
HOF VAN BEROEP ANTWERPEN 6 FEBRUARI 2014

CASSATIE**Gevolgen – Verwijzing na cassatie – In burgerlijke zaken**

Na een eerste verwijzing is de appelrechter vrij om, auto-noom van het cassatiearrest, tot een beslissing te komen omtrent de geformuleerde rechtsvraag. De vernietiging van een beslissing door het Hof van Cassatie verbiedt de rechter op verwijzing niet om zich aan te sluiten bij de feitelijke beoordeling van de gegevens van de zaak door het gerecht waarvan de beslissing werd vernietigd. Behalve in het geval dat bij artikel 1120 Ger.W. is bepaald, verbiedt zij hem evenmin om in rechte overeenkomstig de vernietigde beslissing uitspraak te doen.

MARKTPRAKTIJKEN**Marktinformatie – Promoties inzake prijzen – Opruimingen of solden – Sperperiode**

Enkel de nationale wettelijke bepalingen die niet de consumenten beschermen doch “alleen” de economische belangen van concurrenten schaden of betrekking hebben op transacties tussen koopliden, zijn van de personele werkingssfeer van de richtlijn nr. 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens de consumenten uitgesloten. De richtlijn is derhalve niet van toepassing indien de bescherming van de consument in generlei zin gebaat is bij de nationale wettelijke bepaling, zelfs indien de nationale wetgever de bescherming van de consument heeft opgegeven als (één der) doelstelling(en) van de wet.

Nu artikel 53, § 1 WHPC, ondanks de door de nationale wetgever aangevoerde dubbele doelstelling, er in werkelijkheid enkel toe strekt de concurrentiële relaties tussen de handelaars te regelen en, gelet op de overige garanties door de WHPC geboden, niet effectief bijdraagt tot de consumentenbescherming, valt deze bepaling buiten het toepassingsgebied van de richtlijn.

Opdat er sprake kan zijn van een aankondiging van een prijsvermindering in de zin van artikel 42 WHPC moet de aankondiging een publiek karakter hebben. Onder publiek karakter moet worden verstaan de omstandigheid dat de verkoper zich richt tot hetzij consumenten in het algemeen, hetzij zijn bestaande cliënteel of een categorie ervan. Dat een geselecteerd deel van de klanten een persoonlijke brief ontvangt doet geen afbreuk aan het publieke karakter van de aangekondigde prijsverminderingen.

Galeria Inno NV / Unie van Zelfstandige Ondernemers afgekort UNIZO VZW, Organisatie voor de Zelfstandige Modedetailhandel afgekort Mode Unie VZW, Couture Alberte BVBA
Zet.: E. Hulpiau (kamervoorzitter), M.-C. Willemaers en I. Renap (raadsheren)
Pl.: Mrs. P. Depuydt loco R. Byl Richard en F. Baeyens

CASSATION**Effets – Renvoi après cassation – En matière civile**

Une cour d’appel peut, après un premier renvoi après cassation, statuer de façon autonome quant à la solution en droit. La cassation d’une décision n’interdit pas à la cour de renvoi de se rallier à l’appréciation en fait des éléments du litige telle qu’elle a été faite par le juge dont la décision a été cassée. Sauf dans l’hypothèse visée à l’article 1120 du Code judiciaire, une telle cassation n’empêche pas le juge auquel l’affaire a été renvoyée, de juger en droit comme l’a fait la décision cassée.

PRATIQUES DU MARCHÉ**Information du marché – Promotions sur les prix – Liquidations ou soldes – Période d’attente**

La directive n° 2005/29/CE du 11 mai 2005 n’exclut de son champ d’application personnel que les seules dispositions nationales qui peuvent nuire à des commerçants ou ont trait à des opérations entre commerçants. La directive ne trouve pas à s’appliquer si elle n’assure en aucune façon la protection du consommateur, même si cette protection était annoncée par le législateur comme un des buts de la loi.

Dès lors que la disposition de l’article 53, § 1^{er} et § 3, de la loi sur les pratiques du commerce tend en réalité, malgré le double objectif énoncé par le législateur, à réglementer la concurrence entre commerçants et que d’autres dispositions de la LPC assurent la protection et l’information du consommateur, cette disposition tombe hors du champ d’application de la directive.

Pour qu’il puisse s’agir d’une annonce de réduction de prix, l’annonce doit avoir un caractère public. Par caractère public, on entend l’annonce faite à tous les consommateurs, à toute la clientèle ou à une partie de celle-ci. Le caractère public de l’annonce n’est pas mis à néant par le fait que l’annonceur adresse un courrier personnalisé à certains de ses clients.

De tekst van dit arrest werd opgenomen in *TBH* 2014, p. 177.

Le texte de l'arrêt a été publié dans le *R.D.C.*, 2014, p. 177.

Noot

“Much ado about nothing”? Een nieuwe etappe in de justitiële saga rond de sperperiodes

Jules Stuyck¹

I. DE CONTEXT VAN DE GEANNOTEEERDE ZAAK

1. Sperperiodes zijn een Belgische specialiteit, net als abdijbieren, chocolade en frietjes in puntzakken. België is, voor zover mij bekend, ook het enige land dat de aankondiging van prijsverminderingen in bepaalde sectoren (kleding, lederwaren en schoenen) verbiedt in periodes die de winter- en zomeropruiming (“solden”) voorafgaan. Ook deze periodes worden strikt afgebakend. De Belgische wetgever heeft in het vastleggen van de soldenperiodes veel energie gestoken, niet in de laatste plaats omdat volgens de betrokkenen de evolutie in de detailhandel ertoe leidde dat die periodes nu eens vroeger dan weer later dienden te vallen, wat tot opeenvolgende wetwijzigingen aanleiding gaf. De opkomst van modeketens heeft de relatieve rust in de sector verstoord. Een voor de hand liggende omzeiling van het verbod om buiten de betrokken periodes “opruiming”, “solden” of gelijkaardige uitdrukkingen aan te kondigen bestond erin “gewone” prijsverlagingen aan te kondigen vóór dat die periodes begonnen. De wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (WHPC) kende van bij de aanvang een verbod van aankondiging van prijsverminderingen tijdens zogenaamde sperperiodes. De benaming “sperperiodes” heeft een connotatie van een bijzonder belangrijke aangelegenheid, een soort embargo dat het algemeen belang of hogere staatsbelangen dient (zoals bij verkiezingen).

2. Oorspronkelijke bedroegen de sperperiodes 4 weken. Een wet van 5 november 1993 verlengde die tot 6 weken. De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming (WMPC) nam de bepalingen van de WHPC over opruiming en sperperiodes, met enkele kleine

aanpassingen, over. De sperperiodes werden ingekort (thans 6 december tot 3 januari of een dag eerder; 6 juni tot 1 juli of een dag eerder). Ook Boek VI (Marktpraktijken en consumentenbescherming) van het Wetboek Economisch Recht (WER)² dat vermoedelijke binnenkort in werking zal treden handhaaft beide reglementeringen.

Al bij al lijkt de aandacht die de politieke en justitiële strijd rond de sperperiodes krijgt onrechtstreeks evenredig te zijn aan hun maatschappelijk belang. Maar er is meer aan de hand. De sperperiodes zijn een symbooldossier voor de spanning tussen de verzuchtingen van de Belgische middenstand, daarin in ruime mate gevolgd door de Belgische federale overheid, en een Europese richtlijn, met name richtlijn nr. 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten, die de vrijheid van de lidstaten van ondernemingen jegens consumenten sterk aan banden legt.

3. Op 13 september 2012 stelde de Europese Commissie bij het Hof van Justitie van de EU een beroep in tegen België wegens niet-nakoming van richtlijn nr. 2005/29/EG. De Belgische wetgeving is volgens de Commissie op drie punten niet conform de richtlijn. Ten eerste sluit zij de vrije beroepen uit het toepassingsgebied uit³, terwijl de richtlijn op de ruimere categorie “handelaars” van toepassing is⁴. Ten tweede handhaaft zij (zie art. 20, 21 en 29 WMPC) strikte regels op het aankondigen van prijsverlagingen, wat in strijd is met het volledige (uitputtende) karakter van de door de richtlijn beoogde harmonisatie (zie hierna)⁵. Tenslotte verbiedt zij bepaalde vormen van ambulante handel (een mate-

¹ Emeritus hoogleraar KU Leuven, advocaat.

² Wet van 21 december 2013 houdende invoeging van Boek VI “Marktpraktijken en consumentenbescherming” in het Wetboek van Economisch Recht en houdende invoeging van de definities eigen aan Boek VI, en van de rechtshandhabingsbepalingen eigen aan Boek VI, in de Boeken I en XV van het Wetboek van Economisch Recht (*BS* 30 december 2013).

³ Die uitsluiting werd door GwH 6 april 2011 (nr. 55/2011) en 15 december 2011 (nr. 192/2011) ongrondwettelijk verklaard. In het WER zou die uitsluiting ongedaan worden gemaakt (zie *MvT* Kamer, Doc. 53 3018/001, 23). Wel zouden de vrije beroepen aan een aparte (wel met de richtlijn conforme regeling) worden onderworpen.

⁴ Deze ruime categorie (“een natuurlijke persoon of rechtspersoon die handelspraktijken verricht die onder deze richtlijn vallen en die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit, alsook degene die in naam van of voor rekenschap van hem optreedt”) valt evenwel niet samen met het begrip “onderneming” uit het mededingingsrecht en dat ook door de WMPC wordt gehanteerd (zie HvJ 3 oktober 2013, C-59/12, *BKK Mobil*, www.curia.europa.eu). Nog een zorg bij voor de Belgische wetgever.

⁵ Letterlijk overgenomen in de art. VI.18 en 19, respectievelijk inhoudelijk in art. VI.25, § 2 WER.