



Advies betreffende een ontwerp van koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 september 2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's

23.06.2010

Woonden onder het voorzitterschap van de heer R. TOLLET, Voorzitter van de Raad, de plenaire vergadering van 23 juni 2010 bij :

Leden benoemd op voorstel van de representatieve organisaties van de industrie en van het bank- en verzekeringswezen :

de heren VANCRONENBURG en VAN GULCK.

Lid benoemd op voorstel van de representatieve organisaties die de ambachten, de kleine en middelgrote handelsondernemingen en de kleinindustrie vertegenwoordigen :

de heer VANDORPE.

Lid benoemd op voorstel van de landbouworganisaties:

de heer HAYEZ.

Leden benoemd op voorstel van de representatieve organisaties die de arbeiders en de verbruikscoöperaties vertegenwoordigen :

Algemeen Belgisch Vakverbond :

de heer LAMAS.

Algemeen Christelijk Vakverbond van België:

mevrouw DUPUIS en de heer HANSSENS.

Woonde de vergadering bij als gecoöpteerd lid:

de heer SLEUWAEGEN.

Advies over een koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 september 2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's

Inbehandelingneming

Bij brief van 1 april 2010 heeft de heer Paul Magonette, minister van Klimaat en Energie, aan de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven een adviesvraag voorgelegd over een ontwerp van koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 september 2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's.

Gelet op de korte termijn die de Raad wordt toegestaan om zijn advies uit te brengen, is de subcommissie Milieubeleid, die met het dossier werd belast, overgegaan tot een schriftelijke raadpleging van haar leden, waarvan het resultaat wordt opgenomen in onderhavig advies, dat werd goedgekeurd tijdens de plenaire vergadering van de Raad van 23 juni 2010.

Advies

De Raad stelt vast dat hij, in het kader van de wetsbepalingen betreffende de productnormen ter bevordering van duurzame productie- en consumptiepatronen en ter bescherming van het leefmilieu en de volksgezondheid, wordt geraadpleegd over een ontwerp van koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 september 2001 betreffende de beschikbaarheid van consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van nieuwe personenauto's.

De Raad wenst eraan te herinneren dat, zoals hij al onderstreepte in zijn advies dd. 21 februari 2001 (CRB 2001/166) – “inzake de problematiek van luchtverontreiniging ten gevolge van wegverkeer en de verbetering van de luchtkwaliteit, het verschaffen van nauwkeurige, relevante en vergelijkbare informatie over het specifiek brandstofverbruik en de uitstoot van CO₂ van personenauto's ertoe kan bijdragen dat enerzijds, het milieugedrag van de consument wordt beïnvloed in die zin dat hij bij de aankoop van zijn wagen opteert voor een model dat minder brandstof verbruikt en aldus minder CO₂ in de atmosfeer brengt en dat anderzijds, de autofabrikanten gesensibiliseerd worden om het brandstofverbruik van hun producten te verminderen.”

De Raad is van oordeel dat het voorliggende ontwerp van koninklijk besluit, in globo genomen en in dit specifieke geval, een goed initiatief is in zoverre het als doel heeft de leesbaarheid van de consumenteninformatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot bij het op de markt brengen van de nieuwe personenauto's te verbeteren.

De heren HAYEZ, SLEUWAEGEN, VANCRONENBURG, VANDORPE en VAN GULCK, pleiten principieel voor het behoud van autoregulering en zijn van mening dat dit initiatief niet de aanzet mag zijn om alle reclamevoorschriften wettelijk te verankeren aangezien degelijke ethische codes ook hun effectiviteit bewijzen. Gedragscodes kunnen veel flexibeler aangepast worden, kunnen veel gericht sectorgebonden problemen aanpakken en worden op een efficiënte en bindende manier gecontroleerd door de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame (JEP).

Mevrouw DUPUIS en de heren HANSSENS en LAMAS, van hun kant, zijn het niet eens met dit argument, zoals ze al hebben kunnen uiteenzetten in een advies van de Raad voor het Verbruik¹. Dat is des te meer zo daar België door de Europese Commissie in gebreke werd gesteld omwille van de ontoereikendheid van de zelfregulering (FEBIAC-code). Het hier voorliggende ontwerp van koninklijk besluit vormt het antwoord op deze ingebrekestelling.

De Raad dringt erop aan dat de bovengenoemde informatie op een objectieve, correcte, exacte en niet-misleidende basis berust.

Volgens dezelfde logica dringt de Raad er ook op aan dat de verwoording van het voorliggende ontwerp van koninklijk besluit in geen geval aanleiding kan geven tot verschillende interpretaties, teneinde de duidelijkheid en eenstemmigheid ervan te waarborgen.

Wat evenwel de informatie betreft die op het Internet wordt verstrekt, is de Raad van oordeel dat het ontwerp van koninklijk besluit van verduidelijkingen en preciseringen moet worden voorzien. Technisch en grafisch blijkt het weliswaar moeilijk duidelijke regels vast te stellen, maar experimenten die ter zake in de buurlanden (Portugal bijvoorbeeld) werden uitgevoerd kunnen een inspiratiebron zijn.

De Raad neemt er nota van dat artikel 3 van het voorliggende ontwerp van koninklijk besluit voorschrijft dat het koninklijk besluit in werking treedt op de eerste dag van de derde maand die volgt op de bekendmaking ervan in het Belgisch Staatsblad. De Raad dringt er evenwel op aan dat deze termijn wordt verlengd tot ten minste zes maanden na de bekendmaking van het koninklijk besluit in het Belgisch Staatsblad en haalt daarvoor twee redenen aan. Ten eerste zou deze verlenging de betrokken sectoren de nodige tijd geven om de bedrijven te informeren over en bewust te maken van de nieuwe voorschriften m.b.t. de ontwikkeling van nieuw promotiemateriaal. Ten tweede zou hierdoor worden vermeden dat bestaand promotiemateriaal, dat kostbare menselijke en materiële investeringen heeft geveerd, zou worden verspild.

De Raad wijst erop dat de toepassing van de Code inzake reclame voor personenauto's en voor de componenten en toebehoren ervan heeft bijgedragen tot een verbetering van de informatie over het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot voor de nieuwe personenauto's.

Wat de puntsgewijze tekstopmerkingen (verschillen tussen de Franse en de Nederlandse versie, dubbelzinnige formulering, vertaalfout enz.) betreft, verwijst de Raad naar het advies dat de Raad voor het Verbruik over hetzelfde ontwerp van koninklijk besluit heeft uitgebracht.

¹ Zie m.n. het advies nr. 406 (30 januari 2009) over het ontwerp van Federaal productenplan 2009-2012.