs en zelfs in promotie, omdat ze gebonden zijn aan mode, weersomstandigheden, enz. Om bovendien alle verwarring voor de consument te vermijden over het begrip opruiming moet dit worden beperkt tot de verkoop met verlies van sommige produkten. Daarom is het nodig de opruimingen een nieuwe definitie te geven, en wel zo dat de term « opruiming » slechts mag worden gebruikt indien het een verkoop met verlies betreft van verouderde, onvolledige of verlegen produkten, van restanten of van produkten die van de hand moeten worden gedaan voor de vernieuwing van het assortiment van de verkoper met seizoenprodukten.

De bedoeling is dat het gehele jaar door onder de naam « opruiming » produkten mogen worden verkocht als het verkoop met verlies is en de consument duidelijk wordt geïnformeerd over de toegestane prijsverminderingen. Het voorgestelde amendement houdt verband met de concrete wijzigingsvoorstellen voor de huidige reglementering van de opruiming, die gedaan werden in een advies van de Raad van het verbruik van 10 maart 1989. Die wijzigingen houden de opheffing in van het voorgestelde verbod (zie artikel 52, §§ 1 en 2 van het ontwerp) om prijsverminderingen aan te kondigen voor de opruimingsperiode.

*
* *

Art. 50

Dit artikel te vervangen als volgt:

« Het is verboden een verkoop aan te kondigen met de benaming « Opruimingen », « Solden » of « Schlußverkauf » indien die verkoop geen verkoop met verlies is in de zin van artikel 40. »

Verantwoording

Het voorgestelde amendement is het logisch gevolg van het amendement ingediend op artikel 49 van het wetsontwerp.

Art. 51

Paragraaf 3 te doen vervallen.

Justification

La suppression de ce paragraphe est la conséquence logique des amendements présentés aux articles 49 et 50.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 52

Remplacer cet article par ce qui suit :

« Cette offre en vente doit être faite selon les modalités suivantes :

1. La réduction du prix des produits vendus en soldes doit être réelle par rapport au prix pratiqué, par le même vendeur, pour la vente de produits identiques, pendant une période continue d'au moins un mois au cours des deux mois précédent immédiatement la date à partir de laquelle le prix réduit est pratiqué;

2. La réduction du prix des produits vendus en soldes ne peut être pratiquée que pendant une période maximale d'un mois;

3. La date du début des ventes en soldes et les produits ou catégories de produits concernés doivent être indiqués pendant toute la durée des soldes;

4. La réduction du prix doit être indiquée comme suit :

— soit par la mention du nouveau prix à côté du prix antérieur surchargé d'une barre;

— soit par la mention « nouveau prix », « ancien prix » à côté des montants correspondants;

— soit par la mention d'un pourcentage de réductions et du nouveau prix figurant à côté du prix antérieur surchargé d'une barre;

— soit par la mention d'un pourcentage uniforme de réduction consentie sur les produits ou catégories de produits concernés par cette mention. Dans ce cas, il doit être précisé si le prix indiqué comporte ou non la réduction en pourcentage. »

Justification

Les amendements proposés aux articles 49, 50 et 51 visent à adapter les dispositions relatives aux soldes à la réalité commerciale.

En effet, la fixation dans le temps de périodes de soldes ne se justifie plus en raison d'une part, de l'accélération du phénomène de mode, et d'autre part, du grand nombre de catégories de produits (exemple : meubles de jardin, articles de sport et de loisir...) pour lesquels les périodes actuelles des soldes ne conviennent pas.

Verantwoording

De schrapping van die paragraaf is het logisch gevolg van de amendementen ingediend op de artikelen 49 en 50.

*
* *

Art. 52

Dit artikel te vervangen als volgt :

« De produkten moeten op de volgende wijze te koop worden aangeboden :

1. De prijsvermindering van de produkten die in de opruiming worden verkocht moet reëel zijn ten opzichte van de prijs die door de verkoper voor de verkoop van identieke produkten gevraagd wordt, tijdens een onafgebroken periode van ten minste één maand in de periode van twee maanden die de datum waarop de verminderde prijs wordt toegepast, onmiddellijk voorafgaan;

2. De prijsvermindering van de in de opruiming verkochte produkten mag slechts gedurende een periode van ten hoogste een maand worden toegepast;

3. De begindatum van de opruimingsperiode en de betrokken produkten of categorieën van produkten moeten tijdens de gehele duur van de opruimingsperiode worden vermeld;

4. De prijsvermindering moet als volgt worden vermeld :

— ofwel door vermelding van de nieuwe prijs naast de doorgestreepte oude prijs;

— ofwel door vermelding van de woorden « nieuwe prijs », « oude prijs » naast de respectieve bedragen;

— ofwel door vermelding van een kortingspercentage en van de nieuwe prijs naast de doorgestreepte oude prijs;

— ofwel door vermelding van een eenvormig kortingspercentage toegekend op de betrokken produkten of categorieën van produkten. In dit geval moet worden vermeld of in de opgegeven prijs de korting al dan niet is begrepen. »

Verantwoording

De amendementen voorgesteld op de artikelen 49, 50 en 51 beogen de bepalingen met betrekking tot de opruiming aan te passen aan de werkelijke toestand in de handel.

Het vastleggen van vaste opruimingsperiodes is immers niet meer verantwoord wegens het snelle veranderen van de mode enerzijds en door het groot aantal categorieën van produkten anderzijds (bijvoorbeeld tuinmeubelen, sport- en vrijetijdsartikelen) waarvoor de huidige opruimingsperiodes niet geschikt zijn.

De plus, une réglementation des soldes ne peut restreindre la concurrence ni l'information du consommateur sur les prix, en particulier son information sur les réductions de prix pratiquées, ce qu'engendre cependant l'article 33bis de la loi du 14 juillet 1971 aux termes duquel il est interdit d'annoncer des réductions de prix pendant les six semaines précédentes les périodes de soldes.

Cette disposition, dont les principes sont d'ailleurs largement repris par le présent projet de loi, va à l'encontre des impératifs du commerce moderne qui a besoin de plus de souplesse dans la gestion de ses affaires.

Les différents amendements qui précèdent ont pour objet de maintenir les ventes en soldes comme une exception à l'interdiction de vendre à perte, étant entendu qu'il convient de laisser au vendeur la liberté de pratiquer des soldes quand il le souhaite, à condition cependant que le terme « soldes » ne pourrait être utilisé que s'il s'agit d'une vente à perte de produits démodés, dépareillés ou défraîchis, de fin de séries, ou de produits à écouler en vue du renouvellement saisonnier de l'assortiment du vendeur.

Les propositions de modification de la législation devraient mettre fin à l'effervescence préjudiciable pour tout le commerce, vécue ces dernières années à l'occasion des soldes et qui provient de la déviation de la pratique des soldes utilisée comme moyen d'action promotionnelle.

L'amendement proposé à l'article 52 précise un certain nombre de modalités des ventes en soldes destinées à garantir la bonne information du consommateur ainsi que la loyauté des pratiques commerciales.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 53

Remplacer cet article par ce qui suit :

« Toute annonce ou publicité relative aux ventes en soldes doit répondre aux conditions et modalités prescrites dans la présente section.

Toutefois, les dispositions de l'article 52, § 4, ne s'appliquent que s'il est fait mention du prix dans l'annonce ou la publicité. »

Justification

La suppression de l'article 53 est la conséquence logique des modifications proposées aux articles 49 à 52. En effet, ces modifications visent à autoriser la vente sous la dénomination « soldes » pendant toute l'année pour autant cependant qu'il s'agit d'une vente à perte et que le consommateur soit clairement informé sur les réductions de prix consenties.

De plus, une réglementation des soldes ne peut restreindre la concurrence ni l'information du consommateur sur les prix, en particulier son information sur les réductions de prix pratiquées, ce qu'engendre cependant l'article 33bis de la loi du 14 juillet 1971 aux termes duquel il est interdit d'annoncer des réductions de prix pendant les six semaines précédentes les périodes de soldes.

Bovendien mag een reglementering met betrekking tot de opruiming de concurrentie noch de voorlichting van de gebruiker over de prijzen beperken en in het bijzonder de voorlichting over de toegepaste prijsverminderingen. Dat is nochtans het gevolg van artikel 33bis van de wet van 14 juli 1971 waarin de aankondiging van prijsverminderingen tijdens de zes weken die aan de opruimingsperiode voorafgaan, verboden wordt.

Die bepaling, die in beginsel in ruime mate wordt overgenomen door dit wetsontwerp, is in strijd met de noden van de moderne handel die behoefte heeft aan meer soepelheid bij het zaken doen.

De vorige amendementen hebben ten doel de opruiming te beschouwen als een uitzondering op het verbod met verlies te verkopen, met dien verstande dat het de verkoper vrijstaat te verkopen tegen opruimingsprijzen wanneer hij dat wenst, op voorwaarde evenwel dat het woord « opruiming » slechts wordt gebruikt wanneer het gaat om een verkoop met verlies van verouderde, onvolledige of verlegen produkten, van restanten, of van produkten die van de hand worden gedaan met het oog op de seizoengebonden vernieuwing van het assortiment van de verkoper.

De voorstellen tot wijziging van de wetgeving zouden een einde moeten maken aan de opwindende jongste jaren heerste naar aanleiding van de opruiming en die schadelijk is geweest voor de hele handelssector omdat het toepassen van opruimingsprijzen als promotiemiddel ontspoorde.

Het amendement voorgesteld op artikel 52 verduidelijkt de wijze waarop opruiming moet plaatshebben. Daarbij werd rekening gehouden met het waarborgen van een degelijke voorlichting van de consument en van eerlijke handelspraktijken.

*
* *

Art. 53

Dit artikel te vervangen als volgt :

« Elke aankondiging van of reclame voor opruiming moet voldoen aan de voorwaarden en de regels bepaald in deze afdeling.

De bepalingen van artikel 52, § 4, zijn evenwel slechts van toepassing indien de prijs wordt vermeld in de aankondiging of de reclame. »

Verantwoording

De schrapping van artikel 53 is het logisch gevolg van de voorgestelde wijzigingen in de artikelen 49 tot 52. De wijzigingen strekken ertoe de verkoop toe te laten onder de benaming « opruiming » gedurende het gehele jaar voor zover het gaat om een verkoop met verlies en de consument duidelijk wordt geïnformeerd over de toegestane prijsverminderingen.

Bovendien mag een reglementering met betrekking tot de opruiming de concurrentie noch de voorlichting van de gebruiker over de prijzen beperken en in het bijzonder de voorlichting over de toegepaste prijsverminderingen. Dat is nochtans het gevolg van artikel 33bis van de wet van 14 juli 1971 waarin de aankondiging van prijsverminderingen tijdens de zes weken die aan de opruimingsperiode voorafgaan, verboden wordt.

Cette disposition, qui est largement reprise par le projet de loi, va à l'encontre des impératifs du commerce moderne qui a besoin de plus de souplesse dans la gestion de ses affaires.

L'objectif de l'amendement proposé est d'assurer la bonne information du consommateur ainsi que la loyauté des pratiques commerciales.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 67

Supprimer le point 2 de cet article.

Justification

La délégation au Roi du pouvoir de fixer des pourcentages maximaux et minimaux est trop contraignante.

De plus, des problèmes pratiques risquent de se poser puisque le prix du produit peut varier.

Il faudra alors que l'entreprise émettrice suite à cela modifie ses bons de valeur pour rester dans la norme.

Les entreprises ont déjà suffisamment de contraintes en tout genre pour en ajouter une.

Subsidiairement :

Au point 2 de cet article, supprimer les mots « minimum et ».

Justification

Permettre au Roi de fixer un pourcentage minimum au bon de valeur est une délégation de pouvoir (encore une) exorbitante. Cette entrave à la liberté du commerçant de fixer lui-même la valeur minimale des bons de valeur qu'il désire distribuer et l'obliger donc à ne distribuer des bons de valeur que de 10 p.c. ou de 5 p.c. minimum est inadmissible.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 78

Au § 1^{er} de cet article, remplacer le quatrième alinéa par ce qui suit: « En ce qui concerne le respect du délai, il suffit que la notification par lettre recommandée soit expédiée avant l'expiration de celui-ci. »

Die bepaling, die in beginsel in ruime mate wordt overgenomen door dit wetsontwerp, is in strijd met de noden van de moderne handel die behoefte heeft aan meer soepelheid bij het zakendoen.

Het voorgestelde amendement heeft tot doel de degelijke voorlichting van de consument en de eerlijkheid van de handelspraktijken te waarborgen.

*
* *

Art. 67

Het bepaalde onder cijfer 2 van dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

Het feit dat de Koning bevoegd is om minimum- en maximumpercentages vast te leggen, gaat te ver.

Voorts dreigen praktische problemen te rijzen aangezien de prijs van het produkt kan schommelen.

De onderneming die de bonnen uitgeeft, zou als gevolg daarvan haar waardebonnen moeten aanpassen, ten einde de norm niet te overtreden.

De ondernemingen gaan al onder voldoende verplichtingen gebukt. Het is dan ook niet aangewezen er nog een aan toe te voegen.

Subsidiair :

In cijfer 2 van dit artikel de woorden « een minimum en » te doen vervallen.

Verantwoording

Indien de Koning voor waardebonnen een minimumpercentage mag bepalen, wordt hem (nog maar eens) een buitensporige bevoegdheid toegekend. De handelaar wordt in zijn vrijheid beperkt om zelf de minimumwaarde te bepalen van de waardebonnen die hij wenst uit te geven. Hij wordt ertoe verplicht slechts bonnen van ten minste 10 pct. of 5 pct. uit te geven, wat onaanvaardbaar is.

*
* *

Art. 78

Paragraaf 1, vierde lid, van dit artikel te vervangen als volgt: « De bedenkttermijn is nageleefd indien de kennisgeving bij aangetekende brief voor het verstrijken ervan wordt verstuurd. »

Justification

La renonciation par le consommateur à l'achat d'un produit doit être notifiée par lettre recommandée.

En effet, dans le cas contraire, la preuve de la renonciation et la date de celle-ci risquent de mettre l'acheteur dans une position délicate. De plus, l'article 89 qui prévoit également un délai de réflexion pour les ventes conclues en dehors du domicile du vendeur, exige la formalité, en cas de renonciation, d'une lettre recommandée.

La cohérence entre les différents textes du projet impose une procédure identique pour toutes les renonciations après un délai de réflexion.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 81

Au § 1^{er} de cet article, remplacer les mots « par écrit » par les mots « par lettre recommandée ».

Justification

Il importe que l'avertissement de la non-livraison par le vendeur au consommateur soit fait par lettre recommandée et cela pour éviter le problème de la preuve.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 89

Supprimer cet article.

Justification

Cette disposition met le vendeur dans un état d'incertitude quant au volume de ces ventes, ce qui est inacceptable.

Que l'on ait inséré ce type de disposition dans la vente à tempérament qui est strictement réglementée est normal.

Mais que dans le cas d'une vente à domicile par exemple, qui porte sur des objets de valeurs réduits, on admette ce genre de pratique est inconcevable et va poser des problèmes pratiques innombrables.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Verantwoording

Indien de verbruiker van de aankoop van een produkt afziet, moet hij dat bij aangetekende brief bekendmaken.

Zo niet, dan kan de koper in een moeilijke positie terechtkomen indien hij het bewijs moet leveren dat hij van de aankoop heeft afgezien en indien hij de datum van die beslissing moet bewijzen. Bovendien schrijft artikel 89, dat ook in een bedenktijd voorziet wanneer de koop buiten de woonplaats van de verkoper wordt gesloten, de formaliteit van een aangetekende brief voor indien wordt beslist van een dergelijke aankoop af te zien.

Met het oog op de samenhang tussen de verschillende teksten van het ontwerp is een identieke procedure noodzakelijk voor alle gevallen waarin, na een bedenktijd, van de aankoop wordt afgezien.

*
* *

Art. 81

In § 1 van dit artikel het woord « schriftelijk » te vervangen door de woorden « bij aangetekende brief ».

Verantwoording

Indien de verkoper de consument verwittigt dat het produkt niet kan worden geleverd, dient hij dat bij aangetekende brief te doen, ten einde moeilijkheden bij de bewijsoverlevering te voorkomen.

*
* *

Art. 89

Dit artikel te doen vervallen.

Verantwoording

Deze bepaling brengt de verkoper in onzekerheid over het volume van die verkopen; dat is onaanvaardbaar.

Dat een dergelijke bepaling is opgenomen voor de verkoop op afbetaling is normaal, aangezien die streng gereguleerd is.

Een dergelijke praktijk kan echter niet worden gedoogd in het geval van bijvoorbeeld de verkoop aan huis van voorwerpen van geringe waarde, ook al omdat zulks tot talloze praktische problemen aanleiding zal geven.

*
* *

Art. 98

A. Au § 1^{er} de cet article, remplacer le point 3 par ce qui suit :

« 3. D'un groupement professionnel ou interprofessionnel ayant la personnalité civile sans que le groupement doive justifier d'un intérêt prévu aux articles 17 et 18 du Code judiciaire.

L'action n'est pas admise lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 93 de la présente loi. »

Justification

Corollaire de l'amendement à l'article 98, § 2.

B. Au § 1^{er}, remplacer le point 4 par ce qui suit :

« 4. D'une association ayant pour objet la défense des intérêts des consommateurs et jouissant de la personnalité civile pour autant qu'elle soit représentée au Conseil de la consommation, sans que cette association doive justifier d'un intérêt prévu aux articles 17 et 18 du Code judiciaire.

L'action n'est pas admise lorsque la demande porte sur un acte visé à l'article 94 de la présente loi. »

Justification

Cet amendement est un corollaire de l'amendement à l'article 98, § 2.

Subsidiairement :

Au § 1^{er}, point 4, de cet article, supprimer les mots « ou qu'elle soit agréée par le Ministre des Affaires économiques suivant des critères déterminés par arrêté royal délibéré en Conseil des Ministres ».

Justification

Le droit d'agir en cessation devrait en ce qui concerne les organisations de consommateurs être limité aux seules organisations représentées au Conseil de la Consommation; d'où la nécessité d'en revenir aux dispositions de l'article 57 de la loi du 14 juillet 1971 sur les pratiques du commerce. L'élargissement de ce droit d'action à d'autres organisations de consommateurs par le biais d'une agrégation par le Ministre des Affaires économiques comporte un danger de politisation et d'arbitraire. Ceci d'autant plus que les critères ne sont pas fixés dans la loi même. Enfin, cet élargissement risque d'entraîner la création d'organisations de consommateurs pour les besoins de la cause.

C. Supprimer le § 2.

Art. 98

A. In § 1 van dit artikel, het bepaalde onder punt 3 te vervangen als volgt :

« 3. Een beroeps- of interprofessionele vereniging met rechtspersoonlijkheid, zonder dat deze vereniging moet doen blijken van een belang als bedoeld in de artikelen 17 en 18 van het Gerechtelijk Wetboek.

De vordering is niet toegelaten, indien het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 93 van deze wet. »

Verantwoording

Dit amendement vloeit voort uit het amendement op artikel 98, § 2.

B. In § 1, het bepaalde onder punt 4 te vervangen als volgt :

« 4. Een vereniging ter verdediging van de consumentenbelangen die rechtspersoonlijkheid bezit en voor zover zij in de Raad voor het verbruik vertegenwoordigd is, zonder dat deze vereniging moet doen blijken van een belang als bedoeld in de artikelen 17 en 18 van het Gerechtelijk Wetboek.

De vordering is niet toegelaten, indien het verzoek betrekking heeft op een daad als bedoeld in artikel 94 van deze wet. »

Verantwoording

Dit amendement vloeit voort uit het amendement op artikel 98, § 2.

Subsidiair :

In § 1, 4, van dit artikel de woorden « of door de Minister van Economische Zaken, volgens door een in Ministerraad overlegd koninklijk besluit vast te stellen criteria, erkend is, » te doen vervallen.

Verantwoording

Het recht om een vordering tot staking in te stellen zou, wat de consumentenverenigingen betreft, moeten worden beperkt tot de organisaties die vertegenwoordigd zijn in de Raad voor het Verbruik; vandaar de noodzaak terug te vallen op de bepalingen van artikel 57 van de wet van 14 juli 1971 op de handelspraktijken. De uitbreiding van het recht om de vordering tot staking in te stellen tot andere consumentenverenigingen via een erkenning door de Minister van Economische Zaken, houdt het gevaar van politisering en willekeur in. Dat geldt temeer omdat de criteria niet in de wet zelf zijn vastgelegd. Ten slotte dreigt die uitbreiding te leiden tot het ontstaan van consumentenverenigingen om opportunistische redenen.

C. Paragraaf 2 te doen vervallen.

Justification

Etendre à d'autres types d'action que l'action en cessation, la possibilité d'agir en justice octroyée aux associations de consommateurs risque d'engendrer des dégâts considérables pour les entreprises.

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Art. 123

A cet article, remplacer les mots « six mois » par les mots « douze mois ».

Justification

Le délai de six mois pour l'entrée en vigueur de la nouvelle loi est beaucoup trop court. En effet, les entreprises doivent pouvoir disposer d'un délai raisonnable pour s'adapter à la nouvelle législation qui introduit d'importantes modifications par rapport à la loi du 14 juillet 1971 (par exemple en matière de clauses abusives, de vente à distance et de publicité).

P. HATRY.
P. BOEL.

*
* *

Verantwoording

Wordt de aan de consumentenverenigingen geboden mogelijkheid om in rechte op te treden uitgebreid tot andere soorten van vorderingen dan de vordering tot staking, dan dreigen de ondernemingen daarvan aanzienlijke schade te ondervinden.

*
* *

Art. 123

De woorden « zes maanden » te vervangen door « twaalf maanden ».

Verantwoording

De termijn van zes maanden voor de inwerkingtreding van de nieuwe wet is veel te kort. De ondernemingen moeten immers kunnen beschikken over een redelijke termijn om zich aan te passen aan de nieuwe wetgeving die belangrijke wijzigingen invoert ten opzichte van de wet van 14 juli 1971 (bijvoorbeeld inzake onrechtmatige bedingen, verkoop op afstand en reclame).

*
* *