

# SÉNAT DE BELGIQUE

---

SESSION DE 2010-2011

---

20 DÉCEMBRE 2010

---

**Proposition de loi modifiant la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur en vue de lutter contre les démarcheurs publicitaires**

(Déposée par M. Dirk Claes et consorts)

---

## DÉVELOPPEMENTS

---

La présente proposition reprend le texte d'une proposition qui a déjà été déposée à la Chambre des représentants le 30 novembre 2010 (doc. Chambre, n° 53-735/1).

Les travailleurs indépendants et les entreprises de notre pays sont harcelés depuis longtemps par les démarcheurs publicitaires. De plus, le démarchage publicitaire s'étant largement professionnalisé ces vingt-cinq dernières années, il est devenu encore plus difficile de lutter contre ses pratiques. En outre, il ressort systématiquement des déclarations des victimes de ces pratiques qu'elles ont été dupées par des informations incomplètes ou erronées.

L'une des techniques préférées des démarcheurs publicitaires est celle de l'inscription dans des guides sans intérêt (diffusés sur Internet). Sans avoir rien demandé, la victime reçoit, dans sa boîte aux lettres, un formulaire d'inscription pour l'un ou l'autre guide qui lui demande expressément de corriger ou de compléter les informations qu'il contient.

Depuis plusieurs dizaines d'années, l'Union des travailleurs indépendants flamands (UNIZO) lutte contre cette forme de démarchage publicitaire, dont les auteurs tentent de vendre des produits commerciaux dénués de valeur avec une grande agressivité. Outre qu'elle adresse des plaintes au service Contrôle et Médiation du Service public fédéral (SPF) Économie, l'UNIZO n'hésite pas à lutter contre ces « en-

# BELGISCHE SENAAAT

---

ZITTING 2010-2011

---

20 DECEMBER 2010

---

**Wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming, met het oog op het bestrijden van reclamationselaars**

(Ingediend door de heer Dirk Claes c.s.)

---

## TOELICHTING

---

Dit wetsvoorstel neemt de tekst over van een voorstel dat reeds op 30 november 2010 in de Kamer van volksvertegenwoordigers werd ingediend (stuk Kamer, nr. 53-735/1).

Reclameronselaars teisteren al geruime tijd de zelfstandigen en ondernemingen in ons land. De jongste vijftientig jaar heeft de sector van de reclameronselaars zich in grote mate geprofessionaliseerd wat de bestrijding ervan nog complexer maakt. Uit gesprekken met de slachtoffers blijkt telkens dat men op het verkeerde been werd gezet door onvolledige of foutieve informatie.

Een door ronselaars veelgeprezen techniek is die van de waardeloze (internet)gidsen waarop de ondernemer intekent. Ongevraagd krijgt hij een registratieformulier voor een of andere gids in de brievenbus met de uitdrukkelijke vraag de genoteerde gegevens te verbeteren of aan te vullen.

UNIZO (de Unie van zelfstandige ondernemers) voert al tientallen jaren de strijd tegen dergelijke reclameronselaars die op erg agressieve manier hun commercieel waardeloze producten aan de man proberen te brengen. Behalve klachten bij de bevoegde Dienst Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst (FOD) Economie, aarzelt UNIZO ook niet om de juridische strijd tegen derge-

treprises» sur le terrain judiciaire. De plus, ces pratiques sont régulièrement dénoncées par le réseau d'entreprises flamand VOKA.

Toutefois, ce combat ne s'avère pas suffisant pour mettre un terme aux pratiques des démarcheurs publicitaires. Certains juges — de la magistrature assise et debout — sous-estiment le caractère frauduleux de cette forme d'escroquerie. Ils se focalisent trop sur le document concerné — qu'il s'agisse d'un contrat, d'une facture, d'un bon de commande, etc. — en oubliant le contexte plus large dans lequel le démarcheur opère ainsi que l'échelle de ses activités. Même s'il existe déjà actuellement différents instruments juridiques pour contrer les pratiques trompeuses des démarcheurs publicitaires (comme l'action en cas d'«erreur et d'inexécution, il s'avère toutefois que ceux-ci sont trop généraux et trop peu ciblés pour mettre réellement fin aux agissements des démarcheurs publicitaires.

La problématique des démarcheurs publicitaires ne constitue d'ailleurs pas un phénomène exclusivement belge, mais européen voire global. La présente proposition de loi s'inspire dès lors d'une nouvelle initiative législative étrangère qui a été couronnée de succès, à savoir la législation autrichienne.

L'article 28a de la loi autrichienne relative à la concurrence déloyale de 1984 («*Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb*») a été modifié en 2000 en vue d'y insérer une disposition spécifique visant les démarcheurs publicitaires.

La traduction anglaise s'énonce comme suit :

«*It shall be prohibited to advertise, in the scope of business and for the purpose of competition, for registration in directories, such as yellow pages, telephone directory or similar lists, by way of payment form, money order form, invoice, offer of correction or similar manner or to offer such registrations directly without unequivocally and also by clear and graphic means pointing out that such advertisement is solely an offer for a contract.*»

Cette disposition légale explicite présente les grands avantages suivants :

- 1) elle vise clairement les démarcheurs publicitaires en renvoyant explicitement à l'insertion dans des guides publicitaires;
- 2) elle vise les relations B2B (*business to business*), de sorte qu'elle exclut les initiatives non commerciales comme les associations de volontaires recherchant des sponsors;
- 3) elle vise toutes les formes de démarchage publicitaire que celui-ci s'opère par le biais d'un formulaire de paiement, d'une facture ou de quoi que ce soit d'autre;

lijke «bedrijven» aan te vatten. Ook VOKA klaagt deze praktijken geregeld aan.

Toch blijkt deze strijd niet voldoende om reclamerselsaars te stoppen. Sommige rechters — van de zittende en staande magistratuur — blijken onvoldoende het frauduleuze aspect van deze vorm van oplichting in te schatten. Men kijkt te veel geïsoleerd naar het ene document op zich — of dat nu een contract is, een factuur, een bestelbon, enz. — en men vergeet hierbij de ruimere schaal en context waarin de reclamers actief is. Ook al bestaan er momenteel reeds verschillende juridische instrumenten die kunnen worden ingezet tegen deze misleidende en bedrieglijke reclamewerving (zoals de rechtsfiguur van de dwaling en de wanprestatie), toch blijkt deze te algemeen en te weinig toegespitst om reclamerselsaars werkelijk een halt toe te roepen.

De problematiek van de reclamerselsaars is trouwens geen uitsluitend Belgisch probleem, maar een Europees en zelfs globaal gegeven. Dit wetsvoorstel is dan ook geïnspireerd op een nieuw buitenlands wetgevend initiatief dat uiterst succesvol is gebleken, namelijk de Oostenrijkse wetgeving.

Artikel 28a van de Oostenrijkse wet inzake Ongeoorloofde Mededinging van 1984 («*Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb*») werd in 2000 gewijzigd om een specifieke bepaling in te lassen die reclamerselsaars viseert.

De (vertaalde) Engelse tekst luidt als volgt :

«*It shall be prohibited to advertise, in the scope of business and for the purpose of competition, for registration in directories, such as yellow pages, telephone directory or similar lists, by way of payment form, money order form, invoice, offer of correction or similar manner or to offer such registrations directly without unequivocally and also by clear and graphic means pointing out that such advertisement is solely an offer for a contract.*»

Het grote voordeel van deze uitdrukkelijke wettelijke bepaling is dat :

- 1) men duidelijk reclamerselsaars viseert door middel van de uitdrukkelijke opname van de verwijzing naar opname in reclamegidsen;
- 2) het gaat over B2B (*business to business*)-relaties zodat men de niet-commerciële initiatieven als vrijwilligersverenigingen die sponsors zoeken uitsluit;
- 3) alle vormen van reclamerselsarij onder de bepaling vallen, of het nu via een betalingsformulier, factuur of wat dan ook gaat;

4) elle exige qu'il soit indiqué de manière non équivoque et par des moyens graphiques qu'il s'agit d'une offre de contrat. Ainsi, les formes légitimes de prospection publicitaire restent hors de portée.

Depuis l'entrée en vigueur de cette disposition en Autriche, la problématique des démarcheurs publicitaires y a sensiblement perdu de son acuité.

Dans son rapport de 2008 sur les démarcheurs publicitaires, le Parlement européen a dès lors déclaré que cette législation autrichienne devrait servir de modèle de meilleure pratique dans tous les pays (rapport du 13 novembre 2008 — A6-0446/2008 du rapporteur Simon Busuttil, fait au nom de la Commission des Pétitions, sur les sociétés annuaires trompeuses — numéro 2008/2126(INI) — voir recommandation 3 de la Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs du 7 octobre 2008).

La présente proposition de loi entend dès lors insérer une disposition similaire dans la loi belge relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. Ainsi, les victimes, les procureurs et les juges n'auront plus aucun doute quant à l'illégalité des pratiques visées et aucun paiement ne sera donc dû.

Étant donné qu'il s'agit d'une forme de tromperie et de fraude ayant un impact grave sur l'économie du pays (il s'agit d'une activité qui génère des millions), une violation de cette interdiction est assortie d'une amende, comme la loi le prévoit déjà pour d'autres infractions. À cette fin, un 15<sup>o</sup> est ajouté à l'article 124 de la loi. La loi prévoit en outre déjà que ceux qui, de mauvaise foi, commettent une infraction à la loi risquent une amende plus élevée (article 125 de la loi). Ces sanctions pénales sont nécessaires pour dissuader les démarcheurs publicitaires.

Eu égard à l'article 113 de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur, les règles en matière d'action en cessation s'appliqueront également à une infraction à ces nouvelles dispositions.

\*  
\* \*

4) men eist dat ondubbelzinnig en door middel van grafische middelen moet worden vermeld dat het om een aanbod van een overeenkomst gaat. Zo blijven legitieme vormen van reclamewerving buiten schot.

Sinds de invoering van deze bepaling in Oostenrijk is de problematiek van reclameronselaars in Oostenrijk fel verminderd.

Het Europese Parlement heeft dan ook in zijn verslag van 2008 omtrent reclameronselaars gesteld dat deze Oostenrijkse wetgeving een *best practice* in alle landen zou moeten uitmaken (verslag van 13 november 2008 — A6-0446/2008 van verslaggever Simon Busuttil, in naam van het comité voor petitieën, omtrent misleidende ondernemingsgidsen — nummer 2008/2126(INI) — zie aanbeveling 3 van de Commissie interne markt en consumentenbescherming van 7 oktober 2008).

Dit wetsvoorstel wil dan ook een gelijkaardige bepaling opnemen in de Belgische wet marktpraktijken en consumentenbescherming. Hierdoor kan er dan ook geen enkele twijfel meer bestaan bij de slachtoffers, de procureurs en de rechters dat de geïndiceerde praktijk onwettelijk is en dus geen betaling verschuldigd is.

Aangezien het gaat om een vorm van misleiding en bedrog die een ernstige impact heeft op de economie van het land (het gaat om een miljoenenbusiness), wordt een inbreuk op dit verbod gekoppeld aan een geldboete, zoals de wet nu reeds bepaalt voor andere inbreuken. Hiervoor wordt bij artikel 124 van de wet een 15<sup>o</sup> toegevoegd. Daarenboven bepaalt de wet nu al dat zij die de wet te kwader trouw overtreden een hogere geldboete riskeren (artikel 125 van de wet). Deze strafsancities zijn noodzakelijk om reclameronselaars af te schrikken.

Gelet op artikel 113 van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming zullen ook bij een inbreuk op deze nieuwe bepalingen de regels inzake de vordering tot staking van toepassing zijn.

Dirk CLAES.  
Wouter BEKE.  
Peter VAN ROMPUY.

\*  
\* \*

**PROPOSITION DE LOI**Article 1<sup>er</sup>

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

## Art. 2

Dans la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur, il est inséré un article 97/1 rédigé comme suit :

«Art. 97/1. Il est interdit de prospecter des annonceurs dans le circuit commercial — que ce soit sous la forme d'insertion dans des guides, des fichiers d'adresses, des annuaires téléphoniques ou des listes et fichiers similaires — soit directement soit par le biais d'un formulaire de paiement, d'un formulaire de commande, d'une facture, d'une offre, de conditions générales, d'une proposition de correction ou sous toute autre forme similaire, sans indiquer explicitement que cette prospection d'annonceurs constitue une offre de contrat et sans mentionner dans le document, en caractère gras et dans la plus grande police de caractère, le prix et la durée de ce contrat. »

## Art. 3

L'article 124, alinéa 1<sup>er</sup>, de la même loi est complété par un 15<sup>o</sup> rédigé comme suit :

«15<sup>o</sup> de l'article 97/1 relatif à l'interdiction de prospecter des annonceurs.»

7 décembre 2010.

**WETSVOORSTEL**

## Artikel 1

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

## Art. 2

In de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming wordt een artikel 97/1 ingevoegd, luidende :

«Art. 97/1. — Het is verboden reclame te werven in het handelsverkeer — zij het in de vorm van opname in gidsen, adressenbestanden, telefoonboeken of gelijkaardige lijsten en bestanden — ofwel rechtstreeks ofwel door middel van een betalingsformulier, bestelformulier, factuur, aanbod, algemene voorwaarden, voorstel tot correctie of elke gelijkaardige vorm, zonder ondubbelzinnig aan te geven dat deze reclamewerving een aanbod van overeenkomst tegen betaling uitmaakt en zonder in het vetgedrukt en in het grootste lettertype gebruikt in het document de prijs en duur hiervan aan te wijzen.»

## Art. 3

Artikel 124, eerste lid, van dezelfde wet wordt aangevuld met een 15<sup>o</sup> dat luidt als volgt :

«15<sup>o</sup> van artikel 97/1 betreffende het verbod tot reclamewerving.»

7 december 2010.

Dirk CLAES.  
Wouter BEKE.  
Peter VAN ROMPUY.