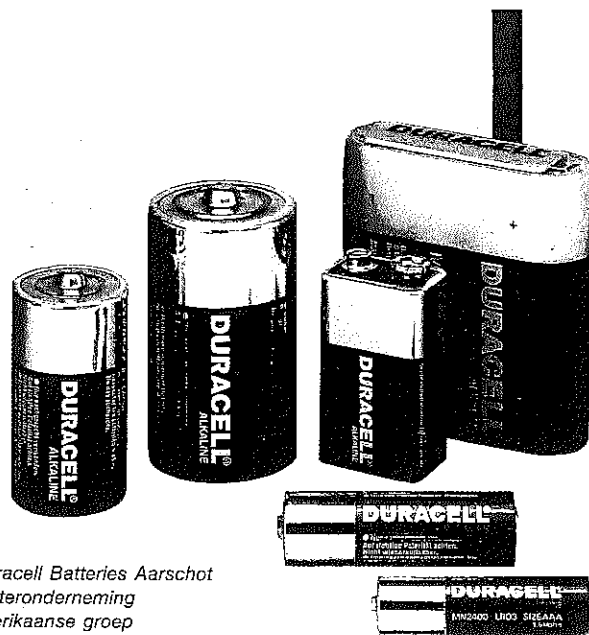


DURACELL®



De N.V. Duracell Batteries Aarschot is een dochteronderneming van de Amerikaanse groep Duracell Holdings Inc.

Duracell Aarschot werd opgericht in 1967 om te voldoen aan de groeiende Europese marktvraag naar Duracell batterijen.

Het bedrijf is gespecialiseerd in de productie en distributie van de zes voornaamste types alkalimangaan batterijen. Deze hebben een wereldwijde bekendheid verworven vanwege hun hoogstaande kwaliteit en lange levensduur. Doorheen het productieproces worden technische innovatie, automatisering en integrale kwaliteitszorg centraal gesteld.

N.V. DURACELL BATTERIES S.A.
Nijverheidslaan 7, Aarschot

Gabriel Luc Ballon *

Informatie aan de consument bij het aanbod van produkten en diensten: een mijnenveld voor de marketeer

De vrijheid van beroep en bedrijf wordt in ons land gegarandeerd door artikel 7 van het decreet-d'Allarde. Dat is een fundamentele bepaling, die zowel een publiek- als een privaatrechtelijke draagwijdte heeft. Publiekrechtelijk slaat ze op de bescherming van de vrijheid van beroep en bedrijf tegen belemmeringen van bestuurlijke aard. Privaatrechtelijk impliceert ze o.m. vrijheid van concurrentie en bescherming van de consument en van vier fundamentele consumentenrechten: informatie en vorming, gezondheid en veiligheid, herstel van schade, inspraak en vertegenwoordiging. Dit artikel behandelt de reglementering met betrekking tot de prijs- en de hoeveelhedaanduiding, de benaming en de samenstelling van de produkten en diensten en het gebruik ervan. Als besluit volgen enkele tips voor marketeers.

I. Inleiding: principe

Het ondernemen, met alles wat dat impliceert – reclame voeren, produkten en diensten op de markt brengen, met anderen concurreren om de gunst van het koperspubliek enz. – staat principieel voor iedereen open. Juristen vertalen dit door te spreken van een principiële vrijheid van beroep en bedrijf. Deze vrijheid wordt wel niet gegarandeerd door de Belgische grondwet, zoals zovele andere fundamentele rechten en vrijheden, maar door een hiërarchisch lager voorschrift, nl. artikel 7 van het decreet-d'Allarde van 2-17 maart 1791.¹ Desondanks mag men hier toch gewagen van een fundamentele bepaling.

* Advocaat; Universitaire Faculteiten Sint-Ignatius te Antwerpen (UFSIA) en Katholieke Universiteit Leuven

¹ Dit behoeft niet te verwonderen. Fundamentele rechten in de sociaal-economische sfeer hebben in de grondwet van de meeste ons omringende landen en in internationale verdragen die fundamentele rechten en vrijheden omschrijven (traditioneel) weinig aandacht gekregen. Denk b.v. aan het eigendomsrecht, het recht op en de vrijheid van (aangepaste) arbeid, de contractvrijheid enz.

Bij artikel 6, §1, VI van de Bijzondere Wet van 8 augustus 1980 tot hervorming der instellingen, gewijzigd bij de Wet van 8 augustus 1988, werd het economisch beleid in de ruime zin aan de gewesten toevertrouwd. Deze bevoegdheid moet evenwel worden uitgeoefend met inachtneming van het beginsel van de vrijheid van handel en nijverheid².

Artikel 7 van het decreet-d'Allarde heeft thans zowel een publiekrechtelijke als een privaatrechtelijke draagwijdte.

Publiekrechtelijke draagwijdte

De publiekrechtelijke draagwijdte van artikel 7 van het decreet-d'Allarde slaat op de bescherming die deze vrijheid dient te bieden tegen overheidsop treden. Zij beoogt de handel te beveiligen tegen belemmeringen van bestuurlijke aard³. Zij houdt in dat de overheid – zowel de nationale als de regionale en de lokale – zich bij haar reglementering door deze fundamentele vrijheid moet laten inspireren, ze moet bevorderen en respecteren. Als de overheid door haar reglementering deze vrijheid beperkt, dan moet het daarbij gaan om een regeling in het algemeen belang en niet om het onmogelijk maken van een beroepsuitoefening of een bedrijfsvoering of om het toekennen van monopolies⁴. De handhaving van de openbare orde of de veiligheid van de verrichtingen kunnen het ingrijpen van de overheid rechtvaardigen⁵, zelfs als daardoor de handel wordt bemoeilijkt⁶ of de bedrijfsvoering meer kosten met zich meebrengt⁷. Bij de uitwerking van de regeling moet de fundamentele eis van gelijkberechtiging, zonder discriminatie, worden gerespecteerd⁸. Voor een ongelijke behandeling moeten dus objectieve criteria kunnen worden aangevoerd.

2 Zie daarover: ALEN, A., "Het nieuwe België in drie fasen: een schematisch overzicht", *T.B.P.* 1989, (67) 69.

3 Cass. 8 juli 1907, Pas. 1907.I.321.

4 Luik 18 maart 1932, Pas. 1933.II.60.

5 Cass. 26 juni 1871, Pas. 1871.I.(280) 284; Cass. 6 juli 1908, Pand. Pér. 1909, 308; Pas. 1908.I.288; Cass. 23 november 1908, Pas. 1909.I.22.

6 Cass. 11 november 1844, Pas. 1845.I.(7) 12; Cass. 28 oktober 1907, Pas. 1908.I.12; Pand. Pér. 1908, 409; Cass. 1 december 1930, Pas. 1930.I.373.

7 Cass. 11 juli 1939, Pas. 1939.I.358; Cass. 12 oktober 1909, Pas. 1909.I.391.

8 R.v.S. nr. 2.806, 12 oktober 1953, Arr. 1953, 1229; R.v.S. nr. 5.984, 17 december 1957, Arr. 1957, 741.

Privaatrechtelijke draagwijdte

De privaatrechtelijke betekenis van artikel 7 van het decreet-d'Allarde houdt in dat elke in mededinging met anderen en met respect voor andermans rechten een beroep kan (beginnen) uitoefenen of een bedrijf kan uitbouwen om in zijn levensonderhoud te voorzien, met alle risico's die dit meebrengt. Deze vrijheid van concurrentie impliceert ook de mogelijkheid dat de minder efficiënt optredende concurrent compleet ten onder gaat. Deze strijd is echter geen onbeperkte, teugelloze bedoening: bepaalde regels, voor het merendeel neergelegd in de Wet betreffende de Handelspraktijken van 14 juli 1971, leggen de spelregels vast.

De privaatrechtelijke betekenis van deze vrijheid houdt eveneens in dat niet zou worden toegelaten dat de vrijheid van beroep en bedrijf in hoofde van de ene contractpartij zou leiden tot verdrukking van diezelfde vrijheid in hoofde van de economisch zwakkere wederpartij⁹. Dit is vereist omdat eenieder recht heeft op de vrije ontplooiing van zijn persoonlijkheid op het economische terrein, maar ook opdat een voldoende mate van mededinging en dus het voorhanden zijn van meerdere deelnemers aan het economisch verkeer aan vraag- en aanbodzijde een eerste vereiste is van onze economische politiek. Hieruit volgt dat zal worden opgetreden tegen concurrentiebeperkende afspraken en dat concurrentiebevorderende maatregelen zullen worden genomen. Maar ook impliceert het dat een groot aantal regelen zullen worden getroffen ter bescherming van de consument en van de vier als hem eigen erkende rechten: op informatie en vorming, op bescherming van gezondheid en veiligheid, op herstel van de door hem geleden schade, op inspraak en vertegenwoordiging.

Ter rechtvaardiging van reglementering inzake de informatie van de consument, en de bescherming van zijn gezondheid en veiligheid, beroept men zich ook vaak op het bevorderen van de markttransparantie. Hiermee bedoelt men het overzicht dat de marktdeelnemers hebben van het economisch gebeuren op een markt, de overzichtelijkheid van alle relevante gegevens voor één of beide partijen die zich min of meer bewust zijn van de motieven die hun optreden bepalen en min of meer op de hoogte zijn van de relevante marktgegevens, terwijl de marktstructuur zodanig is dat zij dit overzicht in min of meerdere mate toelaat¹⁰. Deze markttransparantie vergt dat de consument met betrekking

9 Cass. 2 juni 1960, Arr. Verbr. 1960, 881; Pas. 1960.I.1113.

10 SCOTT MAYNESS, E., "Towards Market Transparency", in: GOYENS, M. (ed.), *Price information and public price control, consumers and market performance*, Brussel, Story-Scientia, 1986, 61-62.

tot de op de markt aangeboden produkten en diensten beschikt over informatie inzake prijs, hoeveelheid, kwaliteit en aard van het produkt en/of van de dienst. De wetgever heeft dit ingezien en heeft in enkele kaderwetten de mogelijkheid vastgelegd voor de uitvoerende macht om bij Koninklijk Besluit een groot aantal gegevens over zeer uiteenlopende produkten en diensten te regelen¹¹. Wij kunnen deze onmogelijk allemaal behandelen in dit artikel: een wetboek dat de nationale regelen – op de regelen met betrekking tot de geneesmiddelen, de bestrijdingsmiddelen en de grondstoffen voor land- en tuinbouw na – van alle wetgeving bevat, beslaat twee dikke boekdelen van elk 600 bladzijden. Wij overlopen in deze bijdrage de regelen met betrekking tot de prijs- en de hoeveelhedaanduiding, de benaming en de samenstelling van de produkten en diensten en het gebruik ervan.

II. Reglementering

A. Informatie over de prijs

De belangrijkste wetgeving over de prijsinformatie ligt verval in de Wet betreffende de Handelspraktijken (hierna afgekort als WHP). Ze regelt de prijsaanduiding voor produkten en diensten en de aanduiding van prijsverminderingen. De verplichtingen gelden slechts wanneer men zich richt tot de verbruiker, de persoon die zich goederen en diensten aanschaft voor eigen gebruik of verbruik, d.w.z. die het aangeboden niet voor professionele doeleinden zal aanwenden¹².

Niet alleen de handelaar of de ambachtsman zijn onderworpen aan de verplichting van prijsaanduiding, maar ook iedere persoon die beroepsmatig produkten of diensten aan de verbruiker aanbiedt. Het toepassingsgebied strekt zich dus uit tot de landbouwers, de burgerlijke vennootschappen, de verenigingen met of zonder rechtspersoonlijkheid en de overheidsbedrijven.

In de industriële marketing hoeft men bij een tekoopaanbieding de prijs niet aan te duiden. Wie goederen aanbiedt op beurzen of in folders

11 Wij gaven er een uitgebreid overzicht van in onze, samen met P. DE VROEDE geredigeerde studie: "Evaluatie naar Belgisch recht van de juridische technieken voor een beleid gericht op de transparantie van de markt", in: STUYCK, J. en BALATE, E. (ed.), *Handelspraktijken & Voorlichting en bescherming van de consument*, Brussel, Story-Scientia, 1988, 43-81.

12 Brussel 13 april 1983, R.W. 1984-85, 1373, noot ARNOU, P.

voor uitsluitend professionelen, moet de prijs ervan dus niet aanduiden volgens de regels die we hierna toelichten.

1. Prijsaanduiding voor produkten

Artikel 2, §1 WHP stelt dat iedere handelaar of ambachtsman, alsmede iedere persoon die in het kader van een beroepswerkzaamheid of met het oog op de verwezenlijking van zijn statutair doel de verbruiker produkten te koop aanbiedt, gehouden is de prijs ervan aan te duiden. Deze aanduiding dient schriftelijk en ondubbelzinnig te zijn. Bij uitgestalde produkten moet de prijsaanduiding goed zichtbaar zijn.

a. Tekoopaanbieding

Aangenomen wordt dat de term "tekoopaanbieding", die voorkomt in artikel 2 WHP, niet de burgerrechtelijke betekenis heeft van een aanbod, maar in de zin van tekoopstelling moet worden geïnterpreteerd¹³. Er bestaat een algemeen vermoeden dat in een detailhandelszaak alles te koop is wat met de aard van de handel verenigbaar is, met uitzondering van de uitrusting die de handelaar nodig heeft om zijn handel uit te baten.

b. Wijze van prijsaanduiding

De prijsaanduiding moet ondubbelzinnig zijn. Om elke dubbelzinnigheid te vermijden wordt de verplichting opgelegd dat de aangeduide prijs de netto door de verbruiker te betalen eindprijs moet zijn. Deze prijs omvat ook alle belastingen en alle eventuele andere te betalen kosten (artikel 2, §3 WHP).

Dubbelzinnigheid wordt ook voorkomen doordat de prijs altijd in Belgische franken moet worden uitgedrukt (KB van 29 januari 1979).

De prijs moet schriftelijk worden aangeduid. Dit dient ruim te worden geïnterpreteerd: elke grafische aanduidingswijze die direct voor de aangesproken consument begrijpbaar is, mag worden gebruikt. Het scanningprocédé is echter uitgesloten, want het is niet via loutere waarneming volledig verstaanbaar¹⁴.

13 Zie de betekenis van deze term in art. 35 WHP: Cass. 20 oktober 1989, R.W. 1989-90, 853 dat de hier gehuldigde opvatting vooropstelt.

14 Zie DE VROEDE, P. en BALLON, G.L., *Handelspraktijken*, Antwerpen, Kluwer, 1986, nr. 69-70.

De verplichting tot schriftelijke prijsaanduiding geldt altijd, ook wanneer produkten niet worden uitgestald, maar op een andere manier te koop worden gesteld, zoals b.v. in een catalogus.

c. Uitgestalde produkten

Voor uitgestalde produkten moet de prijs eveneens schriftelijk en ondubbelzinnig én bovendien goed leesbaar worden aangeduid. Er is uitstalling van produkten wanneer de gebruiker het te koop aangeboden produkt zodanig kan waarnemen dat hij het duidelijk en totaal kan individualiseren. De plaats waar dat kan gebeuren is niet beperkt tot het uitstalraam, ook binnen in de verkoopruimte kunnen voorwerpen uitgestald zijn.

d. Meervoudige prijsaanduiding

Indien voor één produkt verschillende prijzen worden aangeduid, moet de gebruiker de laagste prijs betalen (artikel 1 van het KB van 22 januari 1976). Wanneer in eenzelfde verkooppunt identieke produkten tegen verschillende verkoopprijzen worden aangeboden, moet op het rek waar de produkten het duurst zijn geprijsd, een goed zichtbare en leesbare affiche de aandacht van de gebruikers vestigen op het bestaan van een verschillend geprijsd aanbod en de plaats aanduiden waar dat aanbod wordt gedaan (artikel 2 van het KB van 22 januari 1976).

e. Prijsaanduiding samen met een hoeveelheidsaanduiding

Voor los of in bulk verkochte produkten is de aanduiding van de wettelijke gewichtseenheid voor de vaststelling van de prijs verplicht. Deze eenheid is het kilogram voor produkten die volgens gewicht worden verkocht, de meter voor produkten die volgens lengte en de vierkante meter voor produkten die volgens oppervlakte worden verkocht (artikel 2, §1 van het KB van 10 juli 1972).

f. Aanduiding van de eenheidsprijs

Voor een aantal produkten die voor detailverkoop werden geconditioneerd en die worden uitgestald, moet de aangeduide prijs gevolgd worden door de eenheidsprijs. De eenheidsprijs is de prijs berekend per kilogram voor produkten die worden verkocht volgens gewicht en per liter voor de produkten die worden verkocht volgens volume. De eenheidsprijs wordt vermeld op hetzelfde etiket als de prijs en wordt gevolgd door de gewichts- of inhoudseenheid waarvoor hij geldt (artikel 2 van het KB van 10 juli 1972).

2. Prijsaanduiding voor diensten

Artikel 2, §2 WHP legt inzake diensten¹⁵ die aan de consument worden aangeboden, dezelfde verplichting op als artikel 2, §1 voor de produkten. De aanduiding gebeurt door het aanbrengen van een tarief dat schriftelijk, duidelijk en ondubbelzinnig de gevraagde prijs dient te vermelden. De verplichting geldt voor homogene materiële prestaties, waarvan de aard en de omvang bepaalbaar zijn bij de aanbieding. Indien een bestek vereist is om een aanbod te kunnen formuleren, is artikel 2, §2 WHP niet van toepassing.

De prijs voor diensten moet in principe op dezelfde manier worden aangeduid als voor produkten. De regels die gelden bij uitstalling van produkten gelden natuurlijk niet.

Artikel 3 van het KB van 10 juli 1972 stelt dat het tarief voor diensten uitdrukkelijk de berekeningsbasis moet vermelden. De berekening kan per uur, volgens de afstand tegen een forfaitaire prijs of volgens een andere berekeningsbasis gebeuren.

Het tarief van diensten moet op een van buiten zichtbare plaats worden aangebracht. In detailhandelsbedrijven met meerdere afdelingen mag het tarief worden aangebracht bij de toegang tot de betreffende afdeling. Als een dienst wordt aangeboden of verstrekt op de openbare weg, dan moet dit tarief ter beschikking van het publiek worden gesteld. Vervoerders moeten het tarief aanbrengen op de plaats waar ze hun zaken afhandelen.

3. Bijzondere regels inzake de prijsaanduiding

a. Op grond van de WHP

Bijzondere regels werden uitgevaardigd voor de prijsaanduiding van brood (KB van 8 september 1980), van logies, maaltijden, gerechten of dranken (KB van 15 januari 1988) en van motorbrandstoffen (KB van 23 november 1984).

Krachtens artikel 3, 2° WHP kan de Koning, voor de produkten die hij aanduidt, ontslaan van de verplichting om de prijs goed zichtbaar aan

¹⁵ Diensten zijn alle prestaties die een daad van koophandel of een ambachtelijke bedrijvigheid uitmaken.

te duiden. Dat is gebeurd voor juwelen, uurwerken, goud- en zilverwerk (KB van 18 juli 1972) en voor kunstvoorwerpen, voorwerpen voor verzamelingen en antiquiteiten (KB van 23 januari 1984).

b. Op grond van andere wetten

Op grond van andere wetten werden bijzondere regelen uitgevaardigd voor welbepaalde produkten of diensten (b.v. geneesmiddelen, taxivoer, diensten van campings).

4. Prijsverminderingen

a. Aankondiging van een prijsverlaging

Wie een prijsverlaging aankondigt en niet uitdrukkelijk verwijst naar de kleinhandelsprijs vastgesteld krachtens de Prijzenwet van 22 januari 1945, wordt geacht de prijsverlaging toe te staan op prijzen die voorheen door hemzelf in dezelfde inrichting werden toegepast voor identieke produkten of diensten¹⁶. Wie een prijsverlaging toepast, moet kunnen bewijzen dat hij deze aankondigt volgens dit principe. Een vroeger toegepaste prijs is de prijs die werd toegepast gedurende een doorlopende periode van één maand die onmiddellijk voorafgaat aan de datum waarop de verminderde prijs wordt toegepast. Deze datum moet aangeplakt blijven gedurende de hele periode van verkoop tegen deze verminderde prijs.

Om lokvogelaanbiedingen te vermijden, moet de aangekondigde verlaagde prijs gedurende minstens één dag worden toegepast. Anderszids mag de duur van de verkoop tegen de verlaagde prijs niet langer dan één maand duren, omdat de wetgever er terecht van uitgaat dat na een maand de verlaagde prijs de gewone prijs geworden is. Wie een prijsverlaging toepast die beperkt is in de tijd, dient voorts te beschikken over een voorraad die normaal moet worden gepland als men rekening houdt met de duur van de verkoop en de omvang van de daar rond gevoerde reclame.

Een prijsverlaging kan ook worden aangekondigd door te verwijzen naar de kleinhandelsprijs die werd vastgesteld in toepassing van de Prijzenwet. Wie in deze omstandigheden tot de aanbieding van een prijsverlaging overgaat, moet goed zichtbaar en ondubbelzinnig ver-

¹⁶ Voor produkten die aan snel bederf onderhevig zijn, is er een uitzondering vastgelegd.

melden dat hij verwijst naar een gereglementeerde prijs – prijs die hijzelf noch anderen misschien toepassen.

b. Prijsverminderingen bij verkopen bij opruiming

Bij verkopen bij opruiming moeten de toegepaste prijzen werkelijk lager liggen dan de prijzen die de verkoper voor dezelfde produkten pleegt te vragen (artikel 30 WHP). Met "verkopen bij opruiming" bedoelt men tekoopaanbiedingen of verkopen aan de consument van "ouderwetse, tot een geschonden reeks behorende of verlegen produkten, waartoe wordt overgegaan met het oog op de seizoenvernieuwing van het assortiment" van een detailhandelaar. Deze verkopen geschieden door versnelde afzet en tegen verminderde prijs; ze worden aangekondigd onder de benaming "opruiming", "solden", een vertaling van deze termen of een omschrijving of synoniem ervan (artikel 28 WHP).

Het is verboden een verkoop aan te kondigen door gebruik te maken van de benamingen "opruiming", "solden", "soldes", "Schlussverkauf", op zichzelf of in combinatie met een andere benaming waardoor de indruk van een opruiming wordt gewekt, in een ander geval dan dit bedoeld bij artikel 28 en indien niet is voldaan aan de voorwaarden die voor een dergelijke verkoop gesteld zijn (artikel 29 WHP).

Om het waarachtigheidskarakter van deze prijsverminderingen te garanderen, heeft de wetgever verboden om gedurende de maand voor het begin van de opruiming goederen aan te bieden met doorgehaalde prijzen of volgens een procédé dat de indruk wekt van een prijsverlaging. De produkten die gewoonlijk als "opruiming" of "solden" verkocht worden in de zin van artikel 28 WHP, mogen niet het voorwerp uitmaken van een aankondiging van prijsverlaging gedurende de zes weken die aan de opruimingsverkoop voorafgaan (artikel 33bis WHP).

c. Prijsverminderingen bij uitverkopen

Bij uitverkopen mogen prijsverminderingen worden aangekondigd, maar er bestaat daartoe geen verplichting. De aankondiging van een prijsverlaging naar aanleiding van een uitverkoop is dus niet aan wettelijke beperkingen onderworpen.

d. Andere verkopen tegen verminderde prijs

Om onduidelijke redenen heeft de wetgever de problematiek van de verkoop tegen verlaagde prijs ook nog behandeld in artikel 32-34 WHP.

Deze artikelen betreffen elke tekoopaanbieding of verkoop aan de consument met doorgehaalde prijzen of waarbij op enige andere wijze de indruk wordt gewekt van een prijsverlaging op de door de verkoper gewoonlijk toegepaste prijzen zonder dat de benamingen "uitverkoop" of "solden" worden gebruikt.

In de hier bedoelde gevallen moet de aangekondigde prijsverlaging reëel zijn ten opzichte van de prijzen die dezelfde verkoper voor identieke produkten gewoonlijk vraagt. Bovendien moet de verkoper, wanneer hij een prijsverlaging met tijdsbeperving aankondigt, een normale voorraad ter beschikking hebben om aan de te verwachten vraag te voldoen, gelet op de omvang van de gevoerde reclame.

B. Informatie over de aangeboden hoeveelheid

1. Hoeveelheidsaanduiding voor produkten

Geconditioneerde produkten die aan de verbruiker te koop worden aangeboden, dienen op hun verpakking of recipiënt de hoeveelheid in wettelijke eenheden te vermelden, d.i. eenheden vastgesteld door of krachtens de Wet van 16 juni 1970 op de maten en gewichten. Deze vermelding moet worden aangebracht hetzij door diegene die de produkten conditioneert, hetzij door de invoerder, hetzij door de kleinhandelaar, die deze vermelding ook op het prijsetiket mag (en soms moet) aanbrengen¹⁷. Als catalogi of andere documenten onder het publiek worden verspreid, dan geldt de verplichting om de in de verpakking of de recipiënt vervatte hoeveelheden te vermelden.

Produkten mogen niet te koop worden aangeboden of verkocht volgens het procédé "brutogewicht voor netto". Dat procédé houdt in dat

¹⁷ In artikel 5 WHP wordt het conditioneren omschreven als "het fractioneren, het wegen, het tellen of het meten, ..., al dan niet gevolgd van voorverpakking, en met de bedoeling die verrichting overbodig te maken bij de verkoop". Er is, zoals P. De Vroede terecht heeft opgemerkt, een duidelijke discrepantie tussen de inhoud van artikel 5 en de daarop volgende artikelen: het begrip *conditioneren* bestaat immers ook in het tellen van een aantal produkten, naast het meten en het wegen. Artikel 6,7 en 9 WHP, die de verplichtingen van de conditioneerder, de invoerder of de detailhandelaar bepalen, vernauwen het begrip *conditioneren* door de hoeveelheidsaanduiding slechts toe te staan door een uitdrukking in wettelijke eenheden. Het conditioneren door het tellen van produkten valt daar niet onder. Het tellen kan immers slechts leiden tot het aangeven van een aantal en een aantal is geen wettelijke eenheid. Zie: DE VROEDE, P., noot onder Gent 14 januari 1976, R.W. 1976-77, 1968 met verdere verwijzingen.

aan deze produkten een gewicht wordt toegeschreven dat ook dat van de verpakking of van de recipiënt omvat, waarin ze zijn geconditioneerd.

a. KB van 4 september 1972 betreffende de hoeveelheidsaanduiding

Als principe geldt dat de verplichte hoeveelheidsaanduiding bij verkoop aan de consument met de werkelijkheid dient overeen te stemmen. Afwijkingen voor bijzondere gevallen zijn mogelijk. Zo kan, voor produkten die wegens de aard van hun conditionering onderhevig zijn aan uitdroging of vochtopsorping, worden toegestaan dat de aangeduide hoeveelheid de hoeveelheid is bij verpakking of bij invoer. Hierop moet dan gewezen worden. Voor deze afwijkingen kan de minister van Economische Zaken ook de aanvaardbare maximumafwijking bepalen tussen de aangeduide en de werkelijk aanwezige hoeveelheid, indien deze afwijking toe te schrijven valt aan de onvermijdelijke onvolmaaktheid van de conditioneringstechnieken. De gemiddelde hoeveelheid die bij een aantal monsters wordt aangetroffen, mag echter nooit minder bedragen dan de hoeveelheid die op de verpakking is aangeduid.

De hoeveelheid moet in massa aangeduid worden voor de vaste stoffen en in volume voor de vloeistoffen. Dat geldt ook voor de verkochte produkten. Wie voorverpakte produkten te koop aanbiedt waarvan de hoeveelheden niet vooraf door de verkoper zijn vastgesteld, moet in de nabijheid van het rek waar deze produkten zijn uitgesteld, een verificatiebalans ter beschikking stellen van de verbruiker.

b. KB van 26 januari 1976 betreffende sommige modaliteiten van aanduiding der hoeveelheid

Dit besluit bevat voor welbepaalde produkten afwijkingen op de regels van artikel 6 tot 10 WHP op de hoeveelheidsaanduiding, indien voldaan is aan de bepalingen die door het besluit worden opgelegd. Meestal gaat het om de vervanging van de gewichtsaanduiding door het aangeven van het aantal stuks. Dat is b.v. het geval voor sommige fruitsoorten (avocado's, kiwi's enz.), groenten (look, maïskolven), zeevruchten (oesters).

Voor een aantal andere produkten moet de in wettelijke eenheden uitgedrukte hoeveelheid vervolledigd worden zoals aangegeven tegenover elk produkt. Hier worden ofwel de aanvullende aanduiding van het netto uitgelekt gewicht, ofwel het gewicht na verdunning of weder-samenstelling, ofwel het aantal stuks of het aantal porties opgelegd.

Ten slotte zijn er de produkten die meestal per eenheid, per bundel of in bakjes, schaaltes of zakjes worden verkocht en die van elke gewichtsaanduiding worden vrijgesteld. Dat geldt b.v. voor fruit dat per eenheid wordt verkocht (zoals kokosnoten), per kistje (zoals frambozen), per stuk (zoals sla) of per bundel (zoals prei).

c. KB van 28 december 1979 betreffende het voorverpakken naar gewicht of volume van bepaalde produkten in voorverpakkingen

Voorverpakkingen die produkten bevatten in constante nominale hoeveelheden, mogen niet op de markt worden gebracht indien zij niet een gemiddelde werkelijke inhoud hebben die minstens gelijk is aan of groter dan de nominale, op de verpakking aangeduide hoeveelheid. Voor de afwijking van individuele verpakkingen en de globale afwijking van meerdere voorverpakkingen zijn maxima bepaald.

Op elke voorverpakking moet onuitwisbaar, goed leesbaar en duidelijk zichtbaar zijn vermeld:

- de nominale hoeveelheid, d.w.z. de hoeveelheid van een produkt die de voorverpakking geacht wordt te bevatten, uitgedrukt in wettelijke eenheden. De grootte van deze aanduiding varieert naargelang van de hoeveelheid die de verpakking bevat;
- een merkteken of opschrift, vastgesteld bij Ministerieel Besluit, dat het mogelijk maakt de vulbedrijven of de importeurs te identificeren.

Deze beide vermeldingen moeten minstens gesteld zijn in de taal of de talen van het taalgebied waar de produkten in voorverpakking te koop worden aangeboden.

Voorverpakkingen die aan deze voorwaarden voldoen en die zich bevinden in de staat waarin ze gewoonlijk te koop worden aangeboden, mogen worden voorzien van het EEG-teken "e", als waarborg dat de voorverpakking aan deze voorschriften beantwoordt. Het teken wordt aangebracht onder de verantwoordelijkheid van het vulbedrijf of van de importeur.

d. KB van 13 november 1986 betreffende de etikettering van voorverpakte voedingsmiddelen

De algemene regel is dat voedingsmiddelen die voorverpakt in de handel worden gebracht, de nettohoeveelheid dienen aan te duiden¹⁸. Voor bepaalde voedingsmiddelen geldt deze verplichting evenwel niet¹⁹.

Vaste voedingsmiddelen die worden aangeboden in een opgietsvloei-stof, mogen slechts in de handel worden gebracht indien ook het netto uitgelekt gewicht van dit voedingsmiddel wordt vermeld.

Bij voorverpakkingen die bestaan uit twee of meer afzonderlijke voorverpakkingen, die dezelfde hoeveelheid van hetzelfde voedingsmiddel bevatten, wordt de nettohoeveelheid vermeld door het aangeven van de nettohoeveelheid van elke afzonderlijke verpakking en het totale aantal ervan. Deze vermeldingen zijn evenwel niet verplicht wanneer het totale aantal afzonderlijke verpakkingen duidelijk kan gezien worden (b.v. cellofaanverpakkingen) en zonder ze te openen duidelijk kan worden geteld, en wanneer tenminste een aanduiding van de in elke afzonderlijke verpakking aanwezige nettohoeveelheid duidelijk kan worden gezien. Bij voorverpakkingen die bestaan uit twee of meer afzonderlijke verpakkingen, die niet als verkoopeenheden worden beschouwd, wordt de nettohoeveelheid vermeld door het aangeven van de totale nettohoeveelheid en het totale aantal afzonderlijke verpakkingen.

e. Andere besluiten

Voor een aantal produkten wordt, op grond van de WHP, bepaald dat zij slechts mogen worden verkocht, te koop gesteld, voor de verkoop of

¹⁸ Deze wordt uitgedrukt:

- a. in volume-eenheden voor vloeibare voedingsmiddelen, met gebruikmaking van de liter, centiliter of milliliter
- b. in massa-eenheden voor de andere voedingsmiddelen, met gebruikmaking van het kilogram of de gram.

¹⁹ Bedoeld zijn voedingsmiddelen:

- a. die aanzienlijk aan volume of gewicht verliezen en die per stuk worden verkocht of in aanwezigheid van de koper worden gewogen
- b. met een nettohoeveelheid van minder dan 5 g of 5 ml. Deze bepaling is evenwel niet van toepassing op specerijen of kruiden
- c. die in de regel per stuk worden verkocht, mits het aantal stuks duidelijk kan worden gezien en van buitenaf gemakkelijk kan worden geteld, of, zo dat niet het geval is, in de etikettering is vermeld
- d. die zijn ingedeeld in categorieën naar hoeveelheid.

de levering beschikbaar gehouden of vervoerd of onder bezwarende titel overgedragen, mits de vermelding van het nettogewicht of -volume werd aangebracht²⁰.

In een aantal kaderwetten wordt, voor de produkten die zij regelen en met het oog op de daarbij vooropgestelde oogmerken, aan de Koning de bevoegdheid verleend om de hoeveelheidsaanduiding te regelen²¹. Dat geldt b.v.:

* voor grondstoffen voor de landbouw, de tuinbouw, de bosbouw en de veeteelt (artikel 2, §1 van de Wet van 11 juli 1969)

Als doelstellingen vermeldt dit artikel het vrijwaren van de belangen van fabrikanten, voortbrengers, kwekers, bereiders, telers, verdelers, gebruikers en verbruikers. De getroffen maatregelen moeten ertoe strekken bedrog en vervalsing te voorkomen en praktijken te weren die afbreuk doen aan de normale voorwaarden van de mededinging, of om de plantaardige en dierlijke produktie te bevorderen, te verbeteren en te beschermen.

* voor bestrijdingsmiddelen (artikel 5 van de Wet van 11 juli 1969)
Doelstelling moet zijn het belang van de volksgezondheid.

* voor landbouw-, tuinbouw- en zeevisserijprodukten (artikel 3, §1 van de Wet van 11 juli 1969)
Doelstelling is het belang van de volksgezondheid.

* voor voedingsmiddelen en andere produkten (artikel 2 van de Warenwet)
Doel moet zijn het belang van de volksgezondheid of het voorkomen van bedrog of vervalsing. De hier bedoelde andere produkten zijn tabak, produkten op basis van tabak en soortgelijke produkten; cosmetica, aërosols en uitdrijfgassen, toevoegsels voor voedingsmiddelen en gebruiksartikelen die bij gebruik een fysiologische uitwerking kunnen hebben.

20 Zulke bepalingen vindt men in:
artikel 5 van het KB van 15 januari 1975 betreffende suikers;
artikel 6 van het KB van 28 mei 1975 betreffende cacao en chocolade;
artikel 5 van het KB van 28 mei 1975 betreffende honig;
artikel 8 van het KB van 7 november 1975 betreffende eiprodukten en technische eiprodukten;
artikel 6 van het KB van 5 maart 1987 betreffende koffie, koffie-extracten en koffiesurrogaten.

21 Zie voor een volledige lijst: DE VROEDE, P. en BALLON, G.L., o.c., nr. 107 e.v.

2. Hoeveelheidsaanduiding voor diensten

De artikelen 6 tot 11 WHP slaan niet op diensten. De verplichting om wettelijke eenheden te gebruiken om de hoeveelheid gepresteerde diensten uit te drukken, volgt uit artikel 7 van de Wet van 16 juni 1970 op de maten en gewichten. Dit artikel stelt de verplichting voor goederen én voor diensten, en geeft ook de gevallen aan waarin ze geldt: bij handelsverrichtingen (zoals b.v. een verkoop) of bij het leveren van goederen; bij bepaling van de vergoeding of de prijs van diensten; in facturen, reclame en dergelijke; bij tekoopaanbieding op de verpakking of op de recipiënt.

C. Conditionering

Bij de hoeveelheidsaanduiding sluiten verplichtingen inzake de conditionering van produkten zeer nauw aan. De WHP beschouwt de bepalingen inzake het opleggen van de hoeveelheidsaanduiding en het verplicht stellen van een welbepaalde conditionering als een geheel.

Conditioneringsverplichtingen impliceren dat bepaalde produkten slechts mogen worden verkocht, te koop gesteld, vervoerd of op enige manier verhandeld, mits zij een bepaald nettogewicht hebben. Daartoe hoeven conditioneringsvoorschriften zich echter niet te beperken. Men kan ook denken aan bepaalde minimumaantallen die worden opgelegd, aan voorschriften betreffende de uiterlijke vorm van de waar, het voorgeschreven verpakkingsmateriaal enz.

De hoeveelheidsaanduiding impliceert niet méér dan dat de voor één prijs aangeboden hoeveelheid zou worden vermeld en de wijze waarop dat moet gebeuren. Combineert men deze met verplicht opgelegde conditioneringsvoorschriften in verband met het nettogewicht, dan vergemakkelijkt men het vergelijken van gevraagde prijzen voor substitueerbare waren.

1. Conditioneringsvoorschriften in uitvoering van de WHP

De WHP kent vooral conditioneringsverplichtingen in verband met opgelegde nettogewichten. Zulke bepalingen vindt men op de eerste plaats in het KB van 16 februari 1982 betreffende voor bepaalde voorverpakte produkten toegestane reeksen van nominale hoeveelheden of nominale capaciteiten. Het KB is toepasselijk op een aantal (produkten in) voorverpakkingen die worden opgesomd als bijlage bij dit besluit. Daarbij worden dan telkens de gestelde vereisten vermeld.

Uitgesloten zijn evenwel de uitsluitend voor beroepsdoeleinden bestemde produkten, gratis monsters, unidosissen en consumptie-ijs met een volume van maximaal 250 ml, voor zover deze in voorverpakkingen werden geconditioneerd.

2. Conditioneringsmaatregelen getroffen op grond van andere wetten

Een eerste wet is de wet van 28 maart 1975 betreffende de handel in landbouw-, tuinbouw- en zeevisserijprodukten. Een tweede is de Warenwet. De daardoor opgelegde conditioneringsverplichtingen betreffen ook verplichte nettogewichten.

3. Conditioneringsverplichtingen in uitvoering van opgeheven wetten

Een aantal verplichtingen die nog van kracht zijn, werden getroffen op grond van opgeheven wetten. Ook hier betreft het een verplicht conditioneren met gebruik van bepaalde nettogewichten²².

4. Geen uitdrukkelijk verbod van overdreven grote verpakkingen

Een regelmatig terugkerend probleem in de detailhandel is dat van verpakkingen die overdreven groot zijn voor de hoeveelheid of het volume van de verpakte goederen. Visuele vergelijking tussen verpakkingen is voor veel mensen de meest gebruikelijke wijze waarop zij hun aankoopkeuze maken. Zelfs indien gewicht, lengte, inhoud of andere eenheden duidelijk zijn aangeduid, blijft de mogelijkheid bestaan dat de consument wordt misleid bij overdreven grote verpakkingen. Slechts indien dwingende technische redenen kunnen worden aangetoond waarom een te grote verpakking noodzakelijk is, zoals b.v. de bescherming van de inhoud, het gedwongen gevolg van het gebruik van bepaalde machines, kan het aanwenden van te grote verpakkingen worden aanvaard.

Het procédé bedriegt niet alleen het publiek, het wekt tevens "de indruk dat ondernemingen die normale verpakkingen en recipiënten gebruiken, tegen minder voordelige prijzen verkopen dan deze die zich van bedrieglijke verpakkingen en recipiënten bedienen"²³. Tot nu toe kan het misleidend gebruik van overdreven grote verpakkingen of reci-

²² Aldus artikel 16 M.B. 30 april 1938 houdende inrichting van een officiële en facultatieve Hervekaascontrole; art. 5 Rgt. B. 10 februari 1946 betreffende de handel in vlees en andere produkten of vleesderivaten.

²³ Parl. St., Senaat, (1968-69), nr. 415, 11.

piënten slechts worden tegengegaan via het aanwenden van de algemene norm der eerlijke handelspraktijken, hoewel artikel 11, 5° WHP de mogelijkheid biedt om een daartoe strekkend verbod op te leggen²⁴.

D. Informatie over de benaming en de samenstelling van produkten²⁵

1. De regels in de WHP

Artikel 12 WHP kent aan de Koning een aantal bevoegdheden toe om regelend op te treden bij het vaststellen van de benamingen en de samenstelling van produkten. Deze bevoegdheden worden Hem verleend om de eerlijkheid van de handelsverrichtingen te garanderen. Als beperking geldt dat de maatregelen enkel produkten mogen betreffen. Om de benamingen en de prestaties bij het aanbieden van bepaalde diensten te regelen, kan de Koning geen beroep doen op dit artikel (zie artikel 3 van de Prijzenwet). Als een benaming werd gereglementeerd, dan moet ze ook in overeenstemming met de reglementering in de reclame worden gebruikt, zoniet wordt het verbod van misleidende reclame geschonden.

De volgende maatregelen kunnen worden genomen:

- a. het vastleggen van de voorwaarden van menging, samenstelling en kwaliteit waaraan produkten moeten voldoen om onder een bepaalde benaming in de handel te worden gebracht. Slechts indien aan de vastgestelde voorwaarden is voldaan mag de benaming voor het produkt gebruikt worden.
- b. het verbieden dat produkten onder een bepaalde benaming in de handel worden gebracht.

²⁴ Vgl. Bundesgerichtshof 30 oktober 1981, *Betriebs-Berater*, 1982, 1258, noot STRECKER, A.; *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht*, 1982, 118, noot KRUGER, C., Kippdeckeldose. In België is één uitspraak bekend: Voorz. Kh. Brussel 16 januari 1986, resumé in *Trade & Law Handelspraktijken* 1986.1.58. Potjes van ongeveer dezelfde grootte werden gebruikt voor magere kaas opgeklopt met yoghurt en fruit. Het potje van eiser bevatte 125 g, dat van verweerder 100 g. Door een verschil in opklopprocédé kon bereikt worden dat beide produkten eenzelfde hoogte in het potje bereikten. De Voorzitter meende dat zulks als motivering kon volstaan. Over enige dwingende technische noodzaak voor het aanzienlijke verschil, nu toch het gevaar voor misleiding van de consument reëel is, wordt niets gezegd.

²⁵ Wij geven hier slechts een bondig overzicht. Voor een uitvoerige uiteenzetting (die echter wegens het voortdurend veranderen van de wetgeving niet meer helemaal up-to-date is) verwijzen wij naar ons in voetnoot 11 geciteerde artikel.

- c. het reglementeren van de etikettering en het opleggen van een benaming voor produkten die in de handel worden gebracht.
- d. het opleggen van de toevoeging van tekens, woorden of uitdrukkingen die de betekenis ervan nader bepalen, aan de benamingen waaronder produkten in de handel worden gebracht.
- e. het verbieden van de toevoeging van zekere tekens, woorden of uitdrukkingen aan de benamingen waaronder produkten in de handel worden gebracht.
- f. het opleggen van de verplichting om essentiële gegevens over de produkten tenminste in de taal van het taalgebied te vermelden. Deze laatste bevoegdheidstoekenning betreft ook andere gegevens dan de loutere benamings- en samenstellingsaanduiding van produkten. Zij kan ook gelden voor waarschuwingen, verduidelijkingen (b.v. pictogrammen) en andere vermeldingen die op het etiket worden aangebracht en die essentiële karakteristieken i.v.m. de benaming en de samenstelling betreffen.

2. Bepalingen uit andere wetten dan de WHP

Het gaat om de volgende wetten:

- a. de wet van 24 februari 1921 betreffende het verhandelen van giftstoffen, slaapmiddelen en verdovende middelen, ontsmettingsmiddelen en antiseptica.
- b. de wet van 14 augustus 1933 betreffende de bescherming van drinkwaters.
- c. artikel 3 van de Prijzenwet.
- d. de wet van 29 maart 1958 betreffende de bescherming van de bevolking tegen de uit ioniserende stralingen voortspuitende gevaren.
- e. de wet van 25 maart 1964 op de geneesmiddelen.
- f. de wet van 28 december 1964 betreffende de bestrijding van de luchtverontreiniging.
- g. de wet van 11 juni 1969 betreffende de bestrijdingsmiddelen en de grondstoffen voor de landbouw, tuinbouw, bosbouw en veeteelt.

- h. de wet van 28 maart 1975 betreffende de handel in landbouw-, tuinbouw- en zeevisserijprodukten.
- i. de Warenwet.

E. Informatie over het gebruik en de bewaring van produkten

De meeste wetten vermelden niet uitdrukkelijk dat informatieverplichtingen met betrekking tot het gebruik en de bewaring van produkten kunnen worden opgelegd. Wel bevatten zij bepalingen inzake het reglementeren van de etikettering, en zij laten het aan de uitvoerende macht over om dit te concretiseren in voorschriften voor bepaalde produkten. Dat is het geval voor:

- de wet van 11 juli 1969 betreffende de bestrijdingsmiddelen en de grondstoffen voor de landbouw, tuinbouw, bosbouw en veeteelt.
- de wet van 28 maart 1975 betreffende de handel in landbouw-, tuinbouw- en zeevisserijprodukten.
- de Warenwet.

Op grond van deze laatste wet werd b.v. de verplichting voorgeschreven om op de verpakking van yoghurt te vermelden "bewaren op max. 7 °C" (artikel 5, 1, 5° van het KB van 18 maart 1980).

F. Benamingen van oorsprong

Een benaming van oorsprong is de geografische benaming van een land, een streek of een plaats die dient om een produkt aan te duiden dat daarvan afkomstig is en waarvan de kwaliteit en de eigenschappen uitsluitend of wezenlijk het gevolg zijn van het geografisch milieu dat natuurlijke en menselijke factoren bevat (artikel 13 WHP).

Men dient inzake de reglementering een onderscheid te maken tussen de Belgische en de buitenlandse benamingen van oorsprong. Voor de Belgische is een erkenning van de benaming bij Koninklijk Besluit vereist. De buitenlandse oorsprongsbenamingen van alcoholische dranken moeten bij de Belgische regering worden aangemeld. Hun bescherming wordt soms gegarandeerd door een specifieke regeling, die straf-

rechtelijk wordt gesanctioneerd. In de praktijk zal men teruggrijpen naar de algemene norm van eerbiediging van de eerlijke handelspraktijken²⁶.

Twee Belgische benamingen van oorsprong zijn tot dusver beschermd. Het gaat om de benamingen "Ardense ham" en "Ardense boter". Op de bescherming ervan is heel wat (terechte) kritiek geuit. Daarbij liet men voornamelijk opmerken dat het wettelijk begrip van de benaming van oorsprong – als benaming die een geheel van kwaliteiten uitdrukt die specifiek met een geografisch bepaalde site verbonden zijn – er geweld door werd aangedaan²⁷.

Als er voor een bepaald produkt een beschermde benaming van oorsprong bestaat, dan moet dat met gebruik van de benaming worden aangeduid. Usurpatie van een beschermde benaming of directe verwijzing ernaar met een relativerende uitdrukking (type, systeem) is verboden²⁸.

III. Wat nu, marketeer?

Na dit overzicht moet de marketeer wel een gevoel van moedeloosheid over zich voelen neerkomen: niet eens een volledige behandeling van de geldende reglementering kon geboden worden. Bovendien verandert die vaak en is het niet steeds duidelijk welk voorschrift van toepassing is. Hoe moet men deze reglementering kennen, hoe verkrijgt men de zekerheid dat een produkt dat binnen de EEG rechtsgeldig op de markt werd gebracht, ook in Zwitserland, Oostenrijk enz. kan worden gecommmercialiseerd?

Producenten met een uitgebreid distributienet kunnen meestal wel via handelspartners of dochterondernemingen informatie inwinnen over de toepasselijke wetgeving. Voor KMO's is dat echter geen praktische weg. Beter haalbaar is het inwinnen van gespecialiseerd juridisch advies bij een advocatenkantoor. Gespecialiseerd juridisch advies is niet goedkoop, maar het biedt wel de veiligste oplossing. Een andere moge-

lijkheid bestaat erin aan te sluiten bij de in aanmerking komende nationale beroepsverenigingen. Daar inlichtingen inwinnen over het lanceren van nieuwe produkten kan echter op psychologische weerstand stuiten ("Der Feind hört mit"). Voor het op de markt brengen van nieuwe produkten binnen een bekende produktencategorie kan men ook voortgaan op de lijsten met handelsbelemmerende voorschriften, uitgegeven door de GATT. Het inwinnen van inlichtingen bij de nationale bevoegde instanties (ministeries, controlediensten) is ten slotte ook een mogelijkheid.

Abstract

Consumer Information in the Supply of Products and Services A Minefield for Marketeers

In Belgium the freedom of profession and trade is guaranteed by article 7 of the d'Allarde decree. This is a fundamental regulation, which pertains to public as well as private law. The public law aspect means that the freedom of profession and trade is protected against government impediments. Private law implies a.o. freedom of competition, protection of consumers and of four fundamental consumer rights: information, health and security, compensation in case of damage, representation and participation. This article deals with the legal rules for price and quantity/amount indication, the name and composition of products and services and their use. In his conclusion the author formulates some tips for marketeers.

26 Zie b.v. voor de usurpatie van de benaming *havana* voor sigaren: Brussel 30 september 1988, J.T. 1989, 128; *Ing. Cons.* 1988, 269 dat Voorz. Kh. Brussel 21 januari 1985, *Ing. Cons.* 1985, 117 bevestigt.

27 FRANCK, P.A., "Jambon d'Ardenne", J.T. 1974, 348; TUMMERS, A., "La protection des appellations d'origine dans la loi du 14 juillet 1971 sur les pratiques du commerce", *Ing. Cons.* 1974, 41 e.v.

28 Zie daarover: DE VROEDE, P. en BALLON, G.L., o.c., 150, nr. 317-318.