

1
- 1637 / 1 - 94 / 95

Belgische Kamer van Volksvertegenwoordigers

GEWONE ZITTING 1994-1995 (*)

9 DECEMBER 1994

WETSVOORSTEL

**tot wijziging van de wet van 14 juli
1991 betreffende de handelspraktijken
en de voorlichting en bescherming
van de consument betreffende de
beteugeling van voorbarige reclame**

(Ingediend door de heer Olaerts)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Steeds meer verspreid is de neiging om commerciële hoogdagen als Sinterklaas, Kerstmis, Valentijn, Karnaval, Pasen, Moeder- en Vaderdag, Vakantie, Terug-naar-School ... alsmaar langer op voorhand aan te kondigen. Op deze manier wordt de consument permanent en willens nillens geconfronteerd met een aantal evenementen.

De laatste tijd stellen we vast dat bepaalde periodes die elkaar chronologisch opvolgen, in de commerciële reclame mekaar overlappen.

Zo wordt Kerstmis al tijdens de Sinterklaasperiode aangekondigd. Dit leidt tot onbegrip, ja zelfs ergernis bij heel wat mensen, niet in het minst bij jonge kinderen, die in de ene winkel Sinterklaas tegenkomen en op de volgende hoek op de Kerstman botsen.

(*) Vierde zitting van de 48^e zittingsperiode.

- 1637 / 1 - 94 / 95

Chambre des Représentants de Belgique

SESSION ORDINAIRE 1994-1995 (*)

9 DECEMBRE 1994

PROPOSITION DE LOI

**modifiant la loi du 14 juillet 1991
sur les pratiques du commerce et
sur l'information et la protection du
consommateur en ce qui concerne la
répression de la publicité prématurée**

(Déposée par M. Olaerts)

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les commerçants ont tendance à lancer de plus en plus tôt les campagnes axées sur des fêtes telles que la Saint-Nicolas, la Noël, la Saint-Valentin, le Carnaval, Pâques, la fête des mères et la fête des pères, les vacances, la rentrée des classes, etc ..., de sorte que, tout au long de l'année, les événements commerciaux succèdent aux événements commerciaux.

Nous avons même constaté récemment que certaines fêtes qui se suivent dans le calendrier donnent lieu à des chevauchements dans les campagnes publicitaires.

C'est ainsi que les promotions de Noël sont annoncées dès la Saint-Nicolas. Cette situation suscite l'incompréhension, voire l'agacement chez de nombreux consommateurs, et notamment chez les jeunes enfants. Il n'est pas rare, en effet, en période de fin d'année, de rencontrer Saint-Nicolas et puis de tomber sur le Père Noël dans un autre magasin.

(*) Quatrième session de la 48^e législature.

Het is duidelijk dat een belangrijk deel van de reclamecampagnes gericht is naar zwakke groepen en in hoge mate zelfs naar kinderen. Dit plaatst deze zwakke groepen, en dus ook deze kinderen, in een reclamewereld die hen voortdurend confronteert met wat ze niet hebben en wat zagezegd behoort tot de normale levenskring en normaal verwachtingspatroon.

Onderhavig wetsvoorstel wil paal en perk stellen aan deze praktijken. Het geeft aan de Koning de bevoegdheid om periodes voorafgaand aan een bepaald evenement aan te duiden. Tijdens deze periode is het toegestaan reclame te voeren die verwijst naar het betrokken evenement. Buiten deze periode is het niet toegestaan dergelijke verwijzingen op te nemen.

De sanctionering is gelijk aan de sanctionering van de niet geoorloofde reclame. Dit betekent ondermeer dat de vordering tot staking mogelijk wordt.

COMMENTAAR BIJ DE ARTIKELEN

Artikel 1

Het artikel voert, naast de reeds bestaande vormen van ongeoorloofde reclame, een verbod in voor reclame die verwijst naar een evenement, buiten de door de Koning toegestane periodes.

Art. 2

Dit artikel beoogt de bestaande bepalingen in overeenstemming te brengen met dit nieuwe verbod. Opdat het verbod dus éézelfde statuut zou hebben als de andere uitingen van ongeoorloofde reclame, zoals opgesomd in artikel 23, 1° tot 13°.

H. OLAERTS

Il est clair que bon nombre de campagnes publicitaires s'adressent spécifiquement aux groupes vulnérables et même très souvent aux enfants. Ces personnes et enfants constituant des cibles faciles sont ainsi transportés dans un monde publicitaire qui les confronte en permanence avec ce qu'ils n'ont pas mais qui, soi-disant, devrait normalement faire partie de leur univers et de leurs aspirations.

La présente proposition de loi vise à mettre un terme à ces pratiques. Elle habilite le Roi à déterminer certaines périodes précédant un événement déterminé pendant lesquelles il sera permis de faire de la publicité se référant audit événement. En dehors de ces périodes, toute référence à ces événements sera interdite.

La violation de cette interdiction sera punie d'une peine identique à celle qui est prévue en cas de publicité illicite, ce qui signifie entre autres qu'une action en cessation pourra être introduite.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1^{er}

Cet article interdit, outre les publicités déjà interdites par la loi, toute publicité qui se réfère à un événement, en dehors des périodes autorisées par le Roi.

Art. 2

Cet article vise à mettre les dispositions existantes en concordance avec cette nouvelle interdiction et à donner ainsi à cette dernière le même statut qu'aux autres interdictions frappant certaines formes de publicité, énumérées à l'article 23, 1° à 13°.

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Artikel 23 van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, wordt aangevuld als volgt :

« 14° die verwijst naar bepaalde door de Koning aan te wijzen evenementen, buiten de door de Koning toegestane periode. »

Art. 2

De Koning brengt de bestaande regelen in overeenstemming met de bepalingen van deze wet.

21 november 1994.

H. OLAERTS

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

L'article 23 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur est complété par ce qui suit :

« 14° qui se réfère à certains événements à désigner par le Roi, en dehors de la période admis par le Roi. »

Art. 2

Le Roi met les règles existantes en concordance avec les dispositions de la présente loi.

21 novembre 1994.