

VERBRUIK  
CRB 2023-2230

26 sept.  
2023

# ADVIES

Het op de markt aanbieden en het gebruiken van biociden



Blijde Inkomstlaan 17-21 1040 Brussel  
Avenue de la Joyeuse Entrée 17-21 1040 Bruxelles  
T 02 233 88 11  
E [mail@ccecrb.fgov.be](mailto:mail@ccecrb.fgov.be)  
[www.ccecrb.fgov.be](http://www.ccecrb.fgov.be)



## Inbehandelingneming

Bij brief van 19 juli 2023 richtte de heer Dermagne, Vice-eersteminister en Minister van Economie en Werk, een adviesvraag aan de bijzondere raadgevende commissie Verbruik over een ontwerp van koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 4 april 2019 betreffende het op de markt aanbieden en het gebruiken van biociden. Het advies van de brc Verbruik werd gevraagd op grond van artikel VI.35, §2 van het Wetboek van economisch recht (WER). De uiterlijke indieningsdatum van dit advies is 15 september 2023. Na overleg met de beleidschef-Dermagne werd dit verlengd tot 22 september 2023.

De subcommissie Handelspraktijken werd belast met de voorbereiding van een ontwerpadvies en kwam hiertoe bijeen op 5 september 2023, onder het voorzitterschap van de heer Jean-Philippe Ducart (ondervoorzitter van de brc Verbruik). Namen deel aan de werkzaamheden: de dames Chen (Detic), De Cort (BV-OECO), Van Tiggelen (Detic) en de heren Vandermolen (VBO) en Van Loock (Comeos). De subcommissie kon tevens rekenen op de deskundige medewerking van de dames Azdad en Dumortier (FOD Volksgezondheid).

Het ontwerpadvies werd op 26 september 2023 via een schriftelijke procedure voorgelegd aan de plenaire vergadering van de brc Verbruik, en werd goedgekeurd, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot.

## Inleiding

Het ontwerp van koninklijk besluit dat voor advies voorligt wijzigt het koninklijk besluit van 4 april 2019 betreffende het op de markt aanbieden en het gebruiken van biociden<sup>1</sup>.

Naast een aantal technische aanpassingen, worden de bepalingen inzake publiciteit uitgebreid via artikel 23 van het voorliggende ontwerp van koninklijk besluit. Het advies van de brc Verbruik dient zich voornamelijk op deze bepaling toe te spitsen. Zo zal publiciteit verboden worden voor toepassingen die uitsluitend zijn toegelaten

---

<sup>1</sup> [Het koninklijk besluit van 4 april 2019 betreffende het op de markt aanbieden en het gebruiken van biociden.](#)

voor het brede publiek indien het gevaarlijke producten betreft. Tegelijk zullen promoties voor dergelijke toepassingen worden beperkt.

Voor de gevallen waarin publiciteit wel is toegelaten, zal een duidelijke identificatie van het product vereist zijn. In geval van publiciteit die wordt verspreid via een techniek voor communicatie die beperkte tijd biedt voor het tonen van informatie, zal, tot slot, een tijdsduur worden opgelegd voor het tonen van de verplichte vermeldingen.

## Advies

### 1 Algemene opmerkingen

De brc Verbruik stelt vast dat haar advies, net als dat van de Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO, specifiek gevraagd werd met betrekking tot het artikel 23 van het ontwerp van koninklijk besluit, dat artikel 29 van het koninklijk besluit van 4 april 2019 wijzigt en dat betrekking heeft op reclame. De wettelijke basis voor deze adviesvraag wordt gevormd door artikel VI.35 §2 WER.

De brc Verbruik merkt verder op dat bij eerdere wijzigingen van de biocidewetgeving naast het advies van de brc Verbruik ook steeds het advies werd gevraagd van de Hoge Gezondheidsraad, de Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling, de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven en, desgevallend, de Nationale Arbeidsraad, en dit op basis van de wet Productnormen<sup>2</sup>.

Hoewel de wettelijke basis van dit ontwerp van koninklijk besluit ook mede gevormd wordt door artikel 8 van de wet Productnormen, en er voor de uitvoeringsbesluiten op basis van dit artikel 8 op zich geen wettelijk verplichte adviesvraag dient gesteld te worden aan de hierboven vermelde adviesorganen, betreurt de brc Verbruik ten zeerste dat deze adviesorganen geen advies hebben kunnen uitbrengen over dit ontwerp van koninklijk besluit. Elk van deze adviesorganen heeft immers zijn eigen specificiteit en aldus zijn toegevoegde waarde bij de beoordeling van dit ontwerp van koninklijk besluit, dat toch een aantal vrij ingrijpende wijzigingen met betrekking tot de biocidewetgeving doorvoert.

---

<sup>2</sup> Wet van 21 december 1998 betreffende de productnormen ter bevordering van duurzame productie- en consumptiepatronen en ter bescherming van het leefmilieu, de volksgezondheid en de werknemers.



Niet alleen werden aldus niet alle adviesorganen geraadpleegd, maar gebeurt de raadpleging ook niet voor alle andere voorgestelde wijzigingen in de andere artikels. Terwijl op de TRIS-databank alle stakeholders commentaren kunnen geven over de volledige tekst, kan dit op Belgisch niveau enkel over het artikel inzake reclame.

De brc Verbruik merkt verder op dat in de aanhef van het koninklijk besluit sprake is van een *'impactanalyse van de regelgeving, uitgevoerd overeenkomstig artikelen 6 en 7 van de wet van 15 december 2013 houdende diverse bepalingen inzake administratieve vereenvoudiging'*. De brc Verbruik betreurt dat zij geen toegang heeft gekregen tot deze impactanalyse. Om een ontwerp van koninklijk besluit te analyseren, lijkt het immers aangewezen om de redenen te kennen die ten grondslag liggen van het ontwerp, alsook de elementen (wetenschappelijke onderzoeken, analyses...) ter staving van deze redenen. De brc Verbruik verwijst hierbij naar eerdere adviezen van de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven, waarin het belang van regelgevingsimpactanalyses wordt benadrukt, alsook om deze aan de adviesorganen mee te delen bij elke adviesvraag<sup>3</sup>.

## 2 Specifieke opmerkingen met betrekking tot reclame

De brc Verbruik merkt op dat reclame, overeenkomstig artikel 3 van de Verordening biociden, breed gedefinieerd wordt als *"het bevorderen van de verkoop of het gebruik van een biocide door middel van gedrukte, elektronische of andere media"*. Verder worden publicaties of technische documenten bestemd voor de verkopers en gebruikers van de bij dit besluit bedoelde biociden, met reclame gelijkgesteld. Deze brede definitie maakt dat alle communicatie beschouwd kan worden als reclame, van een folder in een weekblad van een supermarkt tot een artikel op een website.

Aldus bepaalt nieuw artikel 29, §2 van het koninklijk besluit van 4 april 2019 dat *"reclame, onder welke vorm ook, is verboden voor de toepassingen die uitsluitend zijn toegelaten voor het brede publiek indien het aantal punten toegekend aan het biocide, ..., verschillend is van 0."*

---

<sup>3</sup> Zie onder meer : <https://www.ccecrb.fgov.be/p/nl/717/sociale-partners-pleiten-voor-betere-regelgeving/5> en <https://www.ccecrb.fgov.be/p/nl/332/regelgevingsimpactanalyse-en-kwaliteit-van-de-regelgeving/5>.

Verder bepaalt de nieuwe §3 dat ook *“Kortingen, gratis hoeveelheden, gratis producten of iedere gelijkaardige vorm van rechtstreekse of onrechtstreekse promotie bij de aankoop van de biociden bedoeld in paragraaf 2, eerste lid, zijn verboden.”*

De brc Verbruik merkt op dat in België alle biociden moeten voldoen aan de Europese biocideverordening en het huidige KB van 4 april 2019. Deze wetgevingen bepalen dat biociden toegelaten, genotificeerd of geregistreerd moeten worden vooraleer ze op de markt worden gebracht. Bedrijven die biociden op de Belgische markt brengen moeten een dossier indienen die door de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu en Europese instanties wordt goedgekeurd. Dit betekent dat biociden een evaluatie ondergaan en de inhoud van het etiket ook nagekeken wordt door de overheden. Bovendien worden bepaalde claims zoals "biocide met een gering risico", "niet-giftig", "ongevaarlijk", "natuurlijk", "bio", "milieuvriendelijk", "diervriendelijk" of gelijkaardige claims al verboden voor biociden. De brc Verbruik stelt vast dat het voorgestelde verbod verder gaat dan de Europese biocideverordening, die al bescherming biedt en de volgende verplichte zinnen voor alle reclame oplegt: "Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik altijd het etiket en de productinformatie".

De brc Verbruik kan begrijpen dat er een verbod wordt opgelegd inzake commerciële praktijken (kortingen, gratis hoeveelheden, gratis producten of iedere gelijkaardige vorm van rechtstreekse of onrechtstreekse promotie). In het kader van de blootstelling aan gevaar en met het oogpunt om de volumes te verminderen kan het immers niet de bedoeling zijn dat er door kortingen, gratis producten en dergelijke meer producten dan noodzakelijk aanwezig zijn in het huishouden.

**De leden die de productie, distributie en middenstand vertegenwoordigen**, betreuren echter de combinatie van de ruime definitie van reclame en het totaalverbod op reclame én commerciële praktijken. Door reclame én commerciële acties te verbieden voor biociden voor het grote publiek met een score boven 0 zou dit niet alleen het *level playing field* (gelijk speelveld) verstoren, maar ook *free riding* bevorderen. Dit verbod zal de biocidemarkt meer richting illegale biociden duwen en consumenten zouden meer producten te zien krijgen die geen biociden zijn en niet werkzaam zijn. Een omgekeerd effect zal waargenomen worden: slechte praktijken zoals onwerkzame producten die geen biociden zijn maar biociden claims dragen zouden meer op de markt gebracht worden. Dit maakt dat de heel gereguleerde biocidemarkt nog meer verstoord wordt.

Bedrijven, en vooral KMO's, die biociden op de markt brengen kunnen volgens deze leden niet communiceren over hun producten met als gevolg dat ze niet meer kunnen verkopen. De risico is dat ze dan de Belgische markt verlaten en/of verdwijnen. Verder zullen Belgische bedrijven benadeeld worden door het feit dat bedrijven in buurlanden wel kunnen communiceren en adverteren via internet (in de talen gebruikt in België) over dezelfde biociden. Maar Belgische bedrijven zouden dit niet kunnen doen. Een KMO die een biocide voor het grote publiek met een score boven 0 op de markt brengt en die er geen reclame over kan maken, zal haar product nooit gekend kunnen maken. Als reclame wordt beschouwd als alle publieke communicatie, dan heeft dit desastreuze gevolgen voor alle spelers in de toeleveringsketen.

Bovendien wordt volgens deze leden de vermelde gevaarscore oorspronkelijk gebruikt om de jaarlijkse retributie te berekenen. Dit wordt ontwikkeld om een "algemeen niveau" van gevaar te communiceren. Het geeft volgens deze leden helemaal niet de werkelijke risico weer van het product.

In tegenstelling met andere markten (vb. de Franse markt), vallen de biociden, die nog niet onder de Europese wetgeving vallen, al tientallen jaren onder de Belgische wetgeving. Zij zijn al dus automatisch onderworpen aan een strikter wettelijke kader (Biocidenverordening (BPR) en KB biociden). De Franse wetgeving verbiedt reclame voor bepaalde PT's (PT14, PT18, PT 2 en PT4) onder zekere voorwaarden, en commerciële praktijken voor PT14 en PT18. Het Belgische voorstel gaat volgens deze leden dan ook veel verder dan de Franse wetgeving met alle gevolgen van dien.

**De leden die de consumentenorganisaties vertegenwoordigen**, wijzen er wel op dat een striktere reclamereggeving nodig is. Consumenten zijn niet steeds op de hoogte van bepaalde risico's, en laten zich dan ook door reclame te gemakkelijk beïnvloeden (terwijl er vaak risicovrije- of risicoarme alternatieven bestaan). Deze leden ondersteunen dan ook de tekst van artikel 29, zoals deze wordt voorgesteld door de FOD Leefmilieu. De brc Verbruik stelt wel vast dat de minister een uitzondering kan verlenen op het verbod voor één of meerdere voorlopige toelatingen, verleend overeenkomstig de Verordening Biociden, of tijdelijke registraties indien die maatregel nuttig blijkt in de bestrijding van een onvoorzien, niet op andere wijze te bestrijden gevaar voor de volksgezondheid, de gezondheid van dieren of het leefmilieu. De brc Verbruik begrijpt dat men hiermee situaties als de covidpandemie bedoelt. De brc Verbruik acht het echter vreemd dat in een dergelijk uitzonderlijk geval, waar men via een snellere procedure en met minder waarborgen een voorlopige toelating heeft ontvangen, dan wel reclame zou mogen maken, terwijl er

misschien alternatieven op de markt zijn die de normale procedure hebben doorlopen, maar waarvoor men dan geen reclame zou mogen maken. De brc Verbruik vraagt dat hieromtrent een oplossing gevonden wordt in de regelgeving. De brc Verbruik denkt hierbij bijvoorbeeld aan de situatie van de alcoholhandgels, die onmisbaar waren ten tijde van de covid-pandemie. Hoewel er hiervoor reeds alcoholhandgels op de markt waren, bleken er tijdens de covidpandemie onvoldoende te zijn. Het lijkt onredelijk dat men voor de producten die een voorlopige toelating kregen om een voldoende aantal producten te kunnen voorzien, wel reclame gemaakt zouden worden, maar niet voor de producten die reeds op de markt waren. De brc Verbruik stelt dan ook vast dat ten tijde van de covid-pandemie het aantal niet-conforme biociden heel sterk is gestegen.

De brc Verbruik merkt eveneens op dat de regeling een belemmering voor innovatie zou kunnen betekenen. Ondernemingen die een innovatief nieuw product op de markt zouden willen brengen, zouden er dan niet over kunnen communiceren en adverteren zolang de score boven 0 blijft. Ondernemingen zouden bijgevolg minder gemotiveerd zijn om innovatie producten met een lagere, maar toch niet score 0, op de markt te brengen. De brc Verbruik vraagt hieromtrent eveneens na te denken over een mogelijke uitzondering in de regelgeving.

§5 van het nieuw artikel 29 bepaalt dat *“in elke reclame voor biociden, onder welke vorm ook, de handelsbenaming, het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer en de naam van de werkzame stoffen moeten worden vermeld.”* De brc Verbruik vraagt zich af welke de toegevoegde waarde is van het vermelden van het toelatingsnummer en de werkzame stoffen in de reclame. Het gaat hier immers vaak om lange en complexe chemische namen die meestal niet begrijpelijk zijn voor de gemiddelde consument. De brc Verbruik acht het zeker noodzakelijk dat de consument weet heeft welke werkzame stoffen in het product zijn, omdat hij een overgevoeligheid kan hebben of een allergische reactie ten aanzien van bepaalde stoffen. Volgens de brc Verbruik is dit echter eerder informatie die zich op het etiket moet bevinden (zie verder).

De brc Verbruik is het er wel mee eens dat de reclame extra elementen dient te bevatten die de consument het product helpen beter te identificeren. Door bijvoorbeeld in de reclame de handelsnaam en het registratienummer te vermelden, wordt de consument beter getriggerd voor het belang van deze elementen. Het antigifcentrum krijgt immers vaak telefoontjes van burgers die niet beseffen dat ze sneller en efficiënter geholpen kunnen worden als ze deze informatie kennen en/of bij de hand hebben.



De problematiek inzake sensibilisering is echter niet alleen te vatten via reclame. Dit betreft maar een klein deelaspect van een grotere discussie. Zoals opgemerkt in paragraaf 4, laat deze beperkte consultatie op basis van enkel de reclame-aspecten, het niet toe een volledige afweging te maken over de mogelijke implicaties van elk van deze elementen in een reclamecontext.

§6 van het nieuwe artikel 29 bepaalt dat *“In geval van reclame die wordt verspreid via een techniek voor communicatie die beperkte tijd biedt voor het tonen van informatie, moeten de volgende verplichte vermeldingen goed leesbaar verschijnen voor een tijdsduur van ten minste :*

- 6 seconden voor de zinnen “Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik eerst het etiket en de productinformatie”, waarbij het woord “biociden” mag vervangen worden door een duidelijke vermelding van de geadverteerde productsoort;
- 3 seconden voor de handelsbenaming;
- 3 seconden voor het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer;
- 3 seconden per werkzame stof voor de werkzame stoffen.

Indien meerdere van deze verplichte vermeldingen gelijktijdig verschijnen, moet het aantal seconden gedurende dewelke ze verschijnen minstens gelijk zijn aan de som van de minimale tijdsduren voor elk van de vermeldingen apart.”.

De brc Verbruik benadrukt het belang van al deze informatie. Er dient niettemin gewaakt te worden dat de consument niet overladen wordt met teveel informatie. De brc Verbruik acht de zin “Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik eerst het etiket en productinformatie” zeker de belangrijkste boodschap, maar beseft anderzijds dat de consument nog al te vaak het etiket niet leest of niet begrijpt. Er dienen dan ook nog belangrijke bijkomende inspanningen gedaan te worden om de etiketten leesbaarder te maken en de consument te sensibiliseren over het belang van de informatie op het etiket.

Tot slot stellen **de leden die de productie, distributie en middenstand vertegenwoordigen**, een overgangperiode voor van ten minste 2 jaar en voor seizoensproducten 3 jaar. Bij sommige producten maken de commerciële praktijken immers deel uit van het etiket. Het etiket veranderen vraagt enorm veel tijd en bovendien worden er ook andere wijzigingen in het ontwerp van koninklijk besluit



voorgesteld voor het etiket. Daarom vragen deze leden om de overgangperiode voor art. 23 (reclame) overeen te stemmen met art. 22 (etikettering).