



ADVIES

CRB 2020-1320

Modernisering consumentenrechten
(omzetting 'Omnibus'-richtlijn)

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





Advies
Modernisering consumentenrechten
(omzetting 'Omnibus' – richtlijn)

Brussel
06.07.2020

Inbehandelingneming

In een brief van 23 april 2020 richtte Minister van Economie en Consumenten, Nathalie Muylle, een adviesvraag aan de bijzondere raadgevende commissie Verbruik met betrekking tot de omzetting van de Richtlijn 2019/2161 van het Europees parlement en de Raad van 27 november 2019 tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en Richtlijnen 98/6/EG, 2005/29/EG en 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de Unie, de zgn. Omnibusrichtlijn.

De subcommissie Handelspraktijken, die opdracht kreeg om een ontwerpadvies voor te bereiden, kwam hiervoor bijeen, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot, op 25 mei en 19 juni 2020. Namen deel aan de werkzaamheden: de dames Dammekens (verslaggever, VBO), Dembour (Fevia), Gillis (Unizo), Heuskin (UCM), Kowalsky (Test Aankoop), Laplace (Comeos), Vanden Abeele (Agoria) en Van Overbeke (verslaggever, BV-OECO) en de heren Boghaert (ACLVB), November (Test Aankoop) en Van Wallegem (Unizo).

De subcommissie kon voor haar werkzaamheden tevens een beroep doen op de dames Depauw (fod Economie), Mandeiro (fod Economie) en Willems (fod Economie, Economische inspectie).

Het ontwerpadvies werd op 6 juli 2020 voorgelegd aan de plenaire vergadering van de brc Verbruik, die het heeft goedgekeurd, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot.

Inleiding

[Richtlijn \(EU\) 2019/2161](#) van 27 november 2019, de zgn. Omnibusrichtlijn, werd aangenomen in het kader van de [New Deal for Consumers](#), waarmee de Europese Commissie streeft naar een betere handhaving, modernisering en versterking van het consumentenbeschermingsrecht. De richtlijn voorziet in wijzigingen aan vier richtlijnen.

Het gaat meer bepaald om de volgende vier richtlijnen:

- [Richtlijn 93/13/EEG](#) van de Raad van 5 april 1993 betreffende de oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten;
- [Richtlijn 98/6/EG](#) van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten;
- [Richtlijn 2005/29/EG](#) van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („Richtlijn oneerlijke handelspraktijken”);
- [Richtlijn 2011/83/EU](#) van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad Voor de EER relevante tekst.

Hoewel de richtlijn in grote mate een maximumharmonisatie beoogt, zijn er een aantal bepalingen die de lidstaten een zekere vrijheid laten bij de omzetting van de richtlijn in hun nationale wetgeving.

In het kader van de voorbereiding van een wetsontwerp ter omzetting van deze richtlijn, wenst de minister in het bijzonder de standpunten te kennen van de brc Verbruik over de opties die aan de lidstaten worden gelaten en over de bepalingen met betrekking tot de sanctionering.

In het advies worden eerst een aantal algemene opmerkingen met betrekking tot de omzetting van de richtlijn gemaakt, waarna de verschillende opties worden overlopen die de richtlijn openlaat.

ADVIES

1. Algemene opmerkingen

De brc Verbruik merkt op dat de richtlijn een aantal ingrijpende wijzigingen in het consumentenrecht doorvoert. Teneinde de rechtszekerheid te waarborgen en eventuele interpretatieproblemen te vermijden, pleit de brc Verbruik voor duidelijkheid bij de omzetting van de richtlijn. Zo blijft bijvoorbeeld heel wat onzekerheid bestaan in verband met het toepassingsgebied van een aantal regels. Deze duidelijkheid kan het best bereikt worden door zo veel mogelijk in de wet zelf of in de memorie van toelichting te regelen. Indien het niettemin nodig zou blijken om guidelines op te stellen met concrete voorbeelden, verklaart de brc Verbruik zich bereid hiertoe zijn medewerking te verlenen. Zij verwijst hierbij naar de eerdere goede samenwerking met de fod Economie bij het opstellen van guidelines m.b.t. de aankondiging van prijsverminderingen ten opzichte van consumenten¹. Hoewel de transparantie via guidelines voor ondernemingen en consumenten zeer nuttig kan zijn en het ook een indicatie kan inhouden van de manier waarop de economische inspectie haar toezichtsrol zal uitoefenen, wijst de brc Verbruik er wel op dat de waarde van de guidelines op Belgisch niveau steeds ondergeschikt zijn aan een eventuele interpretatie door het Hof van Justitie van de Europese Unie.

Bij het opstellen van haar advies heeft de brc Verbruik ook rekening gehouden met de verduidelijkingen die de Europese Commissie heeft aangebracht met betrekking tot de omzetting van de richtlijn. Het gaat meer bepaald om:

- de presentatie (bijlage 1) en de 'final minutes' (bijlage 2) van de eerste workshop Europese Commissie-Lidstaten (13 februari 2020);
- Het antwoord van de Europese Commissie (DG JUST) van 27 maart 2020 gericht aan Veepee met betrekking tot de aankondigingen van prijsverminderingen (bijlage 3).

De brc Verbruik stelt vast dat de richtlijn uiterlijk op 28 november 2021 in de Belgische rechtsorde dient te worden omgezet, waarbij de bepalingen moeten worden toegepast vanaf 28 mei 2022. De brc Verbruik drukt haar tevredenheid uit dat zij in een zo vroeg stadium van het besluitvormingsproces om advies wordt gevraagd, wat haar de mogelijkheid biedt om invloed uit te oefenen op de politieke beleidskeuzes die met betrekking tot deze richtlijnen zullen worden gemaakt.

¹ [Advies](#) van de Raad voor het Verbruik van 25 juni 2015 over oneerlijke handelspraktijken en aankondigingen van prijsverminderingen, zie ook de [Guidelines](#): Aankondigingen van prijsverminderingen: hoe ze toepassen?

De brc Verbruik vraagt wel dat zij de gelegenheid zou krijgen een aanvullend, eerder juridisch-technisch advies te kunnen uitbrengen zodra er ontwerp teksten ter omzetting van deze richtlijnen ter beschikking zijn.

2. Commentaar bij de diverse onderzochte punten

2.1 Sancties

2.1.1 Indicatieve criteria voor doeltreffende, evenredige en afschrikkende sancties

In elke richtlijn wordt een niet-limitatieve lijst van indicatieve criteria ingevoegd waarmee passend rekening gehouden wordt bij het opleggen van de sancties. Aangezien het om een niet-limitatieve lijst gaat, is het niet uitgesloten dat België bijkomende criteria zou voorzien waarmee de economische inspectie of de hoven en rechtbanken rekening dienen te houden bij het opleggen van sancties en het bepalen van de strafmaat.

De brc Verbruik heeft op dit moment geen voorstellen om bijkomende, Belgische criteria toe te voegen aan voornoemde lijst uit de Europese richtlijn.

2.1.2 Optie om de toepassing van de sancties te beperken tot bepaalde situaties (richtlijn 1993/13/EG)

De brc Verbruik stelt vast dat het nieuw artikel 8 ter, 2 als volgt luidt:

“2. De lidstaten kunnen dergelijke sancties beperken tot situaties waarin de contractuele bedingen in het nationale recht uitdrukkelijk in alle omstandigheden worden aangemerkt als oneerlijk of indien een handelaar contractuele bedingen blijft toepassen die als oneerlijk zijn aangemerkt in een overeenkomstig artikel 7, lid 2, genomen definitieve beslissing.”

De brc Verbruik is van oordeel dat het aangewezen is gebruik te maken van de mogelijkheid die de richtlijn hier biedt om de administratiefrechtelijke sancties waarvan sprake in de gewijzigde Richtlijn 93/13/EEG te beperken tot:

- enerzijds de situaties waarin een contractueel beding door het Belgisch recht als zwart beding (d.i. de lijst van 33 bedingen die “in elk geval onrechtmatig” zijn uit artikel VI.83 van het Wetboek van economisch recht);
- anderzijds de situaties waarin een onderneming contractuele bedingen blijft gebruiken, terwijl ze als oneerlijk werden aangemerkt door de ondernemingsrechtbank als gevolg van een vordering tot staking ingesteld door een vereniging ter verdediging van consumentenbelangen (Boek XVII, Titel 1 van het Wetboek van economisch recht).

De brc Verbruik benadrukt dat een beding dat kennelijk onevenwichtig is en dus onrechtmatig, in elk geval privaatrechtelijk bestraft wordt met de nietigheid van het beding in kwestie (artikel VI.84 van het Wetboek van economisch recht). De onderneming zal zich dus niet op dit beding kunnen beroepen, het wordt niet gematigd, maar uit de overeenkomst geschrapt. De brc Verbruik is van oordeel dat deze privaatrechtelijke sanctie volstaat wanneer het niet om een zwart beding gaat of om een beding dat eerder door de ondernemingsrechter als onrechtmatig werd aangemerkt in het kader van een vordering tot staking.

2.2 Wijzigingen van richtlijn Prijsaanduiding (98/6/EG)

2.2.1 Het toepassingsgebied van de regels inzake de aankondiging van prijsverminderingen

De brc Verbruik noteert, op basis van een toelichting van de FOD Economie, de presentatie, en de 'final minutes' van de Workshop van de Europese Commissie, en de brief gericht aan Veepee van de Europese Commissie, dat het toepassingsgebied van de nieuwe regels zich beperkt tot de aankondiging van prijsverminderingen. Dit betekent dat een communicatie (bijvoorbeeld reclame) die melding maakt van een niet meetbare prijsvermindering (bijvoorbeeld 'promotie' of 'beste prijs'), niet onder het toepassingsgebied valt. Daarnaast specificeert de Europese Commissie nog dat de regels inzake de aankondiging van prijsverminderingen:

- Alleen van toepassing zijn op de verkoop aan consumenten van goederen en niet op de verkoop van diensten, noch van digitale inhoud;
- De verkoper niet belet in zijn vrijheid om de prijs van een goed te laten variëren;
- Geen betrekking heeft op de duurtijd van de prijsvermindering;
- Alleen betrekking heeft op het gebruik van de 'vorige prijs'. En dit is één type van referentieprijs, maar niet het enige. Ook de 'prijs aangeraden door de leverancier' en de 'prijs die algemeen wordt vastgesteld' zijn voorbeelden van referentieprijzen. Aanbiedingen waarbij een andere referentieprijs gebruikt wordt zoals 'de adviesprijs van de leverancier' of 'de algemeen vastgestelde prijs' worden dus niet gekwalificeerd als prijsverminderingen in de zin van deze richtlijn;
- Niet tot doel hebben om prijsvergelijking, bijvoorbeeld met concurrenten of met de adviesprijs, te reglementeren;
- Niet van toepassing zijn op: een gezamenlijk aanbod, een voorwaardelijk aanbod, een getrouwheidsprogramma en kortingsbons.

De brc Verbruik stelt vast dat er nog een aantal vragen overblijven waarop ondernemingen een duidelijk antwoord nodig hebben.

2.2.1.1 De aankondiging van een meetbare algemene prijsvermindering

Zo stelt de brc Verbruik zich de vraag of men er mag van uitgaan dat een aankondiging van een meetbare algemene prijsvermindering op een heel gamma niet onder het toepassingsgebied valt. Bijvoorbeeld: 20% korting op het hele assortiment van shampoos. Het lijkt in zo'n geval immers overdreven om de onderneming te verplichten om per type shampoo apart de referentieprijs en de nieuwe prijs te doen afficheren;

De Brc Verbruik meent daarom dat het aangewezen is om de twee eerste leden van artikel 6bis van richtlijn 98/6/EG tekstueel over te nemen in de Belgische wet, en om vervolgens in de memorie van toelichting van de wetwijziging nadere verduidelijking te geven over het toepassingsgebied, met name dat zoals voorzien door het vroegere artikel 20 van de Marktpraktijkenwet van 6 april 2010².

² Dit artikel werd in 2013 uit de Belgische marktpraktijkenwetgeving geschrapt omdat het Hof van Justitie van de EU had aangegeven dat het strijdig was met het Europese consumentenacquis (arrest van 10 juli 2014 (C-421/12)).

Dit artikel voorzag dat *“Indien de onderneming meerdere verkooppunten uitbaat of verkooptechnieken gebruikt, **is de referentieprijis de laagste prijs** die zij in de in het eerste lid bedoelde periode heeft toegepast in het verkooppunt of via de verkooptechniek waarvoor de aankondiging wordt gedaan”*.

De brc Verbruik meent dat deze precisering met betrekking tot de manier waarop de regels inzake de aankondiging van prijsverminderingen toegepast moeten worden in de verschillende verkoopkanalen opnieuw in de Belgische wetgeving zou moeten opgenomen, teneinde hierover klaarheid te scheppen ten opzichte van zowel ondernemingen als consumenten.

De Brc Verbruik meent bovendien dat het aanbeveling verdient om in de memorie van toelichting een zo groot mogelijk overzicht te geven van voorbeelden van praktijken die wel of niet onder het toepassingsgebied vallen. Op die manier geeft men de ondernemingen en de consumenten zo veel mogelijk duidelijkheid, meer transparantie en rechtszekerheid. Daarvoor kan onder meer worden teruggevallen op de toelichtingen die DG JUST en de FOD Economie ter zake al hebben verstrekt. Deze toelichtingen vermelden bijvoorbeeld dat algemene verwijzingen naar een prijsbeleid van de onderneming, een algemeen prijsniveau, of een bijzondere actie (zoals, bijvoorbeeld, “beste/laagste prijzen”, “promotie”, “sales”...), die niet betrekking heeft op de concrete aankondiging van prijsvermindering van een specifiek product, niet onder het toepassingsgebied vallen.

2.2.1.2 De ‘vorige prijs’

Voor de aankondiging van prijsverminderingen voorziet de richtlijn dat de ondernemingen de “vorige prijs” moeten aangeven. Deze referentieprijis is de laagste prijs die door de handelaar in kwestie werd toegepast tijdens een periode van minimaal 30 dagen voor de toepassing van de prijsvermindering (de referentieperiode).

De brc Verbruik stelt vast dat de richtlijn niet volledig uitklaart wat men precies met de ‘vorige prijs’ bedoelt. Er zijn immers verschillende situaties denkbaar waarin een onderneming tijdens de referentieperiode via verschillende verkoopkanalen, verschillende prijzen heeft toegepast.

Vier voorbeelden:

- In het geval van franchise bepaalt de franchisenemer en niet de franchisegever de prijs waaraan hij het goed verkoopt. De franchisegever kan echter ook nationale promoties lanceren. Het is onmogelijk (en verwarrend) om in zo’n nationale promotiecampagne te verwijzen naar de verschillende ‘vorige prijzen’ die tijdens de referentieperiode door elke individuele franchisenemer werd toegepast. In zo’n geval vergelijkt men veelal met de catalogusprijs of de adviesprijs. Mag men ervan uitgaan dat het zo’n promotiecampagne geen prijsvermindering is, maar wel een prijsvergelijking?
- Een onderneming die zowel een fysieke als een webwinkel heeft kan een andere prijs toepassen voor elk van deze verkoopkanalen tijdens de referentieperiode. Deze ondernemingen zouden per verkoopkanaal de ‘vorige prijs’ moeten kunnen bepalen i.p.v. per onderneming. Dit wordt zo voorzien in de ‘final minutes’ van de Europese Commissie op p. 5 *“DG JUST explained that sellers should indicate as prior price the one applied in the given shop or point of sale rather than the (possibly higher) price charged in another shop/ sales channel.”*;
- Wanneer een onderneming elke woensdag korting geeft op een bepaald product, wordt deze verminderde prijs dan als de ‘vorige prijs’ beschouwd? Dit zou onbillijk zijn, de consument weet immers dat het om een wekelijkse korting gaat en niet om de basisprijs van het goed;

- Tijdens de referentieperiode voor de Belgische zomersolden worden traditioneel braderijen georganiseerd. Ondernemingen geven dan gedurende een aantal dagen kortingen. Ook hier is het niet billijk om de braderijprijs als de 'vorige prijs' te beschouwen.

De brc Verbruik is dan ook van oordeel dat de Belgische wetgever hierover verduidelijking dient te verschaffen, rekening houdend met de praktische realiteit en de noodzakelijke transparantie naar de consument toe.

De brc Verbruik meent dat ten einde de ondernemingen geen onnodig formalisme op te leggen en mits de transparantie naar de consument toe gegarandeerd wordt, kan teruggegrepen worden naar de formulering van het vroegere artikel 20 van de Marktpraktijkenwet van 6 april 2010.³ Deze wetsbepaling voorzag dat *"Bij vermelding van de nieuwe prijs moet de aankondiging ook de referentieprijs vermelden, **of moet informatie worden gegeven die het de gemiddelde consument mogelijk maakt die referentieprijs onmiddellijk en gemakkelijk te berekenen.**"*

Ingeval de onderneming **een eenvormig kortingspercentage toepast** op producten of op categorieën van producten, **mag zij alleen de referentieprijs vermelden**. De aankondiging moet vermelden of de prijsvermindering al dan niet werd toegepast."

De brc Verbruik noteert dat de aanduiding van prijzen en promoties de derde belangrijkste problematiek is bij de Consumentenombudsman⁴.

Op basis van bovenstaande vaststellingen, concludeert de brc Verbruik dat een onderneming hetzij de referentieprijs moet vermelden, hetzij de consument die informatie moet geven die de consument toelaat om de referentieprijs te kennen. Zo zal de consument bijvoorbeeld perfect in staat zijn de vermindering ten aanzien van de oude prijs te berekenen, wanneer gebruik gemaakt wordt van een kortingspercentage, zonder dat het daarbij nodig is om de oude prijs te vermelden, in de mate dat aan de consument de nodige informatie wordt gegeven omtrent de berekening van de 'vorige prijs'. Deze informatie dient bovendien voldoende duidelijk, zichtbaar en toegankelijk te zijn.

2.2.2 Uitzonderingen op de regels voor het aankondigen van prijsverminderingen

De richtlijn laat de lidstaten de mogelijkheid om uitzonderingsbepalingen te voorzien voor:

- Goederen die snel bederven of een beperkte houdbaarheid hebben;
- Producten die minder dan 30 dagen op de markt zijn;
- Progressieve prijsverminderingen (de vorige prijs is de prijs zonder prijsvermindering, voorafgaand aan de toepassing van de eerste prijsvermindering).

De brc Verbruik benadrukt dat wanneer België gebruik maakt van deze uitzonderingen, er gewaakt moet worden over de transparantie en de rechtszekerheid voor de consument. Aankondigingen van prijsverminderingen mogen de consument niet misleiden.

³ Dit artikel werd in 2013 uit de Belgische marktpraktijkenwetgeving geschrapt omdat het Hof van Justitie van de EU had aangegeven dat het strijdig was met het Europese consumentenacquis (arrest van 10 juli 2014, C-421/12).

⁴ Voir Rapports annuels 2018 et 2019 de l'ombudsman du commerce, publiés respectivement sur : https://www.ombudsmanvoordehandel.be/asset/ombudsman-jaarverslag-2018-fr-lowres_2.pdf et https://www.ombudsmanvoordehandel.be/asset/ombudsman-handel-jaarverslag2019-frv3_2.pdf.

Daarnaast moet de toepassing van de regels uiteraard ook werkbaar blijven in de praktijk en de drie bovengenoemde uitzonderingen kunnen tegemoetkomen aan een aantal probleemsituaties die zich in de praktijk zullen stellen.

2.2.2.1 Goederen die snel bederven of een beperkte houdbaarheid hebben

De brc Verbruik is van oordeel dat het aangewezen is om voor goederen die snel bederven of een beperkte houdbaarheid hebben andere regels vast te stellen voor wat betreft de aankondiging van prijsverminderingen. Dit soort goederen hebben immers niet noodzakelijk een houdbaarheid van 30 dagen. De onderneming dient dus in de mogelijkheid gesteld te worden om de promotieprijs te berekenen op basis van de dagprijs van het goed zoals aangegeven in de winkel of op het goed zelf.

Daarbij is het belangrijk dat er duidelijkheid komt over welke goederen als “snel bederfbaar” of “beperkt houdbaar” beschouwd worden. De brc Verbruik ziet op het eerste zicht de volgende voorbeelden: voeding, bloemen, planten...

2.2.2.2 Goederen die minder dan 30 dagen op de markt zijn

De brc Verbruik is van oordeel dat het ook voor goederen die minder dan 30 dagen op de markt zijn aangewezen is om een kortere referentieperiode vast te stellen. Ook hier dient gewaakt te worden over transparantie naar de consument toe. Aangepaste regels moeten ertoe leiden dat voor een nieuw goed dat op de markt gebracht wordt, onder dezelfde voorwaarden als voor goederen die al eerder op de markt waren prijsverminderingen kunnen worden aangekondigd.

Een verkorting van de referentieperiode voor deze goederen mag er dus niet toe leiden dat goederen vlak voor een periode van algemene prijsvermindering aan een hogere prijs op de markt worden gebracht om vervolgens kortingen te geven; een voorbeeld hiervan is de praktijk van “valse verkopen” of “valse kortingen”.

Artikel VI.26 van het Wetboek van economische recht bepaalt vandaag echter dat enkel goederen die de onderneming voor de aanvang van de soldenperiode gedurende minstens 30 dagen te koop heeft aangeboden, onder de benaming solden, of enige gelijkaardige benaming, mogen worden aangeboden.

Bovenstaande doet niets af aan de mogelijkheid voor een onderneming om met een **lanceerprijs** te werken. Het Hof van Cassatie oordeelde immers dat een lanceerprijs buiten het toepassingsgebied van de wetgeving op de prijsverminderingen valt en dat de verwijzing naar de hogere prijs waartegen het product na de lanceerperiode zal verkocht worden, dus niet verboden is, behoudens wanneer deze praktijk zou verboden zijn krachtens andere wetsbepalingen (Hof van Cassatie - arrest nr. N-20011025-6 (C.00.0091.N) dd. 25 oktober 2001).

De brc Verbruik vraagt dus dat de Belgische wetgever gebruik zou maken van de mogelijkheid die de richtlijn biedt om prijsverminderingen voor goederen die minder dan 30 dagen op de markt zijn toe te laten. Hierbij dient gewaakt te worden over de transparantie naar de consument toe.

De brc Verbruik is van oordeel dat het aangewezen zou zijn om geen vaste, verkorte periode in de wetgeving op te nemen, maar om de onderneming de vrijheid te geven om zelf, mits de nodige transparantie naar de consument toe, een kortere referentieperiode te bepalen voor een goed dat minder dan 30 dagen op de markt is. In dat geval dient de laagste prijs die tijdens de verkoopperiode van minder dan 30 dagen werd toegepast als de ‘vorige prijs’ te worden beschouwd.

2.2.2.3 Progressieve prijsverminderingen

De brc Verbruik is van oordeel dat de Belgische omzettingwet dient te voorzien dat wanneer de prijsvermindering progressief wordt verhoogd, de vorige prijs de prijs is zonder prijsvermindering, voorafgaand aan de toepassing van de eerste prijsvermindering van de progressieve prijsverminderingfase. Hierover moet uiteraard transparant naar de consument toe worden gecommuniceerd zodat er geen verwarring ontstaat.

De vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties stellen voor om deze uitzonderingsregel te beperken tot de periodes van solden en uitverkoop. Het probleem voor de consument is inderdaad dat hij door de wildgroei aan acties naar aanleiding van bv. "Halloween", "Black Friday", enz., niet meer weet wat nu eigenlijk de "normale" prijs is. Het gevolg van het grote aantal promoties is dat voor de consument de normale prijs de prijs van de promotie is, en dat hij zonder de promotie te veel betaalt. Daarom zou een regel in de aard van het vroegere artikel 29⁵ van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming passend kunnen zijn: de referentieprij zou de laagste prijs zijn die in de voorgaande maand werd aangerekend en als het goed de voorgaande maand niet te koop werd aangeboden, dan is de referentieprij de laagste prijs die in de verkoopperiode werd aangerekend.

De vertegenwoordigers van de distributie, de middenstand en de productie zijn er geen voorstander van om deze uitzonderingsregel te beperken tot de periodes van solden en uitverkoop. Dit zou immers betekenen dat ondernemingen die traditioneel minder betrokken zijn bij evenementen zoals solden of uitverkopen, bijvoorbeeld voedingswinkels, doe-het-zelfwinkels, enz. geen progressieve prijsverminderingen zouden kunnen doen. Daar lijkt geen objectieve reden voor te zijn, in de mate dat de transparantie naar de consument gegarandeerd is.

Concrete voorbeelden:

- Tijdens het jaar zijn er hoe langer hoe meer "evenementen" die nationaal aanleiding geven tot promoties (Black Friday, Halloween, vaderdag, moederdag, Valentijn, etc.). Gelet op het feit dat de periode van de referentieprij op 30 dagen wordt gezet wordt het hoe langer hoe moeilijker om langer lopende acties te combineren met die kortstondige "evenementen". Indien progressieve prijsverminderingen wel toegestaan blijven tijdens het hele jaar, blijft er meer marge over. Zo zou je bijvoorbeeld een prijsvermindering kunnen doen in de week voor bijvoorbeeld black Friday en op de dag zelf nog wat dieper in prijs kunnen zakken met verwijzing naar de reguliere prijs, wat bij een beperking van deze uitzondering van progressieve prijsverminderingen tot de soldenperiodes niet kan.

- ...

⁵ "Art. 29. Als het goed dat in solden wordt verkocht te koop werd aangeboden gedurende de maand die de soldenperiode voorafgaat in hetzelfde verkooppunt of via dezelfde verkoopstechniek, moet de gevraagde prijs minder bedragen dan de referentieprij, zijnde de laagste prijs die de onderneming voor dat goed tijdens die maand heeft gevraagd in dat verkooppunt of via die verkoopstechniek.

Wanneer het goed dat in solden wordt verkocht niet te koop werd aangeboden gedurende de maand die de soldenperiode voorafgaat, moet de gevraagde prijs minder bedragen dan de referentieprij, zijnde de laagste prijs die de onderneming voor dat goed in het verleden heeft gevraagd, ongeacht het verkooppunt of de gebruikte verkoopstechniek.

Bij vermelding van de prijs met gebruik van een in artikel 27, tweede lid, bedoelde benaming, wordt ook de referentieprij vermeld, of wordt informatie gegeven die het de gemiddelde consument mogelijk maakt die referentieprij onmiddellijk en gemakkelijk te berekenen."

De vertegenwoordigers van de distributie, de middenstand en de productie vragen dus dat de Belgische wetgever gebruik zou maken van de mogelijkheid die de richtlijn biedt om progressieve prijsverminderingen toe te laten zonder andere specifieke voorwaarden.

2.2.3 Duurtijd van de prijsvermindering

De brc Verbruik merkt op dat in België vroeger gold dat een prijsvermindering minimaal gedurende één volledige dag toegekend moest worden. Op basis van de huidige regels is dit niet langer het geval, zoals ook verduidelijkt werd in de presentatie van de Europese Commissie, zijn ondernemingen vrij om hun prijs te laten variëren en vrij om zelf de duurtijd van een prijsvermindering te bepalen. Maar er heersen hierover nog veel misverstanden bij ondernemingen. De brc Verbruik is van oordeel dat hierover duidelijke communicatie van de overheid nodig is.

2.3 Wijzigingen van richtlijn Oneerlijke handelspraktijken (2005/29/EG)

2.3.1 Bijkomende verbodsbepalingen in het kader van ongevraagde deur-aan-deurverkoop

Het nieuw artikel 3.5 voorziet het volgende:

“Deze richtlijn belet de lidstaten niet om bepalingen vast te stellen ter bescherming van de legitieme belangen van de consumenten met betrekking tot agressieve of misleidende marketing- of verkooppraktijken in het kader van ongevraagde bezoeken door een handelaar bij de consument thuis of van excursies die worden georganiseerd door een handelaar met als doel of gevolg producten te promoten bij of te verkopen aan consumenten. Dergelijke bepalingen moeten evenredig, niet-discriminerend en gerechtvaardigd op grond van consumentenbescherming zijn.”

Artikel 3.5. van de Richtlijn 2005/29/EG laat België dus de mogelijkheid om bijvoorbeeld bijkomende algemene verbodsbepalingen in te voeren.

De brc Verbruik noteert dat deze bepaling betrekking heeft op ongevraagde bezoeken door een handelaar. Wanneer de consument de onderneming zelf gevraagd heeft om langs te komen, bijvoorbeeld in het kader van een zogenaamde *home party*, zijn de betreffende bepalingen dus niet van toepassing. Ook andere verkopen buiten verkoopruimten (vb. op openbare plaatsen) vallen niet onder dit toepassingsgebied.

Een ongevraagde deur-aan-deurverkoop is een vorm van verkoop buiten de verkoopruimte. De consument beschikt dus over een bedenktijd van 14 dagen om de overeenkomst zonder opgave van redenen te herroepen (het herroepingsrecht - artikel VI.67 e.v. van het Wetboek van economisch recht).

De vertegenwoordiger van de FOD Economie heeft tijdens één van de vergaderingen verduidelijkt dat de richtlijn voorziet in de mogelijkheid om een of meerdere algemene verbodsbepalingen in te voeren. Het is niet mogelijk om sectorspecifieke verbodsbepalingen te voorzien.

Specifiek voor de energiesector stelt de brc Verbruik vast dat er een consumentenakkoord⁶ werd afgesloten in de schoot van de fod Economie. Dit consumentenakkoord bevat specifieke bepalingen m.b.t. verkoop van energie op afstand. Artikel 1.1 van dit consumentenakkoord voorziet dat “energieleveranciers en de derden waarop ze beroep doen: 1) *respecteren de wens van consumenten die te kennen geven geen publiciteit te willen ontvangen*”;

⁶ <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Energy/accord-electricity-nl.pdf>.

Voor wat de sanctionering betreft, kan enerzijds het niet-nakomen van dit consumentenakkoord worden beschouwd als een oneerlijke handelspraktijk. Anderzijds voorziet het consumentenakkoord bijkomende sancties in het kader van verkoop op afstand⁷. Verder kan opgemerkt worden dat energiecontracten kosteloos opzegbaar mits een maximale opzegtermijn van 30 dagen (artikel 18, §2/3 van de wet van 29 april 1999 betreffende de organisatie van de elektriciteitsmarkt)⁸. Daarnaast kan gewezen worden op de rol van de economische inspectie die op grond van het Wetboek van economisch recht toezicht kan houden op de naleving van de bepalingen van de gedragscode 'directe verkoop face-to-face' door de ondertekenaars van de gedragscodes. Aldus lijkt vandaag reeds een hoog niveau van bescherming van de consument voorzien in het geval van deur-aan-deurverkoop.

Niettemin, ondanks het Consumentenakkoord en de sticker "Stop – geen verkoop aan de deur", stelt de brc Verbruik vast dat de Ombudsdienst voor Energie rapporteert dat er sprake is van een groeiend aantal klachten met betrekking tot de ongevraagde deur-aan-deurverkoop en verkopen buiten de verkoopruimten in het algemeen inzake de verkoop van gas- en elektriciteitscontracten⁹. De brc Verbruik wijst bijgevolg op het belang om het Consumentenakkoord beter na te leven en de gepaste sancties op te leggen.

De brc Verbruik benadrukt dat het belangrijk is de nodige garanties in te bouwen om te vermijden dat de consument in het kader van de deur-aan-deurverkoop een ander koopgedrag vertoont dan gewoonlijk of zodat hij op basis van een weloverwogen keuze het aanbod kan kiezen dat het best bij zijn behoeften past. Deze garanties zouden bijvoorbeeld kunnen bestaan uit het opleggen van betalingsvoorwaarden (dit type van verkoop impliceert vaak een onmiddellijke betaling) of het instellen van duidelijk omschreven tijdstippen waarop ongevraagde deur-aan-deur-verkoop niet is toegestaan. De brc Verbruik wijst bovendien op de mogelijkheid dat in de toekomst gezamenlijke aanbiedingen meer en meer zullen voorkomen. Ook bij deur-aan-deur-verkopen voor dergelijke gezamenlijke aanbiedingen zal het eerbiedigen van de consumentenrechten steeds een hoofdbekommernis moeten zijn.

Met betrekking tot het gebruik van de sticker « Stop – geen verkoop aan de deur » is de brc Verbruik van mening dat die sticker massaal moet worden verspreid, met name via de gemeenten, en dat de website <https://pointdecontact.belgique.be/meldpunt/> meer moet focussen op het thema van de deur-aan-deurverkoop. De brc Verbruik is er zich echter wel van bewust dat het gebruik van deze sticker tot bewijslastproblemen kan leiden inzake het al dan niet ongewenst karakter van de deur-aan-deurverkoop.

⁷ Artikel 1.4 van het consumentenakkoord energie: "Onverminderd de straffen voorzien in de verschillende wetten en uitvoeringsbesluiten en alle andere vormen van schadevergoeding, geeft elke inbreuk op de bepalingen van dit akkoord vast te stellen door de Economische Inspectie, met betrekking tot overeenkomsten gesloten buiten onderneming en via de telefoon aanleiding tot:

- onmiddellijke terugbetaling aan de consument van alle door hem betaalde facturen;
- onmiddellijk herstel van de consument in zijn oude contractuele relatie.

De oude energieleverancier neemt de consument kosteloos terug zo vlug als technisch mogelijk.

De voornoemde burgerlijke sancties gelden, ongeacht of de overtreding werd begaan door de energieleverancier zelf of door een derde verkoper die namens hem optreedt.

De energieleverancier is geen schadevergoeding verschuldigd voor technische problemen of handelingen waarvoor derden verantwoordelijk zijn."

⁸ "§ 2/3. De huishoudelijke afnemer of de K.M.O. heeft het recht een overeenkomst, zowel van bepaalde duur als van onbepaalde duur, voor de continue levering van elektriciteit op elk ogenblik te beëindigen mits een opzegtermijn van één maand wordt nageleefd.

Elk contractueel beding dat afbreuk doet aan dit recht, is van rechtswege nietig.

De leverancier waarmee de huishoudelijke afnemer of de K.M.O. een overeenkomst tot continue levering van elektriciteit sluit, wordt verondersteld gemandateerd te zijn om het recht bedoeld in het eerste lid uit te oefenen, tenzij uitdrukkelijke, andersluidende overeenkomst.

Wanneer de huishoudelijke afnemer of de K.M.O. gebruik maakt van het recht dat hem wordt toegekend krachtens het eerste lid, mag hem hiervoor geen enkele vergoeding in rekening worden gebracht."

⁹ Voor de exacte cijfers, zie Jaarverslag 2019 gepubliceerd op:

<https://www.ombudsmanenergie.be/nl/publicaties/activiteitenverslag-2019>.

Daarom zou kunnen worden geopteerd voor een 'bezoek-me-niet-lijst', vergelijkbaar met de reeds bestaande 'bel-me-niet-lijst', althans voor zover deze lijst ook voor ondernemingen op een vlotte en kosteloze manier toegankelijk zou zijn.

Het dient bovendien te gaan om een lijst van mensen die niet bezocht mogen worden en niet om een lijst van mensen die wél bezocht kunnen worden, met name een soort onthoudingslijst. De brc Verbruik stelt tot slot vast dat het negeren van een sticker, dan wel van een 'bezoek-me-niet-lijst' omstandigheden zijn die de rechter in acht kan nemen bij zijn beoordeling om uit te maken of het al dan niet om een agressieve handelspraktijk gaat.

2.3.2 Dual quality

De fod Economie geeft aan dat het de bedoeling is om voor dit punt een getrouwe omzetting te doen van de richtlijn. Alleen wanneer er aanzienlijke verschillen zijn tussen goederen die onder dezelfde noemer worden verkocht kunnen de bepalingen toepassing vinden. Bovendien zal de informatie die aan de consument verschaft wordt ook een cruciale rol spelen. De consument moet in staat zijn om gemakkelijk onderscheid te maken op basis van gemakkelijk toegankelijke en adequate informatie. Hij moet kunnen vertrouwen op de producten die hij koopt en er zeker van zijn dat ze voldoen aan de verwachtingen die het merk en de verpakking scheppen.

De brc Verbruik is voorstander van een getrouwe omzetting van de richtlijn en noteert bovendien dat deze richtlijn voorziet dat er significante verschillen kunnen zijn, als deze gerechtvaardigd worden door legitieme en objectieve factoren. Niettemin zullen de autoriteiten, volgens de bepalingen van de richtlijn, verplicht zijn geval per geval te onderzoeken. Dat legt de bewijslast bij de consument, die zal moeten aantonen dat hij misleid werd, wat vaak moeilijk zal zijn.

2.4 Wijzigingen van richtlijn Consumentenrechten (2011/83/EG)

2.4.1 Aanvullende specifieke informatievoorschriften voor op onlinemarktplaatsen gesloten overeenkomsten

Artikel 6 *bis* van deze richtlijn voert een aantal bijkomende informatieverplichtingen in voor de verkoop via onlinemarktplaatsen. Artikel 6 *bis* 2 voorziet bovendien "*Onverminderd Richtlijn 2000/31/EG, verbiedt dit artikel de lidstaten niet om aanvullende informatievereisten op te leggen aan aanbieders van onlinemarktplaatsen. Dergelijke bepalingen moeten evenredig, niet-discriminerend en gerechtvaardigd zijn op grond van consumentenbescherming.*"

De brc Verbruik stelt vast dat de richtlijn oplegt dat aan de consument ook informatie moet worden bekendgemaakt over de manier waarop de met de overeenkomst verband houdende verplichtingen worden verdeeld tussen de derde die de goederen, diensten of digitale inhoud aanbiedt en de aanbieder van de onlinemarktplaats. De brc Verbruik wijst op het belang van deze bepaling. Het is immers als consument niet altijd eenvoudig om de precieze verdeling te weten van de verplichtingen tussen alle betrokken partijen bij een online aankoop (denk hierbij ook aan het leveringsbedrijf) en wie van hen zijn contractuele tegenpartij bij wie hij terecht zal kunnen voor de uitoefening van zijn rechten (herroepingsrecht, wettelijke garantie)."

2.4.2 Verlenging van het herroepingsrecht in het kader van ongevraagde deur-aan-deurverkoop

Artikel 9, 1 bis voorziet : “De lidstaten kunnen regels vaststellen op grond waarvan de in lid 1 bedoelde herroepingstermijn van 14 dagen wordt verlengd tot 30 dagen voor overeenkomsten die worden gesloten in het kader van ongevraagde bezoeken door een handelaar bij de consument thuis of van excursies die worden georganiseerd door een handelaar met als doel of gevolg producten te promoten bij of te verkopen aan consumenten, teneinde de legitieme belangen van consumenten met betrekking tot agressieve of misleidende marketing- of verkooppraktijken te beschermen. Dergelijke regels moeten evenredig, niet-discriminerend en gerechtvaardigd zijn op grond van consumentenbescherming.”

De **vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** vragen dat de herroepingstermijn voor ongevraagde huis-aan-huisverkoop tot 30 dagen zou worden verlengd. Aangezien deze praktijk het vaakst voorkomt bij risicovolle, oudere en/of kwetsbare personen, achten consumentenorganisaties het van essentieel belang dat het herroepingsrecht wordt verlengd tot 30 dagen. Deze mensen kunnen zich vrij snel realiseren dat ze werden beïnvloed en dat ze spijt hebben gezwichd te zijn voor de druk uitgeoefend door de verkoper, maar vervolgens hebben ze tijd nodig om zich te informeren over hun rechten en de stappen te ondernemen om hun herroepingsrecht uit te oefenen. Dit is des te meer het geval omdat dit soort verkoop steeds vaker plaatsvindt op tablets en niet meer via papieren contracten, wat andere problemen oplevert met betrekking tot de verplichte informatie die moet worden verstrekt voordat het contract wordt gesloten¹⁰. Daarom vinden consumentenorganisaties het noodzakelijk om consumenten gedurende 30 dagen de mogelijkheid te bieden een aankoop die zij nooit hebben aangevraagd te herroepen.

De **vertegenwoordigers van de distributie, de middenstand en de productie** zijn van oordeel dat een herroepingstermijn van 14 dagen reeds voor een hoog niveau van bescherming van de consument zorgt. Een tweede type herroepingstermijn invoeren zou bovendien tot verwarring kunnen leiden bij zowel ondernemingen als consumenten. Voor ondernemingen die niet alleen deur-aan-deurverkoop doen, zou dit bovendien ook betekenen dat ze op administratief vlak twee verschillende processen moeten voorzien, afhankelijk van het type verkoop. Deze vertegenwoordigers pleiten er dan ook voor dat er geen specifieke herroepingstermijn zou ingevoerd worden voor ongevraagde deur-aan-deurverkoop bij de omzetting van de richtlijn.

Artikel 16, lid voorziet: “De lidstaten mogen afwijken van de in de eerste alinea, onder a), b), c) en e), opgenomen uitzonderingen op het herroepingsrecht voor overeenkomsten die worden gesloten in het kader van ongevraagde bezoeken door een handelaar bij de consument thuis of van excursies die worden georganiseerd door een handelaar met als doel of gevolg producten te promoten bij of te verkopen aan consumenten, teneinde de legitieme belangen van consumenten met betrekking tot agressieve of misleidende marketing- of verkooppraktijken te beschermen. Dergelijke bepalingen moeten evenredig, niet-discriminerend en gerechtvaardigd zijn op grond van consumentenbescherming.”

Dit betekent dat België wel een herroepingsrecht zou kunnen voorzien in het kader van deur-aan-deurverkoop voor overeenkomsten betreffende:

- a) *“dienstenovereenkomsten na volledige uitvoering van de dienst als de uitvoering is begonnen met uitdrukkelijke voorafgaande instemming van de consument, en mits de consument heeft erkend dat hij zijn herroepingsrecht verliest zodra de handelaar de overeenkomst volledig heeft uitgevoerd;*

¹⁰ Algemene Directie Economische inspectie, Jaarverslag 2018, gepubliceerd op 17 september 2019, beschikbaar via: <https://economie.fgov.be/nl/publicaties/jaarverslag-2018-algemene>.

- b) *de levering of verstrekking van goederen of diensten waarvan de prijs gebonden is aan schommelingen op de financiële markt waarop de handelaar geen invloed heeft en die zich binnen de herroepingstermijn kunnen voordoen;*
- c) *de levering van volgens specificaties van de consument vervaardigde goederen, of die duidelijk voor een specifieke persoon bestemd zijn;*
- d) *de levering van verzegelde goederen die niet geschikt zijn om te worden teruggezonden om redenen van gezondheidsbescherming of hygiëne en waarvan de verzegeling na de levering is verbroken;”*

De **vertegenwoordigers van de consumentenorganisaties** vragen dat een herroepingstermijn zou worden ingevoerd voor bovengenoemde overeenkomsten in het kader van ongevraagde huis-aan-huisverkoop omdat dit opnieuw aanleiding kan geven tot situaties waarin consumenten zich laten overhalen, intimideren of zelfs dwingen door verkopers die naar hun huis zijn gekomen zonder daartoe te zijn uitgenodigd.

De **vertegenwoordigers van de distributie, de middenstand en de productie** zijn van oordeel dat geen herroepingstermijn ingevoerd te worden voor deze overeenkomsten. Zoals hierboven reeds aangehaald vragen deze vertegenwoordigers dat dezelfde regels van toepassing zouden zijn voor elke verkoop buiten de onderneming om verwarring en onnodige extra administratie te vermijden.

2.5 Waardevermindering van het teruggestuurde goed

De brc Verbruik merkt op dat de richtlijn de afwikkeling van de vergoeding voor waardevermindering van een door de consument teruggezonden goed, niet regelt, noch, *a fortiori*, de bewijslast.

Wat betreft de bewijslast is er wel rechtspraak van het Hof van Justitie van de EU die duidelijk maakt dat de bewijslast met betrekking tot het gebruik van het goed bij de onderneming rust¹¹.

De brc Verbruik stelt vast dat volgens de fod Economie de vergoeding voor waardevermindering niet op automatische wijze bij de terugbetaling in mindering kan worden gebracht van het bedrag verschuldigd aan de consument die zijn herroepingsrecht heeft uitgeoefend en aldus terugbetaling moet ontvangen van alle door hem betaalde bedragen. De fod Economie baseert zich voor deze interpretatie op de toepassing van het principe van de schuldvergelijking (artikel 1289-1291 B.W.) (Bijlage 4). De brc Verbruik merkt echter op dat deze interpretatie weinig bekend en niet algemeen aanvaard is. Zij is voorstander om deze problematiek in de wet zelf te regelen.

Bijlage 1: Presentatie van de eerste workshop Europese Commissie-Lidstaten (13 februari 2020);

Bijlage 2: 'Final minutes' van de eerste workshop Europese Commissie-Lidstaten (13 februari 2020);

Bijlage 3: Het antwoord van de Europese Commissie (DG JUST) van 27 maart 2020 gericht aan Veepee met betrekking tot de aankondigingen van prijsverminderingen;

Bijlage 4: Analyse van de fod Economie omtrent de aansprakelijkheid voor waardevermindering in het kader van verkoop op afstand.

¹¹ [Arrest van het HvJ van de EU van 3 september 2009 C-489/07, ro 27.](#)

Bijlage 1

**Presentatie van de eerste workshop
Europese Commissie-Lidstaten (13 februari 2020)**



Better enforcement and modernisation Directive (EU) 2019/2161

1st Transposition Workshop
13 February 2020

**Unit E2 "Consumer & Marketing Law"
DG Justice and Consumers
European Commission**



Overview of the Directive

Directives amended by Directive (EU) 2019/2161



Unfair commercial practices directive (UCPD) 2005/29/EC: prohibits misleading and aggressive commercial practices towards the consumers, contains a “blacklist” of unfair practices



Consumer Rights Directive (CRD) 2011/83/EU: harmonises pre-contractual information obligations and the right of withdrawal in off-premises and distance contracts (in particular on-line)



Unfair Contract Terms Directive (UCTD) 93/13/EEC: prohibits unfair contractual terms that have not been individually negotiated, contains an “indicative list” of unfair contractual terms



Price Indication Directive (PID) 98/6/EC: requires to indicate the selling price and the unit price of goods (per kg, litre, etc.)

Main provisions of Directive(EU) 2019/2161



Digital

- Online marketplaces
- Online search results
- Consumer reviews
- Ticket resale
- 'Free' digital services



Better enforcement

- Penalties
- Individual remedies



Other

- Dual quality
- Price reductions
- Derogations re.:
doorstep sales and
commercial excursions



Dual quality - Introduction



Dual quality – main EU activities

- Amendment to Article 6 of the Unfair Commercial Practices Directive;
- Several projects of the Joint Research Centre (JRC):
 - Common testing methodology, April 2018;
 - EU-wide testing campaign of food products, results presented in June 2019;
 - Studies on the economic rationale of product differentiation and its impact on consumers' purchasing decisions (pending).



Dual quality – new projects

- New European Parliament Pilot Project to support consumer organisations and strengthen their product testing capacities.
- New European Parliament Preparatory Action to extend the dual quality research to certain categories of non-foods and to examine the feasibility of creating a permanent observatory.



Dual quality – legal issues



Dual quality – legal provision

✓ **Art. 6(2)(c)** of UCPD & **recital 53** of 'Omnibus' Directive

2. A commercial practice shall also be regarded as misleading if, in its factual context, taking account of all its features and circumstances, it causes or is likely to cause the average consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise, and it involves:

c) any marketing of a good, in one Member State, as being identical to a good marketed in other Member States, while that good has significantly different composition or characteristics, unless justified by legitimate and objective factors.



Points for Discussion: Scope

- Scope of the term “*marketing*” – applicability to various actors in the product supply chain
- Scope of the term “*goods*” – not defined in UCPD; the definition in the (new) Sales of Goods Directive (EU) 2019/771 applicable: tangible movable items + water, gas and electricity in limited volume or set quantity
- Meaning of “marketing as being *identical*” – refers to the perception by an average consumer
- Meaning of “...identical to a good marketed in other Member States...” - includes cases where the good is marketed as being identical to a good in just one other Member State



Points for discussion: 'Significant' difference

- "significance" in the context of the UCPD = element of the case-by-case assessment of whether the practice is misleading and has negative impact on consumers, namely:
 - ❖ assessment whether the dual quality marketing practice has concealed a difference, which is 'significant' enough to lead the average consumer to a different transactional decision if the difference was made known to the consumer
- Transactional decision test in the application of the new provision –
 - ❖ any comparable Member States experience from the application of the UCPD in other areas, e.g. misleading environmental claims?



Points for discussion: justified differences (I)

- Non-exhaustive indicative list of factors that can justify the differentiation of a good (mentioned in recital 53):
 - National legal requirements;
 - Availability/seasonality of ingredients;
 - Voluntary strategies for healthier food.
- Any other factors that could be relevant in your national context?
- Proving that the difference is justified (e.g. due to availability of raw materials) – Article 12 UCPD on substantiation of claims enables national courts/authorities to:
 - require the trader to furnish evidence as to the accuracy of factual claims in relation to a commercial practice, and
 - consider factual claims as inaccurate if no evidence/insufficient evidence



Points for discussion: justified differences (II)

- Information about justified differences – alternatives to information on label are preferable (recital 53):
 - ❖ What methods should/could traders use?



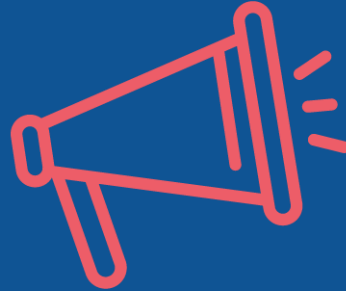
Review clause

✓ **Art. 6** of *'Omnibus' Directive*

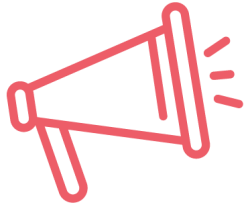
By 28 May 2024, the Commission shall submit a report on the application of this Directive to the European Parliament and to the Council. That report shall include in particular an assessment of the provisions of this Directive regarding:

(b) cases of goods marketed as identical but having significantly different composition or characteristics, including whether those cases should be subject to more stringent requirements, including prohibition in Annex I to Directive 2005/29/EC and whether more detailed provisions on information about the differentiation of goods are necessary.

That report shall be accompanied, where necessary, by a legislative proposal.

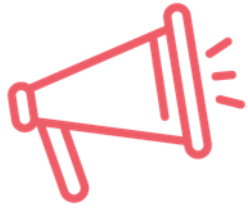


Price reduction announcements



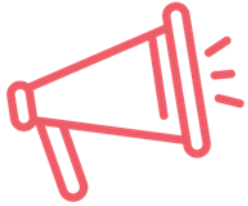
✓ **Art. 6a** *Price Indication Directive*

1. Any announcement of a price reduction shall indicate the prior price applied by the trader for a determined period of time prior to the application of the price reduction.
2. The prior price means the lowest price applied by the trader during a period of time not shorter than 30 days prior to the application of the price reduction.
3. Member States may provide for different rules for goods which are liable to deteriorate or expire rapidly.
4. Where the product has been on the market for less than 30 days, Member States may also provide for a shorter period of time than the period specified in paragraph 2.
5. Member States may provide that, when the price reduction is progressively increased, the prior price is the price without the price reduction before the first application of the price reduction.



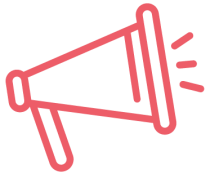
Price Indication Directive

- ✓ Objective of the PID: better consumer information and price comparison by:
 - Indication of the selling price;
 - Indication of the unit price (price per unit of measurement).
- ✓ Limited scope: PID applies only to 'goods'; it does not apply to services (incl. digital services) and to digital content;
 - PID applies to all distribution channels: face2face, online...
 - PID applies also to any advertisements which mention the selling price of products covered by the Directive.



New Article 6a on price reductions

- Purpose: protect consumers against misleading price reduction claims using artificially inflated price as reference price.
- Does not affect the seller's freedom to vary the price (including immediately before the price reduction).
- Two requirements:
 - Information: Indicate the 'prior' price
 - Substantive: the "prior" price is the lowest price in the past 30 days
- "Price" = "selling price" used in other PID provisions (not "unit price")

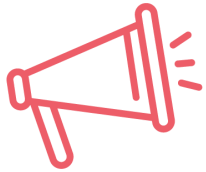


General rule on price reductions

- Show the 'prior' price = the 'lowest' of, possibly, different prices applied in the past 30 days. To be identified once before the start of the reduction

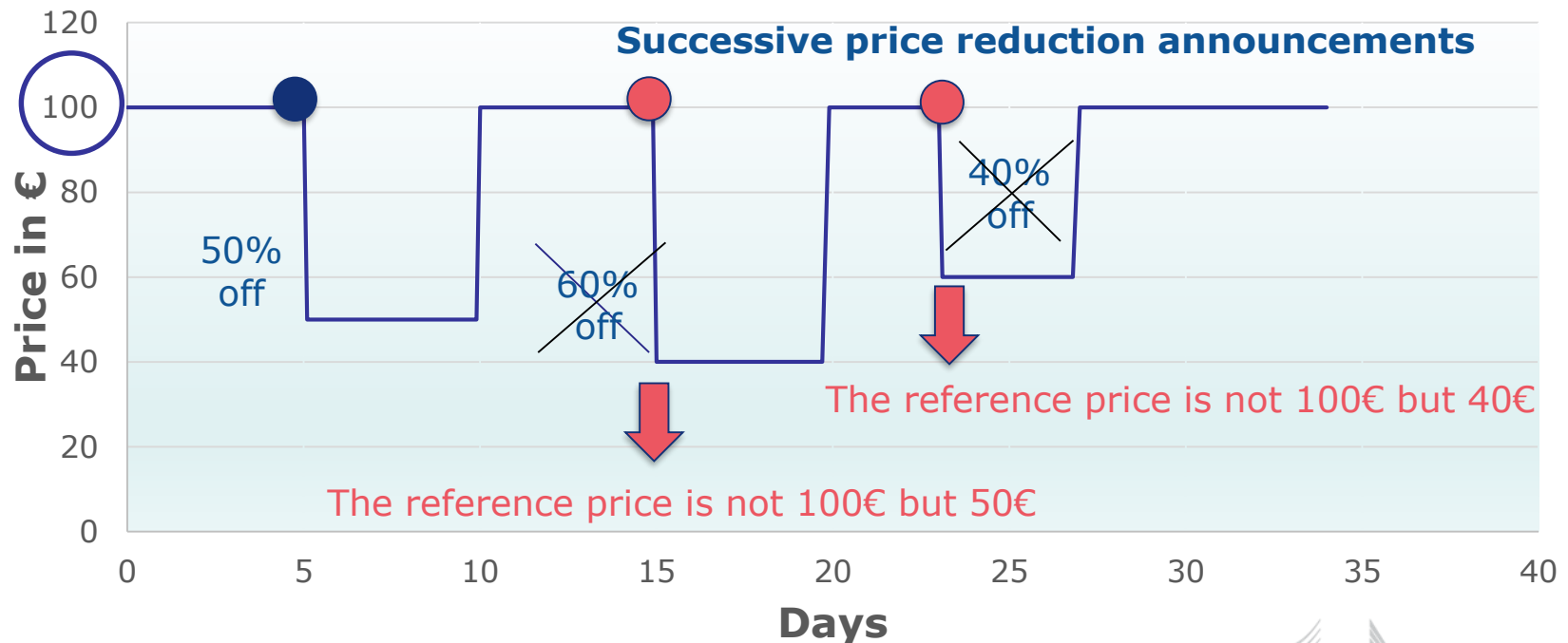
Price reduction announcement

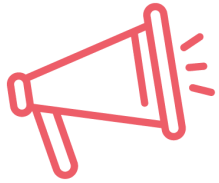




'Prior' price in successive price reductions

- In case of successive price reduction campaigns, the 'prior' price can be the lowest reduced price within the previous sales campaign in the past 30 days





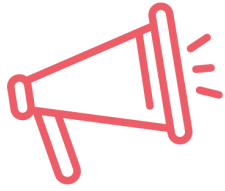
Points for discussion (I)

Duration of the price reduction

- The provision does not affect the duration of the price reduction campaigns
- Fairness of extended price reductions remains to be assessed on a case-by-case basis under UCPD.

Price comparisons

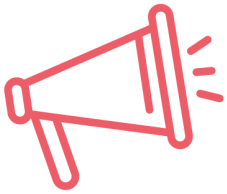
- The provision was not intended to address price comparisons, e.g. comparison of the price with: (1) the price for the same good charged by other traders, (2) a 'recommended' resale price (as defined) or (3) other reference price (as defined)
- Such price comparisons remain subject to UCPD



Points for discussion (II)

General advertising communications

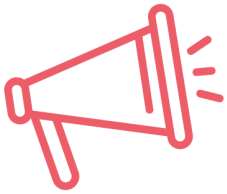
- The provision does not apply to general communications (including in advertising material - leaflets, brochures, promotional e-mails) for all trader's goods or ranges/categories of traders' goods without indicating a specific (measurable) price reduction announcement
 - (e.g. "best/lowest prices", "promotion", "launching price" or "sales")
- What about general price reduction announcements indicating a measurable price reduction?
 - (e.g. "20% off on everything today" or "20% off on all Christmas decorations today")



Points for discussion (III)

Conditional promotional offers

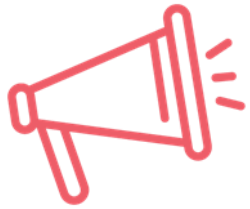
- The provision does not apply to offers whereby the purchase of a good entitles the consumer to an additional free good (e.g. “1+1 free/gratis”, “2 for the price of 1”)
- Similarly, it does not apply to conditional offers of an additional good at a discounted price (e.g. “2nd at 50% off”)
- Such conditional offers remain subject to UCPD



Points for discussion (IV)

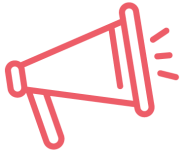
Discount cards/ vouchers and loyalty programmes

- The provision does not apply to general discount cards/ vouchers which give consumers the right to a price discount to trader's all goods or ranges/categories of traders' goods;
- Similarly, it does not apply to loyalty programmes whereby consumers receive, upon purchase of a good or goods, benefits (credits) in respect of their future purchases of trader's all goods or ranges/categories of traders' goods



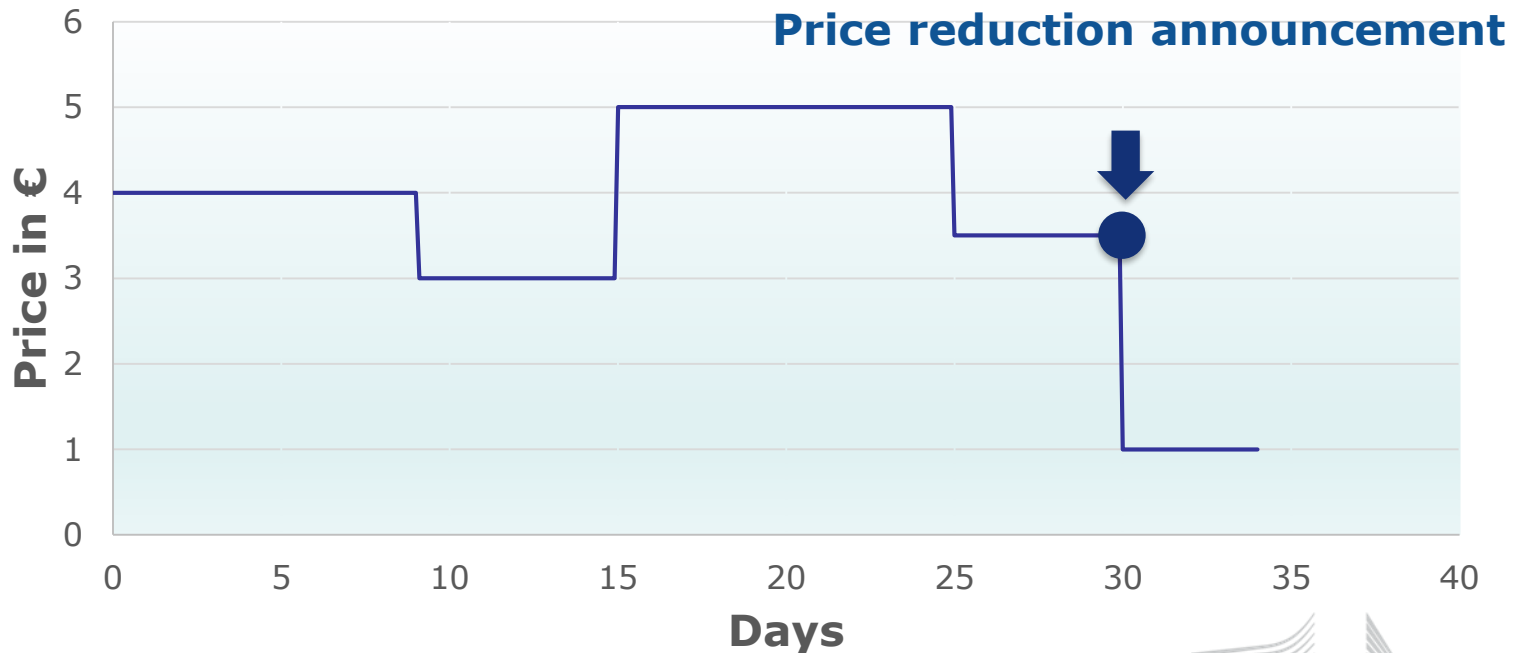
Regulatory choices (options)

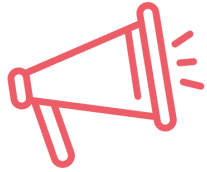
- Three regulatory choices (options) available to Member States to provide for lighter rules regarding:
 - ✓ 'Perishable' goods
 - ✓ Progressive price reduction campaigns
 - ✓ Goods ('new arrivals') that the seller has been selling for less than 30 days



Option 1 – perishable goods

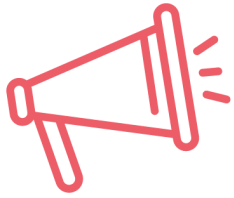
- “3. Member States may provide for different rules for goods which are liable to deteriorate or expire rapidly.”
- Objective of the option – allow for a lighter regime because perishable goods may need to be discounted/sold out more often due to approaching expiration deadlines.





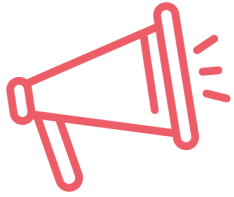
Perishable goods – discussion points

- Goods “liable to deteriorate or expire rapidly” = CRD concept (goods exempted from the right of withdrawal under Art. 16(d)).
- Do Member States intend using this option?
- If so, what could be the possible “different rules” that Member States can adopt for this category of goods?
 - i. Full exemption from the requirement to indicate the ‘prior’ price?
 - ii. Allow using as ‘prior price’ the last price immediately before the reduction?
 - iii. Other?



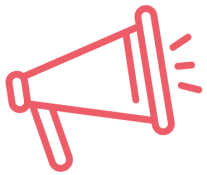
Option 2 – ‘new arrivals’ goods

- *'4. Where the good has been on the market for less than 30 days, Member States may also provide for a shorter period of time than the period specified in paragraph 2'*
- This option was meant to enable Member States to allow price reduction announcements also in respect of goods ('new arrivals') that the seller has been selling for less than 30 days before announcing the price reduction



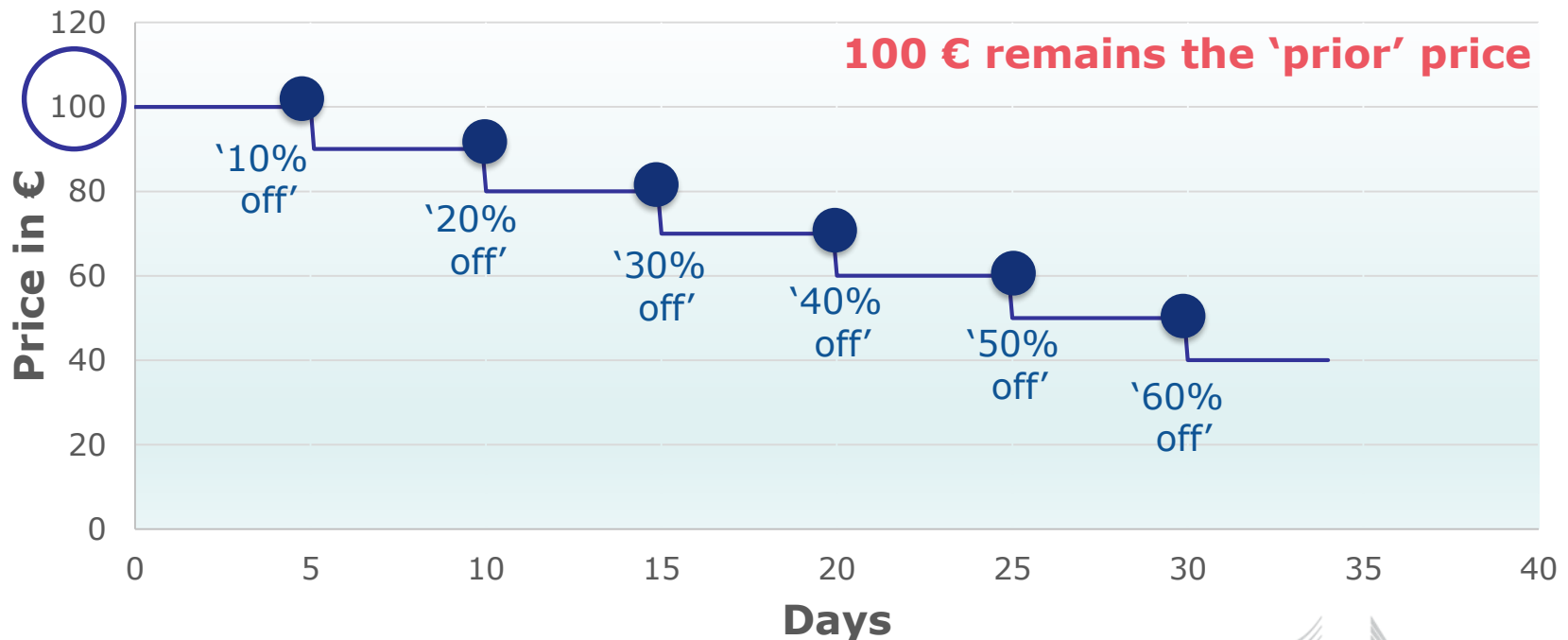
'New arrivals' goods – discussion points

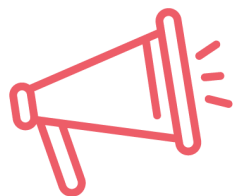
- Do Member States intend using this option?
- If so, what could be the “shorter period”:
 - Fixed period, eg. 20/10/5 days (i.e. the seller would have to sell the 'new arrivals' goods at full price for at least 20/10/5 days before announcing the price reduction)
 - Allowing the seller to choose a shorter period of time for establishing the 'prior' price, i.e. without fixing a specific period in law (fairness of such announcements to be assessed on case-by-case basis under UCPD)



Option 3 – progressive price reduction

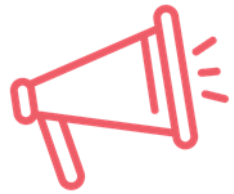
- '5. Member States may provide that, when the price reduction is progressively increased, the prior price is the price without the price reduction before the first application of the price reduction.'
- Objective of the option: allow sellers to continue showing, as 'prior price', the **original** price before the first price reduction announcement when they progressively reduce the price during the campaign (i.e. without interruptions)





Progressive price reductions – discussion points

- Do Member States intend to use this regulatory option?



Relation to the new CRD rule on Personalised pricing

- *Art. 6(1) (ea) of CRD*: consumers should be informed if the price was personalised on the basis of automated decision-making.
- Information that price is personalised pursuant to CRD is not *per se* a price reduction announcement .
- But if the personalised price also involves price reduction announcement – both PID and CRD requirements applicable.
- What is the '*prior*' price in this case – the lowest personalised price for the given consumer in the past 30 days or the lowest price available to the general public?



Penalties



Penalties

Articles in all the 4 amended directives:

UCTD	PID	UCPD	CRD
Art. 8b	Art. 8	Art. 13	Art. 24
Art. 1	Art. 2 (2)	Art. 3(6)	Art. 4(13)
'Omnibus' Directive			



Penalties – general clause

- Similar Article on penalties in UCPD, CRD, UCTD and PID, with some differences.
- Whilst in UCPD, CRD and PID, the new Article builds on the existing general requirement to provide for penalties, the Article on penalties is a novelty for UCTD.

1st paragraph – general requirement to provide for penalties. No substantive change compared to the current UCPD, CRD and PID rule:

“1. Member States shall lay down the rules on penalties applicable to infringements of national provisions adopted pursuant to this Directive and shall take all measures necessary to ensure that they are implemented. The penalties provided for shall be effective, proportionate and dissuasive.”



Penalties - criteria

2nd paragraph – indicative non-exhaustive criteria – identical in all 4 directives (UCPD, CRD, UCTD, PID):

“2. Member States shall ensure that the following non-exhaustive and indicative criteria are taken into account for the imposition of penalties, where appropriate:

- a) the nature, gravity, scale and duration of the infringement;
- b) any action taken by the trader to mitigate or remedy the damage suffered by consumers;
- c) any previous infringements by the trader;
- d) the financial benefits gained or losses avoided by the trader due to the infringement, if the relevant data are available;
- e) penalties imposed on the trader for the same infringement in other Member States in cross-border cases where information about such penalties is available through the mechanism established by Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council;
- f) any other aggravating or mitigating factors applicable to the circumstances of the case”.



Penalties – maximum fine (I)

- Rule on (minimum) harmonization of the maximum fine for a specific category of major cross-border infringements.
- Only UCPD, CRD and UCTD (not in PID)

3rd paragraph

“Member States shall ensure that when penalties are to be imposed in accordance with Article 21 of Regulation (EU) 2017/2394, they include the possibility either to impose fines through administrative procedures or to initiate legal proceedings for the imposition of fines, or both, the maximum amount of such fines being **at least 4 % of the trader's annual turnover** in the Member State or Member States concerned.”



Penalties – maximum fine (II)

- Alternative maximum fine when the turnover is not available
- Also only UCPD, CRD and UCTD

4th paragraph

“For cases where a fine is to be imposed in accordance with paragraph 3, but information on the trader’s annual turnover is not available, Member States shall introduce the possibility to impose fines, the maximum amount of which shall be **at least EUR 2 million.**”



Penalties – transparency of national rules

- Final transparency paragraph – same in all 4 Directives – builds on the transparency requirement in current Article 24(2) of the CRD.

“Member States shall, by 28 November 2021, notify the Commission of the rules and measures referred to in paragraph 1 and shall notify it, without delay, of any subsequent amendment affecting them.”



Penalties – regulatory choices - UCTD

- General regulatory choice to apply penalties only to infringements of national “black lists” of unfair contract terms or to a continued use of unfair contract terms that have been found unfair by national courts or administrative bodies.

“2. Member States may restrict such penalties to situations where the contractual terms are expressly defined as unfair in all circumstances in national law or where a seller or supplier continues to use contractual terms that have been found to be unfair in a final decision taken in accordance with Article 7(2).”



Penalties – regulatory choices - UCPD

- Regulatory choice only regarding infringements subject to the new rule on the maximum fine (4 % of turnover or EUR 2 million).
- It allows Member States not to apply the harmonized fine to infringements breaching, for the first time, solely Article 5 of the UCPD (practices contrary to the requirements of professional diligence).

“3. [...] without prejudice to that Regulation, Member States may, for national constitutional reasons, restrict the imposition of fines to:

(a) infringements of Articles 6, 7, 8, 9 and of Annex I to this Directive; and

(b) a trader's continued use of a commercial practice that has been found to be unfair by the competent national authority or court, when that commercial practice is not an infringement referred to in point (a)”.



Points for discussion (I)

- Relation to the CPC Regulation (EU) 2017/2394.
- Member States have discretion as regards the national procedures for the imposition of penalties/fines – as long as the possibility of imposing the penalties/fines is ensured.

Maximum amount of fines

- Member States can go beyond the 4% of turnover/EUR 2 million maximum fine – regarding both the amount and the reference turnover
- *"...at least 4% of the trader's annual turnover in the Member State or Member States concerned"*
- Trader's annual turnover



Points for discussion (II)

- When taking enforcement measures in coordinated actions (Art 21 of Regulation (EU) 2017/2394), are Member States also obliged to provide for fines for the breaches of:
 - Article 27 of CRD - demanding consideration from the consumer in case of inertia selling prohibited by UCPD,
 - Article 21 of CRD - demanding to pay more than the 'basic rate' for post-contract telephone queries
 - CRD provisions (e.g. Article 6(6), Article 18(2), Article 22) that include specific remedies when trader breaches their requirements?

AOB – next meetings – dates + provisional topics (to be discussed)

Next (2nd) Workshop: 3 April (Friday)

Topics – *Digital block*: search results ranking, marketplace transparency, consumer reviews, ticket resale; scope provisions (incl. 'Free' services), information requirements (incl. personalised prices), right of withdrawal (in relation to data handling and digital content/services)

3rd Workshop – May (tbc)

Topics: UCPD remedies, *options on doorstep selling & commercial excursions ...*

4th Workshop – end June?

Bijlage 2

**'Final minutes' van de eerste workshop
Europese Commissie-Lidstaten (13 februari 2020)**



10 March 2020

Member States' Expert Group on consumer and marketing law

1st meeting on the Directive on better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules

Thursday, 13 February 2020

FINAL MINUTES

Venue: Conference Centre Albert Borschette (CCAB), Room 1.D, Rue Froissart 36, 1040 – Brussels

Chair: Blanca Rodriguez Galindo, Head of Unit E2, Consumer and Marketing Law, DG Justice and Consumers

1. Welcome and introduction

The Chair opened the meeting and welcomed the participants of the first workshop on the transposition of the Better Regulation and Modernisation Directive (EU) 2019/2161. The group approved the agenda of the workshop.

2. Adoption of the Rules of Procedure

The Chair informed the Group about the requirement for all expert groups to adopt Rules of Procedure based on the standard rules of procedure for Commission Expert Groups. The Group adopted its Rules of Procedure.

3. Transposition plans

The delegations described their progress with the transposition of Directive (EU) 2019/2161. In particular, they indicated the ministries and other national authorities in charge of the transposition, presented the time-table, where available, and the procedural steps. They also indicated the existing national laws that will be amended as part of the transposition.

4. 'Dual Quality'

The discussion on “dual quality” started with an update from the JRC regarding the pending projects on: (1) comparative testing of food products and (2) economic rationale of dual quality and its impact on consumers.

With regard to the comparative testing of food products, the JRC reminded of the results published in June 2019 and outlined the future steps on sensory testing that will take place by this summer. The second JRC study on economic impact is currently being finalised for publication. It analyses the Impact of dual quality on consumers' purchase decisions and welfare, the brand-owners' economic incentives for dual quality practices and the drivers of the occurrence of dual quality in different Member States. The research consists of applying economic theory and empirics from the literature, consumer behavioural experiments and econometric estimation using the results from the JRC comparative testing.

In the follow-up to the presentations, several delegations asked for clarification and JRC representatives explained the methodology of the different research tools and their results. One delegation also suggested to reflect on greater visibility of the results and invited to carry out comparative testing of non-food products.

Subsequently, DG JUST presented a list of discussion points and the preliminary Commission services' views regarding the new 'Dual quality' provision in the UCPD. In the follow-up discussion, the following main issues were discussed.

DG JUST clarified that, whilst the new UCPD provision deals generally with 'marketing' and is addressed to 'traders' as broadly defined in the UCPD, the new Dual quality provision targets primarily brand owners/ manufacturers that control the presentation and composition of products. Notwithstanding this, also mere retailers could be required to take remedial action (notably to correct any misleading information) when informed by national authorities. A delegation stated that retailers cannot be held liable for different composition of the goods that they are not aware about. Another delegation inquired if national transposition rules could prescribe in detail the liability of specific categories of traders such as retailers. DG JUST responded that it is best to avoid such prescriptive legal rules as they could reduce the flexibility in dealing with different cases. If necessary, such practicalities could rather be addressed in guidance to the competent national authorities.

A few delegations asked for general information as to how the new provision should be enforced, in particular how the infringements can be detected. DG JUST replied that, like for other breaches of the UCPD, national authorities could take action on the basis of information which is already available to them or act upon complaints. The JRC common methodology from April 2018 is available and can be used also in national investigations regarding food dual quality.

Some delegations took the view that the new UCPD provision will apply only to goods marketed as being identical in at least two other Member States, in addition to the Member State that is taking the action. In this respect, a delegation considered that the requirement to prove the fact of marketing of the good in question in at least two other countries would constitute a major additional requirement for any national enforcement action. In contrast, some other delegations were of the opinion that it is enough, in accordance with the final text of the provision, for the

good in question to be marketed in just one other Member State. DG JUST reminded about the deletion of the term “several” from both the main UCPD provision and the relevant recital 53 during the legislative negotiations, thus removing the limitation of the earlier draft provision as regards the minimum number of Member States. DG JUST also explained that this issue has no big practical relevance since the potential ‘dual quality’ products are normally manufactured by large companies and would be anyhow marketed in several Member States.

Regarding the factors that can justify differences of products marketed as being identical, one delegation asked if “consumer taste preferences” could be a valid justification for marketing different products as being identical. Other delegations pointed out that ‘consumer taste preferences’ were deleted from recital 53 during the negotiations. DG JUST explained that such justification is not excluded since Article 6(2)(c) UCPD refers generally to legitimate and objective factors and the list of justifying factors expressly mentioned in recital 53 of the Directive is merely indicative. However, the merits of this one or any other justification advanced by traders would be assessed on a case-by-case basis. The national transposition legislation should keep open the possibility of different justifications.

In this respect, DG JUST referred also to Article 12 of the UCPD, which requires Member States to empower national courts and authorities to require evidence from traders substantiating their factual claims. One delegation considered that the mere use of different ingredients in goods marketed as being identical does not constitute a ‘factual claim’ in the context of Article 12 UCPD. In response, DG JUST reiterated that Article 12 requirements are relevant regarding any specific trader’s claims about the justification of the composition differences, such as claims that composition differences are justified by national consumer taste differences.

A delegation inquired about how to establish the ‘reference product’ in a dual quality investigation. DG JUST explained that the UCPD provision actually does not deal with product ‘quality’, which is legally undefined and subjective notion. The term ‘dual quality’ is merely used for convenience purposes when referring to the problem of different goods being marketed as identical. It is therefore not necessary for national authorities to establish a ‘reference product’ and to rate the compared products by their ‘quality’. What legally matters is whether the products with different composition are marketed as being identical in different Member States.

Regarding the meaning of the term “significant” difference, one delegation suggested that the significance of any composition differences could only be established via laboratory testing. DG JUST explained that, in practice, the assessment by national authorities under the UCPD will be based on comparing the available information on the packaging and labels. If this legally required labelling information is found to be incorrect via laboratory tests, it will be a breach of the EU food regulations in the first place. Also the JRC EU comparative testing used the information on the product labels without verifying it via laboratories. Once a composition difference of goods marketed as being identical is established, the assessment of its “significance” will be part of the case-by-case assessment under the UCPD. Namely, the national

authority will assess whether the dual quality marketing practice has concealed a composition difference, which is significant enough for a consumer to take a different purchasing decision had he or she known about it. For this reason, it is both impossible and inappropriate, in the context of the UCPD, notwithstanding some industry requests, to provide for a classification of “significant” and “non-significant” differences on a per-ingredient basis.

5. Price reduction announcements

DG JUST presented a list of discussion points and preliminary Commission services’ views regarding the new Article 6a of the Price Indication Directive (PID) on price reduction announcements. Delegations asked questions and made comments on the following topics.

A delegation asked what provision would prevail in case of conflict between the new PID rule and the UCPD provisions such as those prohibiting misleading information about price advantages and market conditions. DG JUST explained that there should be no conflict but a seller breaching the new PID requirement could be also committing unfair commercial practice prohibited by UCPD.

A delegation inquired if traders are obliged to indicate for how long they had been using the indicated ‘prior’ price. DG JUST clarified that traders are not under the obligation to provide such information under the new PID provision; they simply have to make sure that the indicated prior price is the lowest during the past period of 30 days.

A delegation asked about the burden of proof as to whether the indicated prior price is indeed the lowest price in the past 30 days. DG JUST explained that this is not regulated in EU law and is therefore subject to national law.

Another delegation referred to a judgment of the Court of Justice (case C-421/12) concerning the compatibility of the earlier Belgian legislation on price reductions with the UCPD. DG JUST clarified that Member States must now transpose the new EU rules on price reductions under the PID, notwithstanding the judgment in C-421/12, which interpreted EU law in force at that given time.

A delegation inquired how the new PID requirement would apply to non-EU traders, in particular to platforms. DG JUST clarified that foreign online sellers and platforms that target EU consumers will also need to respect the new PID requirements, just like the other EU consumer rights. National authorities will be in charge of enforcing the new PID rule. Where needed, they will be able to use their strengthened enforcement powers under the new CPC Regulation such as regarding access to websites. Moreover, they can and should join forces in the CPC Network to deal with large non-EU traders in a coordinated manner.

One delegation inquired about the meaning of ‘price reduction’. DG JUST explained that it should be understood as the seller’s announcement that it has reduced the price that this seller

had charged for the same good earlier. This is typically done by referring to the new reduced price and a crossed-out prior price and/ or to a reduction in terms of specific percentage (%) or specific amount.

A delegation further inquired whether there could be other forms of price advantages that would be subject to the new PID requirement. DG JUST clarified that price comparisons where traders demonstrate a price advantage by comparing to another reference price (e.g. 'recommended retail price'), would not be subject to the new PID rule but they remain subject to the UCPD provisions. It depends on the traders' business model whether they announce a reduction of their own prices (in accordance with the PID rule) or compare their prices with other traders' prices or recommended retail prices. Obviously, they need to make it absolutely clear to consumers that their announcement is indeed a price comparison and not a reduction of their own price.

A delegation asked if marketing messages announcing a launching price (e.g. for 'new arrivals') and a price increase in the future would fall under the new PID provision. DG JUST explained that Article 6a PID was meant to address the trader's marketing messages about the reduction of a price charged by that trader previously. Technically speaking, the mentioned examples seem not to be about price 'reduction' but rather about price 'increase'. Therefore, such price increase announcements should continue to be assessed under the UCPD.

A delegation raised a question about how to establish a reference price where the same trader sells the same good in different physical/ online shops at different prices. DG JUST explained that sellers should indicate as prior price the one applied in the given shop or point of sale rather than the (possibly higher) price charged in another shop/ sales channel.

There were different views amongst delegations as regards the applicability of the new PID provision to general price reductions (e.g. announcement '20% off on all stock today'). DG JUST invited the delegations to submit their opinion and comments on this topic.

Several delegations indicated that they are just starting to reflect on the use of the regulatory options provided in the new provision (allowing for lighter regulatory regime for 'perishable' goods, continuous progressive price reductions and 'new arrivals' goods). The majority of delegations that indicated their views on this topic were interested in considering at least some of them. One delegation and DG JUST invited delegations to exchange views within the Group in order to align as much as possible the use of the regulatory options.

In response to a delegation's question about the level of harmonization in the PID, DG JUST clarified that PID is indeed a minimum harmonisation directive. However, any national plans for extended periods for establishing the prior price should be carefully assessed as to their impact on cross-border trade. As regards other initiatives for stricter rules, it is important to note that the PID only regulates a limited range of specific issues. Accordingly, its minimum harmonisation clause cannot be used for adopting stronger national rules in other areas that it does not regulate.

A delegation expressed doubts about the necessity of the regulatory option for the ‘new arrivals’ goods. It considered that, where the good has been on sale for less than 30 days, the seller could simply use the lowest price in any shorter applicable period. DG JUST explained that the new PID provision could be interpreted as preventing sellers to announce a price reduction before the lapse of the 30 days period. To provide more flexibility, the Member States should therefore use the specific option for “new arrivals” goods. They can either provide for a shorter period or allow the trader to decide on a different reference period, whose fairness would then continue to be assessed under the UCPD, on a case-by-case basis.

6. Penalties

DG JUST presented the new strengthened penalty provisions in the UCPD, PID, CRD and UCTD and delegations asked questions and made comments.

Regarding the fine of up to 4% of annual turnover applied when taking enforcement measures in CPC coordinated actions, a delegation wondered which turnover should be taken into account in the calculation of this fine. DG JUST explained that in practice the authorities would use the latest available data covering a full year, which means normally the previous year. However, it is for Member States to decide whether to apply the penalty to the turnover of the previous year before the infringement or before the infringement decision. The practice of authorities, which are already applying turnover-based fines under national law, in particular Competition authorities, could be checked in this respect.

DG JUST also answered questions regarding the Member States’ obligation to provide for fines for the breaches of some articles of CRD when taking enforcement measures in CPC coordinated actions. The questions concerned: Article 6(6), Article 18(2) and Article (22) that provide or include specific contractual remedies for consumers, Article 21 that prohibits the trader to ask the consumer to pay more than the ‘basic rate’ for post-contract telephone queries and Article 27 regarding the consideration from the consumer in case of inertia selling. DG JUST explained that Member States are not exempted from providing for fines for the breaches of these provisions even if they already include a contractual remedy for the individual consumers affected. However, the breach of Article 27 of CRD regarding inertia selling could also be sanctioned by the national legislation transposing UCPD whose No. 29 of Annex I (‘blacklist’) prohibits traders from demanding payment for unsolicited products.

One delegation commented that their national enforcement system is very efficient as it currently stands and it would be very expensive to implement the rules on fines required by the new rules.

7. Conclusions and preparation of the next meetings

The Chair thanked the delegations for their participation to the workshop and the constructive discussion. She invited them to send in writing any other question or comment about the topics covered in this first workshop.

The next 2nd meeting will take place on 3 April and will deal with the “digital” block of the amendments, such as provisions on personalised pricing, online marketplaces and consumer reviews. **Questions in writing should be submitted by end of February.**

Looking forward, in total 3 or 4 meetings will be organised by end of June to feed into the Member States drafting work of the national rules. Further meetings could still be organised after summer break, if necessary.

The Chair invited the delegations to share their views on the participation of external experts in the workshops. A delegation expressed the opinion that pros and cons should be carefully assessed in each case.

Participants

Members

Member State	Organisation
Belgium	FPS Economy
Bulgaria	Ministry of Economy
Czechia	Ministry of Industry and Trade Permanent Representation to the EU.
Denmark	Competition and Consumer Authority Ministry of Justice
Germany	Federal ministry of Economy Federal Ministry of Justice and Consumer Protection
Estonia	Ministry of Economic Affairs and Communications Ministry of Justice
Ireland	Department of Business, Enterprise and Innovation
Greece	MINISTRY OF DEVELOPMENT AND INVESTMENTS
Spain	MINISTRY FOR CONSUMERS
France	Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes Permanent Representation of France to the EU
Croatia	Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts
Italy	Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Cyprus	Consumer Protection Service
Latvia	MINISTRY OF ECONOMICS Consumer Rights Protection Centre of Latvia
Lithuania	Ministry of Justice Permanent Representation to the EU
Luxembourg	Ministère de la protection des consommateurs

Member State	Organisation
Hungary	Ministry for Innovation and Technology
Malta	Competition and Consumer Affairs Authority
Netherlands	Ministry of Economic Affairs and Climate Authority for Consumers and Markets
Austria	Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz Ministry for Digital and Economic Affairs
Poland	Office of Competition and Consumer Protection
Portugal	Consumer Directorate-General - Ministry of Economy
Romania	National Authority for Consumer Protection
Slovenia	Ministry of Economic Development and Technology
Slovakia	Ministry of Economy
Finland	Ministry of Justice
Sweden	Ministry of Finance

Observers

Iceland	Mission of Iceland to the European Union
Norway	Ministry of Children and Families

European Commission: DG JUST, DG GROW, DG SANTE and JRC

European Parliament: IMCO Secretariat

Bijlage 3

**Het antwoord van de Europese Commissie (DG JUST) van
27 maart 2020 gericht aan Veepee met betrekking tot de
aankondigingen van prijsverminderingen**



COMMISSION EUROPÉENNE
DIRECTION GÉNÉRALE JUSTICE ET CONSOMMATEURS

Direction E : Consommateurs
Le Directeur

Bruxelles
JUST.DDG.E.2.001/MP/bb

M. Xavier Court
Associé Co-fondateur
M. Arthur Cassanet
Directeur des Affaires Publiques
Europe
Vente-Privée
249 avenue du Président Wilson
93210 La Plaine Saint Denis
FRANCE

E-mail : acassanet@vente-privée.com

Objet: Modification de la Directive 98/6/CE – réduction de prix

Messieurs,

Merci pour votre lettre du 5 mars 2020 concernant le nouvel article 6 bis de la directive 98/6/CE sur les annonces de réductions de prix¹.

Dans votre lettre, vous demandez de clarifier le champ d'application de cette nouvelle disposition, c'est-à-dire si elle s'applique uniquement aux réductions de prix ou si elle s'étend également aux pratiques commerciales consistant à comparer le prix avec un autre prix de référence.

Le nouvel article 6 bis de la directive 98/6/CE exige que, lors de l'annonce d'une réduction de prix, le professionnel indique le « prix antérieur » qui est défini comme « le prix le plus bas appliqué par le professionnel au cours d'une période d'au moins trente jours avant l'application de la réduction de prix ».

Par conséquent, cette disposition peut s'appliquer seulement aux annonces de réduction des prix pratiqués auparavant par le même professionnel. Par contre, dans le cas d'une comparaison de prix avec un autre prix de référence, le professionnel n'est pas en train d'annoncer une « réduction de prix » au sens de l'article 6 bis de la directive 98/6/CE qui ne serait pas dès lors applicable. Les comparaisons de prix continueront à faire l'objet

¹ Tel qu'introduit par la Directive (UE) 2019/2161 du 27 novembre 2019 pour une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs.

d'une évaluation au cas par cas selon la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales.

Au demeurant, le professionnel doit s'assurer que, dans le cas d'une comparaison de prix avec un autre prix de référence, les consommateurs sont dûment et clairement informés de ce fait, y compris de quel prix de référence il s'agit. Dans le cas où la communication commerciale pourrait être entendue par un consommateur moyen comme une réduction de prix du même professionnel, le nouvel article 6 bis de la Directive 98/6/CE serait applicable.

Lors de ses contacts avec les Etats membres dans le cadre des travaux sur la transposition de la Directive (UE) 2019/2161, la Direction générale de la justice et des consommateurs (DG JUST) soutient cette même orientation sur le champ d'application du nouvel article 6 bis de la Directive 98/6/CE². Cependant, j'attire votre attention sur le fait que seule la Cour de justice de l'Union européenne est compétente pour fournir une interprétation légalement contraignante du droit européen.

J'espère que ces informations vous seront utiles. Pour toute question ultérieure je vous invite à contacter directement l'unité E2 de la DG JUST, cheffe d'unité Madame Blanca Rodriguez-Galindo, e-mail : JUST-E2@ec.europa.eu.

Veillez croire, Messieurs, à l'assurance de ma considération distinguée.

(e-signed)
Nils BEHRNDT

² 1^{er} atelier du 13 février 2020 ; pour plus d'information veuillez consulter le Registre des groupes d'experts de la Commission:
<https://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=895&NewSearch=1&NewSearch=1>

Bijlage 4

**Analyse van de fod Economie omtrent de
aansprakelijkheid voor waardevermindering
in het kader van verkoop op afstand.**

Analyse omtrent de aansprakelijkheid voor waardevermindering in het kader van verkoop op afstand

In het kader van de besprekingen gevoerd binnen de brc Verbruik omtrent de adviesaanvraag betreffende de omzetting van de richtlijn 2019/2161 van het Europees Parlement en de Raad van 27 november 2019 tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en Richtlijnen 98/6/EG, 2005/29/EG en 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de Unie (hierna Omnibusrichtlijn) vroeg de brc Verbruik naar het standpunt van de FOD Economie omtrent de **aansprakelijkheid voor waardevermindering in het kader van verkoop op afstand**, zoals vastgelegd in het artikel VI.51, § 2 WER.

De Omnibusrichtlijn brengt geen wijzigingen met zich mee ten opzichte van deze bepaling, maar de brc Verbruik meent dat de omzetting van deze richtlijn mogelijk de gelegenheid kan bieden om wettelijke verduidelijkingen door te voeren omtrent de toepassing van het artikel VI.51, § 2 WER. Meer bepaald, omtrent de vraag of een onderneming op automatische wijze een vergoeding wegens waardevermindering kan inhouden op het bedrag verschuldigd aan de consument die zijn herroepingsrecht heeft uitgeoefend en aldus terugbetaling moet ontvangen van alle door hem betaalde bedragen (artikel VI.50, § 1 WER).

De principes van de richtlijn 2011/83 zijn :

- de toekenning van een herroepingsrecht moet in hoge mate worden gewaarborgd aan de consument;
- de onderneming moet de consument die gebruikmaakt van zijn herroepingsrecht terugbetalen;
- de onderneming mag het herroepingsrecht van de consument niet inperken, met name door hem ertoe te verplichten aan te tonen dat hij geen "buitensporig" gebruik heeft gemaakt van het goed.

1 Artikelen 1289 -1291BW

Artikel 1289 BW voorziet in het principe van schuldvergelijking: schuldvergelijking is **enkel mogelijk als de schuld vaststaat en dus niet het voorwerp is van ernstige betwisting**. Het veronderstelt dat twee partijen over en weer schuldeiser en schuldenaar zijn van elkaar. Artikel 1291 BW verduidelijkt dat de schuld reeds vaststaan en opeisbaar moet zijn.

Het automatisch inhouden of vastleggen van een bedrag wegens aansprakelijkheid van de consument voor waardevermindering in het kader van de uitoefening van het herroepingsrecht, zou overeenstemmen met dit principe.

Ingevolge het actuele burgerlijke recht, is het een onderneming dus niet toegelaten om vooraf een bedrag vast te leggen voor waardevermindering, of automatisch een bedrag in te houden op terugbetaling verschuldigd aan de consument, want:

1. De onderneming moet geval per geval beoordelen hoe groot de schade is
2. De schuld van de consument staat zeker niet vast: het is denkbaar dat de consument betwist aansprakelijk te zijn voor waardevermindering. Een voorwaarde voor de toepassing van het principe van schuldvergelijking is aldus niet vervuld.

Het is aan de onderneming om aan te tonen dat de consument aansprakelijk kan worden gesteld voor waardevermindering en bijgevolg dat deze daarvoor moet betalen. De bewijslast rust op de onderneming en mag niet worden omgedraaid in de algemene voorwaarden van de onderneming door te voorzien in een automatische forfaitaire inhouding op het terug te betalen bedrag

In het geval van aansprakelijkheid voor waardevermindering zijn consument en onderneming wederzijds schuldeiser en schuldenaar. De consument is schuldeiser omdat hij, wegens herroeping, terugbetaling moet krijgen van de onderneming; hij is **potentieel** schuldenaar in de mate dat hij aansprakelijk zou zijn voor waardevermindering. De onderneming is schuldeiser van het bedrag dat hij ***zou krijgen in geval de consument aansprakelijk wordt gesteld*** voor waardevermindering; zij is schuldenaar van alle door de consument betaalde bedragen die deze moet terugkrijgen omdat hij zijn herroepingsrecht heeft uitgeoefend.

2 Informatie over eventuele aansprakelijkheid voor waardevermindering

Er wordt toegevoegd dat het modelformulier van herroeping voorziet in een formulering die de consument moet wijzen op zijn aansprakelijkheid inzake waardevermindering, nl. *“U bent alleen aansprakelijk voor de waardevermindering van de goederen die het gevolg is van het gebruik van de goederen, dat verder gaat dan nodig is om de aard, de kenmerken en de werking van de goederen vast te stellen”*.

Het gebruik van het modelformulier voor herroeping geldt als vermoeden dat de onderneming voldaan heeft aan haar precontractuele informatieverplichting. Maar zelfs als **de onderneming** geen gebruik maakt van dit modelformulier, dan nog **moet zij de consument precontractueel wijzen op zijn eventuele aansprakelijkheid voor waardevermindering**, al dan niet door gebruikmaking van dezelfde zinsnede als voorzien in het modelformulier. Dit vloeit voort uit artikel VI.45, § 1, 8° WER: de consument moet geïnformeerd worden over o.a. de modaliteiten van het herroepingsrecht, waaronder dus zijn eventuele aansprakelijkheid voor waardevermindering.

Daarenboven bepaalt het artikel VI.51, § 2 WER (aansprakelijkheid voor waardevermindering) expliciet dat de consument niet aansprakelijk kan worden gesteld voor waardevermindering indien hij de informatie over het herroepingsrecht niet heeft ontvangen *overeenkomstig het artikel VI.45, § 1, 8° WER*. Door de expliciete verwijzing in het artikel VI.51, § 2 WER is duidelijk dat de consument precontractueel moet worden geïnformeerd over het feit dat hij desgevallend aansprakelijk kan worden gesteld voor waardevermindering van de goederen die het gevolg is van het behandelen ervan

dat verder gaat dan nodig was om de aard, de kenmerken en de werking van de goederen vast te stellen.

In het geval waarin de onderneming haar precontractuele informatieverplichting omtrent het herroepingsrecht niet heeft nageleefd, kan er geen aansprakelijkheid voor waardevermindering zijn. Het automatisch inhouden van een bedrag dat met de vermeende waardevermindering overeenstemt, betekent in dat geval een omkering van de bewijslast. De consument moet dan actie ondernemen om een onrechtmatig ingehouden bedrag wegens aansprakelijkheid voor waardevermindering te recupereren van de onderneming, hoewel het de onderneming is die te kort is geschoten in haar precontractuele informatieverplichting.