

WET MARKTPRAKTIJEN

Eerder verschenen in de Reeks Instituut Financieel Recht:

1. Hans De Wulf, *Taak en loyauteitsplicht van het bestuur in de naamloze vennootschap*, 2002, xxxvi + 910 p.
2. Reinhard Steennot, *Elektronisch betalingsverkeer*, 2002, xxxviii + 751 p.
3. Michel Tison, Cathy Van Acker, Jan Cerfontaine (eds.), *Financiële regulering: op zoek naar nieuwe evenwichten, Volume I, Privaat bankrecht, Ondernemingsrecht, Insolventierecht*, 2003, x + 548 p.
4. Michel Tison, Cathy Van Acker, Jan Cerfontaine (eds.), *Financiële regulering: op zoek naar nieuwe evenwichten, Volume II, Financiële transacties, Financiële markten, Prudentieel recht*, 2003, x + 510 p.
5. Guy Schrans en Reinhard Steennot, *Algemeen deel van het financieel recht*, 2003, xxii + 484 p.
6. Michel Tison (ed.), *Belgisch kapitaalmarktrecht op Europese leest*, 2007, vi + 440 p.
7. Ingrid De Poorter, *Controle van financiële verslaggeving: revisoraal en overheidstoezicht*, 2007, xxiv + 572 p.
8. Reinhard Steennot, *Handboek consumentenbescherming en handelspraktijken*, 2007, xxvi + 628 p.
9. Hans De Wulf en Christoph Van der Elst, *De Belgische overnamewetgeving na de hervorming van 2007*, 2008, xviii + 420 p.
10. Lientje Van den Steen, *De effectenrekening*, 2009, xxxiv + 844 p.
11. Veerle De Vuyst, *Internal governance bij financiële conglomeraten*, 2010, xxxviii + 738 p.



REEKS INSTITUUT FINANCIEEL RECHT, nr. 12

Het Instituut Financieel Recht – Financial Law Institute werd in 1990 als onderzoekscentrum binnen de Faculteit Rechtsgeleerdheid van de Universiteit Gent opgericht. Het Instituut streeft ernaar om vooraanstaand wetenschappelijk onderzoek en expertise te ontwikkelen en uit te dragen in het financieel recht in de ruime zin, onder meer door de organisatie van colloquia, het stimuleren van doctoraatsonderzoek en de medewerking aan onderzoeksprojecten.

Naast deze publicatiereeks, lanceerde het Instituut eveneens in 1999 een Working Paper Series, dat een deel van de onderzoeksoutput via Internet beschikbaar stelt. Meer informatie over de doelstellingen, werking en leden van het Instituut Financieel Recht is terug te vinden op de internetsite van het Instituut:

<www.law.Ugent.be/fli>

FACULTAIRE UITGAVENREEKS GANDAIUS

De naam Gandaius bundelt een verscheidenheid aan boeken, alle geschreven door professoren, assistenten en onderzoekers van de Gentse rechtsfaculteit.

<www.gandaius.ugent.be>

WET MARKTPRAKTIJEN

Reinhard STEENNOT

Filip BOGAERT

Diederik BRULOOT

Delphine GOENS*

- * Reinhard Steennot schreef de nrs. 1-30, 242-297, 334-364
- Filip Bogaert schreef de nrs. 132-133, 220-241, 299-307, 320-333
- Diederik Bruloot schreef de nrs. 134-218, 308-319
- Delphine Goens schreef de nrs. 31-130, 365-386

Wet Marktpraktijken
Reinhard Steennot, Filip Bogaert, Diederik Bruloot en Delphine Goens

© 2010 Intersentia
Antwerpen – Cambridge
www.intersentia.be

ISBN 978-94-000-0152-7
D/2010/7849/139
NUR 827

Alle rechten voorbehouden. Behoudens uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van de uitgever.

VOORWOORD

De nieuwe Wet Marktpraktijken werd op 12 april 2010 gepubliceerd in het *Belgisch Staatsblad*. Professor Reinhard Steennot is erin geslaagd om samen met een aantal medewerkers van het Instituut Financieel recht op zeer korte termijn een exhaustieve commentaar op te stellen. Zoals hij zelf stelt, hebben de auteurs zich niet beperkt tot een commentaar op de nieuwe bepalingen, maar werd de nieuwe wet in haar geheel in de bespreking betrokken. Men kan zich best inbeelden dat dit een omvangrijke en moeilijke opdracht is geweest, gelet op de wijze waarop de wetgever deze wetsbepalingen heeft opgesteld. Zoals dikwijls gebeurt in wetgeving ter bescherming van de consument, heeft men rekening moeten houden met politieke evenwichten, wat voor gevolg heeft gehad dat ook deze wetgeving gebrekkig werd opgesteld, weinig zin voor coherentie vertoont en op talloze plaatsen voor aanzienlijke verbetering vatbaar is. Het is jammer dat onze wetgever er al jaren niet meer in slaagt om consumentenbescherming in het algemeen in goede banen te leiden. Misschien moet men zich afvragen of de wetgever wel consumenten wil beschermen dan wel eerder bepaalde belangengroepen dient. Jammer...

Reinhard Steennot en zijn mede-auteurs hebben dan ook de koe bij de horens gevat en zijn vertrokken van het idee dat de huidige indeling van de wet “niet overtuigend” was en hebben gekozen voor een duidelijke en systematische benadering. En dat is geen geringe verdienste voor de gebruiker die met de vroegere wetgeving vertrouwd was.

Het commentaar dat voorligt, getuigt van een grote kennis en diepgaand inzicht van de auteurs in deze complexe materie. Ze zijn erin geslaagd om niet enkel de lezer te boeien die op de hoogte wenst te zijn van de nieuwigheden in de wet, maar ook de praktizijn die de wet *in concreto* zal moeten toepassen, wat niet altijd eenvoudig zal zijn. Deze laatste zal, gelet op het feit dat de artikelen werden hernummerd, veel soelaas vinden in de concordantietabel op het einde van het boek.

De auteurs gaan de vele knelpunten niet uit de weg, integendeel. Daar waar de wetgever voor lacunes zorgt, trachten zij een beredeneerde oplossing voor te stellen. In een aantal gevallen zal de rechter moeten trancheren.

Reinhard, Filip, Diederik en Delphine, jullie werk is zeker niet het einde. Nieuwe rechtspraak en nieuwe evoluties in Europa zullen in de (nabije?) toekomst een update noodzakelijk maken. Ik wacht met spanning!

Prof. Cathy Van Acker
Voorzitter vakgroep Economisch Recht
november 2010

INHOUD

<i>Voorwoord</i>	v
<i>Inleiding</i>	1
Hoofdstuk I.	
Relevante begrippen bij de bepaling van het toepassingsgebied	5
Afdeling 1. Personeel toepassingsgebied.....	5
§ 1. Onderneming	5
§ 2. Consument.....	10
Afdeling 2. Materieel toepassingsgebied.....	11
§ 1. Producten.....	11
§ 2. Goederen	12
§ 3. Diensten	12
Afdeling 3. Territoriaal toepassingsgebied	13
§ 1. Contractuele aspecten	13
A. Bijzondere verwijzingsregel.....	13
B. Toepassingsvoorwaarden.....	14
C. De verwijzingsregelen die gelden indien de bijzondere verwijzingsregel niet van toepassing is	16
D. Verboden rechtskeuzebedingen	17
E. Belang van regelen van bijzonder dwingend recht.....	18
§ 2. Handelspraktijken	19
Afdeling 4. Temporeel toepassingsgebied.....	20
Hoofdstuk II.	
Promotie en promotietechnieken	23
Afdeling 1. Reclame, handelspraktijken en marktpraktijken	23
§ 1. De begrippen reclame, marktpraktijken en handelspraktijken	24
§ 2. Vergelijkende reclame	25
A. Begrip vergelijkende reclame.....	25
B. De voorwaarden voor geoorloofde vergelijkende reclame	30
1. Goederen of diensten die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd.....	30
2. Een objectieve vergelijking.....	31
3. Niet misleidend	35

4.	Niet verwarrend	35
5.	Niet denigrerend of kleinerend	35
6.	De vergelijking van producten met een benaming van oorsprong	37
7.	Geen oneerlijk voordeel	37
8.	Geen namaak of imitatie.	39
C.	Hyperbolische reclame	40
§ 3.	Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten.	41
A.	Inleiding: structuur van de regeling.	41
B.	De zwarte lijsten	42
1.	Misleidende handelspraktijken	43
2.	Agressieve handelspraktijken	51
C.	Open norm	55
1.	Misleidende handelspraktijken	56
a.	Misleidende informatie.	56
b.	Misleiding door omissie	59
2.	Agressieve handelspraktijken	61
D.	Algemene norm inzake oneerlijke handelspraktijken.	62
E.	Bijzondere civielrechtelijke sanctie.	64
1.	Ongevraagde levering	64
2.	Schending van andere bepalingen inzake oneerlijke handelspraktijken	65
§ 4.	Ongewenste communicaties	68
§ 5.	Oneerlijke marktpraktijken jegens niet-consumenten.	69
A.	Algemeen verbod.	70
1.	Twee voorwaarden	70
2.	Toepassingen.	71
a.	Het afwerven van personeel en/of cliënteel	71
b.	Derdedemedplichtigheid aan contractbreuk.	72
c.	Het onrechtmatig gebruik van een handelsnaam en een domeinnaam	74
d.	De aanhaking of parasitaire mededinging	75
e.	De verkoop- of contractweigerings	78
f.	De verkoop van diensten met verlies	79
B.	Reclame jegens andere personen dan consumenten	79
C.	Verbod van afgedwongen aankoop	82
D.	Verboden piramidesysteem	82
E.	Verkoop met verlies.	83
1.	Algemeen.	83
2.	Toepassingsgebied	83
3.	De verboden verkoop met verlies	84
4.	Uitzonderingen op het verbod om met verlies te verkopen	86

5.	Contractuele bepalingen i.v.m. de verkoop met verlies	89
6.	Sanctionering	90
Afdeling 2.	Promoties inzake prijzen	90
§ 1.	Verenigbaarheid met de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken	90
§ 2.	De aankondiging van prijsverminderingen	92
A.	Algemeen	92
B.	Toepassingsgebied	93
1.	Prijsvermindering	93
2.	Aankondiging	94
3.	Suggesties van prijsverminderingen	95
4.	Verwijzing naar andere prijzen	96
C.	Voorwaarden	98
1.	Referentieprijs	98
2.	Prijsaanduiding	100
a.	Basisregel	100
b.	Eenvormig kortingspercentage	100
c.	Voorstellingswijzen	102
3.	Duur	103
D.	Onvoldoende voorraad	103
§ 3.	Uitverkopen	105
A.	Toepassingsgebied	106
B.	Gevallen waarin een uitverkoop is toegelaten	108
C.	Te respecteren voorwaarden	110
1.	Kennisgeving	110
2.	Duur	111
3.	Locatie	111
4.	Goederen	112
5.	Prijsvermindering	113
6.	Bewijslast	114
§ 4.	Solden	114
A.	Begrip en toepassingsgebied	115
B.	Te respecteren voorwaarden	116
1.	Periode	116
2.	Goederen	118
3.	Locatie	118
4.	Prijsvermindering	119
5.	Bewijslast	120
C.	Sperperiode	120
1.	Periodes en sectoren	121
2.	Voorwerp van het verbod	122
3.	Bijzondere toepassingsgevallen	124
4.	Uitzondering	126

§ 5. Kortings­titels	127
A. Toepassings­gebied	127
B. Titels die recht geven op terugbetaling	128
C. Titels die recht geven op een prijs­vermindering	129
D. Gemeenschappelijke bepalingen	131
E. Bevoegdheids­delegatie	133
 Hoofdstuk III.	
Verkoop­technieken	135
 Afdeling 1. Het gezamenlijk aanbod	135
§ 1. Algemeen	135
§ 2. Definitie	137
A. Een aanbod	137
B. Gezamenlijk aanbod	137
C. Goederen en diensten	138
D. Van een onderneming aan de consument	138
§ 3. De principiële toelaatbaarheid van het gezamenlijk aanbod van goederen en niet financiële diensten aan de consument	139
§ 4. Een gezamenlijk aanbod aan de consument van een financiële dienst blijft principieel verboden	140
Afdeling 2. Openbare verkoop	143
§ 1. De aanbieding, tekoop­stelling en verkoop	143
§ 2. Gebruikte goederen	145
§ 3. In lokalen die uitsluitend bestemd zijn voor de openbare verkoop	145
§ 4. Na te leven formaliteiten	146
§ 5. Toezicht en handhaving	146
Afdeling 3. Overeenkomsten op afstand	147
§ 1. De algemene regeling inzake overeenkomsten op afstand in de Wet Marktpraktijken	147
A. Toepassings­gebied	147
B. Informatie­plichten	148
1. Bij het aanbod van een overeenkomst op afstand	149
2. Informatie voorafgaand aan de levering van het goed of uitvoering van de diensten­overeenkomst	151
C. Herroepings­recht	155
1. Herroepingstermijn	155
2. Wijze waarop het herroepings­recht moet worden uitgeoefend	156
3. Gevolgen van de uitoefening van het herroepings­recht	157
4. Niet langer een verbod om gedurende de herroepings­ termijn betaling of een voorschot te eisen	158
5. Uitzonderingen op herroepings­recht	159

D. Uitvoering van de overeenkomst	160
§2. Overeenkomsten op afstand betreffende financiële diensten	161
A. Toepassingsgebied en begrippen	161
1. Financiële diensten	161
2. Onderneming en aanbieder	162
3. Initieel akkoord en opeenvolgende verrichtingen	162
B. Informatieplichten	163
1. De informatieplicht uit artikel 50 en 51 WMPC	163
2. De informatieverplichting <i>ex</i> artikel 52 WMPC	166
3. Sanctionering	167
C. Het herroepingsrecht	168
1. Algemeen en herroepingstermijn	168
2. Situaties waarin de consument niet over een herroepingsrecht beschikt	169
3. Uitoefening van het herroepingsrecht	170
§3. Gemeenschappelijke bepalingen betreffende overeenkomsten op afstand die onder de toepassing van de Wet Marktpraktijken vallen	171
A. Bewijslast	171
B. Dwingend karakter	172
C. Verzending van producten en titels	172
D. Verbod van opt out-opties	172
Afdeling 4. Overeenkomsten gesloten buiten de lokalen van de onderneming	172
§1. Bescherming in de Wet Marktpraktijken	173
A. Toepassingsgebied	173
B. Het vereiste van een schriftelijke overeenkomst	176
C. Herroepingsrecht en totstandkoming van de overeenkomst	177
§2. Regeling ambulante activiteiten	179
Hoofdstuk IV.	
Contractuele aspecten van de Wet Marktpraktijken	183
Afdeling 1. Algemene informatieverplichting	183
Afdeling 2. Prijsaanduiding	187
§1. Basisregelen	187
§2. Uitvoeringsbesluiten	189
§3. Tekoopaanbieding en reclame	192
Afdeling 3. Bestelbon en bewijsstukken	193
§1. Bestelbon	193
§2. Bewijsstuk inzake diensten	196
Afdeling 4. Interpretatie van overeenkomsten met consumenten	197
Afdeling 5. Onrechtmatige bedingen	198

§ 1. De zwarte lijst van onrechtmatige bedingen	200
A. Onherroepelijke verbintenis van de consument.	200
B. Prijsaanpassingsclausules.	200
C. Eenzijdige wijziging van de kenmerken van de overeenkomst en de voorwaarden	201
D. Bedingen betreffende de wanprestatie van de onderneming.	203
E. Schadebedingen.	204
F. Bedingen inzake stilzwijgende verlenging van contracten van bepaalde duur	206
G. Bedingen betreffende de bewijsmiddelen en bewijslast	207
H. Bevoegdheidsbedingen.	207
I. Prijsverhoging wegens weigering domiciliëring of weigering facturatie elektronische post	208
§ 2. De open norm inzake onrechtmatige bedingen.	208
§ 3. Sanctionering.	210
Hoofdstuk V.	
De vordering tot staking en de sancties in de Wet Marktpraktijken	211
Afdeling 1. Vordering tot staking.	211
§ 1. Bevoegdheid van de voorzitter van de rechtbank van koophandel.	211
§ 2. Persoon tegen wie de stakingsvordering kan worden ingesteld	212
§ 3. Entiteit bevoegd om de stakingsvordering in te stellen	213
§ 4. Toekenning respijttermijn.	215
§ 5. Openbaarmaking	215
§ 6. Verjaring.	216
Afdeling 2. Waarschuwingsprocedure	216
Afdeling 3. Strafsancties	217
Afdeling 4. Opsporing en vaststelling van de bij de wet verboden handelspraktijken	218
§ 1. Bevoegdheden van de ambtenaren	218
§ 2. Minnelijke schikking.	220
§ 3. Bevel tot beslag	220
Concordantietabel WMPC – WHPC.	223