



Wettelijke etiquette ten aanzien van de consument. Is zwijgen goud?

nieuws
legal, profit, particulieren,

20 januari 2020

In een eerdere blog stonden we stil bij de veranderingen die de wetgever aanbrengt in het Wetboek van Economisch Recht (WER). Zo gingen we dieper in op de nieuwe regels met betrekking tot onrechtmatige contractuele bedingen, oneerlijke marktpraktijken tussen ondernemingen en het misbruik van economische afhankelijkheid van een onderneming.

Het WER tekent daarnaast ook de krijtlijnen uit hoe een professionele verkoper zich dient te gedragen ten aanzien van een consument. Zo zijn er een reeks handelingen die oneerlijk, misleidend of agressief zijn en bijgevolg verboden. Deze regels zijn *an sich* niet nieuw. Maar niet alleen de wetgever schiet af en toe in actie, ook de rechtspraak zorgt voor verhelderende ‘nieuwe’ inzichten.

We staan dan ook even stil bij de wettelijke etiquette voorgeschreven voor een onderneming ten aanzien van een consument.

Iedereen is druk bezig om zijn privacy en cookiebeleid aan te passen van zijn website, maar zijn de prijzen altijd goed geafficheerd?

Misleidende handelspraktijken

De wet stelt dat een handelspraktijk als misleidend wordt aanzien als het gepaard gaat met onjuiste informatie en derhalve op onwaarheden berust. Dit is ook zo als de informatie feitelijk correct is maar de gemiddelde consument op enigerlei wijze, inclusief de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen, waardoor men deze ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Iedereen kent de algemene etiquette-regel: ‘*niet teveel (eten) opscheppen*’. Zo mag een ondernemer niet te veel opscheppen over zijn producten als de presentatie van de producten niet langer feitelijk correct zou zijn hierdoor.

Minder algemeen bekend, ‘*kauw en slik het voedsel door voordat je een slok van je drank neemt*’. De ondernemer dient ook eerst alle informatie zo goed als mogelijk voor te kauwen

zodat de informatie hapklaar is voor de consument.

Onjuiste informatie zal uiteraard misleidend zijn, maar ook juiste informatie kan op dermate wijze worden weergegeven dat het misleidend is. Er hoeft zelfs geen sprake te zijn van bedrog bij de ondernemer om van een misleidende en dus een verboden handeling te kunnen spreken! De gebruikte term bedriegen in de wet wijst immers niet op een handeling van de ondernemer, maar wel op het gevolg van de misleidende voorstelling.

In de praktijk

Een onderneming kan beslissen om bewust te zwijgen over essentiële informatie om een overeenkomst met een consument binnen te halen. Hoe ver is hier te ver? Een kusje in het openbaar is aanvaardbaar, maar een tongzoen is echt niet Europees.

De consument in wiens ogen misleiding wordt beoordeeld is de '*gemiddelde, geïnformeerde, omzichtige en oplettende*' consument. Ook de consument dient zich naar bepaalde etikette te gedragen. Waar nodig dient zij informatie op te vragen zodat er geen sprake meer is van misleiding.

Prijs verzwijgen?

Het hoeft weinig uitleg dat de prijs van een product een essentieel element is. Een onderneming dient dan ook altijd de prijs van zijn product mee te delen. Daarenboven moet de samenstelling van de prijs zo meegedeeld worden dat er geen verwarring mogelijk is.

Miskent men deze etikette en wordt de consument misleidt, is er sprake van een verboden handelspraktijk.

Absolute etikette?

Mag je de ellebogen nooit op tafel steunen of toch wel tijdens gangen door? Hoe absoluut is de regel dat de ondernemer spreekplicht heeft over de essentiële elementen van zijn product?

Recente rechtspraak heeft zich gebogen over de vraag of er sprake is van misleidende praktijken als ook de consument nalatig is geweest. De consument heeft immers vraagplicht zoals uit voorgaande is gebleken.

De rechtspraak valt terug op het absoluut beginsel '*fraus omnia corrumpit*'. Latijns voor '*bedrog vernietigt alles*'. Niemand kan zich op zijn bedrog beroepen om zijn gelijk te halen, zo ook de ondernemer niet.

Zelfs al heeft de consument een vraagplicht, een gemiddelde consument zou namelijk naar de prijs van een product vragen. Dan nog kan het stilzwijgen van een ondernemer niet worden aanvaard omdat hij net de bedoeling had om de consument te overtuigen een overeenkomst aan te gaan zonder glashelder te communiceren over de prijs.

Een alzo bedongen overeenkomst dient als onbestaand te worden aanzien. De consument moet integraal herstel krijgen.

Conclusie

Zelfs al moet er volgens het WER niet eens sprake zijn van bedrog in hoofde van de ondernemer, toch kan er sprake zijn van misleidende handelspraktijken jegens de consument als alle informatie juist is

Reden tot champagne? Iedere gelegenheid is goed om deze prikkelende godendrank te ontkurken. Maar voor de ondernemer een flesje ontpopt zal hij toch maar beter open kaart spelen over alle essentiële elementen van zijn product. De consument is heden ten dage beschermt door de wet, maar ook door algemene rechtsbeginselen zoals *'fraus omnia corrumpit'*.

Zijn uw prijzen allemaal duidelijk weergegeven?

aternio helpt ondernemingen. aternio kan evalueren of u terzake aan alle wetten en rechtsbeginselen voldoet. Contacteer ons vrijblijvend.

Liese Leman

Check atern.io/nieuws voor meer finance, tax en legal nieuws.

aternio