



IN DE AANBIEDING: nieuwe regels voor aankondigingen van kortingen

Maart 2022

Stel je voor ...

De lente is op komst. Het is weer tijd om de jaarlijkse paascampagne op poten te zetten. Je zit hiervoor samen met het commerciële team. Na een korte discussie zijn jullie het eens om de strategie van vorig jaar aan te houden. Om de vroege vogels een duwtje in de rug te geven worden de paasversiering en de paaseieren zes weken vóór Pasen in de winkel gelegd. Vanaf paasmaandag worden alle paasartikelen twee weken lang aan 40% korting verkocht. Als slotakkoord worden de laatste stuks verkocht met een korting van 60%. Jij bedacht deze ochtend in de auto nog een gewiekt idee om de omzet een extra boost te geven: een aantal dagen voor Pasen zou je de prijs van de paaseieren met 20% optrekken. Op dat moment is de consument toch een tikkeltje minder prijsgevoelig. Hierdoor rekenen de kortingen die na Pasen worden gegeven meteen ook minder door. Wanneer je dit idee op tafel gooit, krijg je meteen reactie van je collega van het juridisch departement. Zij stelt dat dergelijke strategieën geen stand zullen houden onder de nieuwe regels voor aankondigingen van prijsverminderingen die binnenkort in werking zullen treden. Dit is nieuwe informatie voor jou. Uiteraard wil je hier het fijne van weten. Wat verandert deze regelgeving voor het voeren van promoties?

Even verduidelijken.

In 2019 keurden het Europees Parlement en de Raad de 'Omnibusrichtlijn' goed. Deze Europese richtlijn hertekent onder meer het regelgevend kader voor aankondigingen van prijsverminderingen. De richtlijn moest uiterlijk op 28 november 2021 door de lidstaten zijn omgezet in nationaal recht. In een aantal lidstaten, waaronder in België, Nederland en Italië, werd de deadline niet gehaald: zij werken momenteel nog aan de omzetting. De regels zullen in principe in werking treden op 28 mei 2022.

Zodra de regelgeving van toepassing is, moeten ondernemingen een aankondiging van een prijsvermindering aan de consument in principe laten samengaan met de vermelding van een referentieprijs. Deze referentieprijs is de laagste prijs die is toegepast tijdens de periode van minimaal 30 dagen voorafgaand aan de prijsverlaging. De prijsvermindering moet bovendien worden berekend op basis van deze referentieprijs. Op die manier wordt voorkomen dat ondernemingen de prijs kunstmatig opvoeren voordat ze een prijsvermindering aankondigen, zodat consumenten worden misleid over het effectieve bedrag van de korting.

Volgens de nieuwe regels is een **aankondiging van een prijsvermindering** iedere communicatie of 'verkoopbevorderende uiting' van een onderneming over de vermindering van de prijs voor een bepaald product. Dit kan de vorm aannemen van een algemene aankondiging van een prijsvermindering, denk bijvoorbeeld aan "40% korting op alle Paasartikelen", maar ook van een specifiek kortingspercentage of -bedrag, of van een vermelding van een nieuwe lagere prijs samen met een (eventueel doorstreepte) vermelding van de vroegere prijs. Prijstechnieken die op zichzelf geen prijsvermindering uitmaken, zoals prijsvergelijking of voorwaardelijke aanbiedingen (bijvoorbeeld 1+1 gratis, tweede aan 50%), vallen niet onder de verplichting.

De **referentieprijs** die bij de aankondiging moet worden vermeld en die dus in principe de laagste prijs van ten minste de voorbije 30 dagen is, moet per verkoopkanaal/verkooppunt worden bepaald. Als een onderneming over meerdere verkoopkanalen of verkooppunten beschikt, moet voor ieder afzonderlijk verkoopkanaal of -punt de juiste referentieprijs bepaald en meegedeeld worden.

Voor een aantal specifieke situaties laat de Omnibusrichtlijn de mogelijkheid aan de lidstaten om **af te wijken van de algemene regel**. Afwijkingen zijn mogelijk voor aan bederf onderhevige goederen, nieuw geïntroduceerde goederen en opeenvolgende (oplopende) prijsverminderingen.

Zodoende zijn de lidstaten in de eerste plaats vrij om andere regels te bepalen voor **goederen die snel bederven of een beperkte houdbaarheidsdatum hebben**. Deze goederen zullen immers door hun aard vaker met kortingen worden verkocht om de verkoop te stimuleren bij een naderende houdbaarheidsdatum. In Duitsland bijvoorbeeld zullen ondernemingen voor dit type producten niet verplicht zijn om de referentieprijs te vermelden, als op passende wijze aan de consument wordt duidelijk gemaakt dat de prijsverlaging te wijten is aan het naderend verstrijken van de

• • • contrast

houdbaarheidsdatum of een dreigend bederf.

Daarnaast mogen de nationale regels de standaardperiode van 30 dagen inkorten voor aankondigingen van prijsverminderingen voor **nieuw geïntroduceerde goederen**, d.w.z. goederen die de onderneming sinds minder dan 30 dagen vóór de aankondiging van de prijsvermindering verkoopt. Producten die een onderneming opnieuw aanbiedt na een periode van onderbreking, zoals seizoensgebonden goederen, vallen niet onder deze categorie.

Tot slot kunnen nationale regels toelaten dat bij **geleidelijke verlaging van de prijs van een product zonder onderbrekingen**, zoals in de soldenperiode vaak het geval is, de prijs die gold bij de start van de kortingscampagne als referentieprijs wordt aangeduid. Stel dat in een soldenperiode gedurende de eerste week 20% korting wordt gegeven, in de volgende week 30% en in de derde week 40%. In dat geval mag als referentieprijs de laagste prijs gedurende een periode van minstens 30 dagen voorafgaand aan de opstart van de soldenperiode genomen worden. Opeenvolgende verkoopcampagnes worden echter niet gevat door deze uitzondering.

Concreet.

- Elke onderneming die promoties voert in een B2C-context moet rekening houden met de nieuwe regelgeving over aankondigingen van prijsverminderingen.
- De algemene regel is dat een prijsvermindering moet worden aangekondigd op basis van de laagste prijs van ten minste de voorbije 30 dagen. De regel geldt niet wanneer je geen prijsvermindering aankondigt, maar bijvoorbeeld aan prijsvergelijking doet of een voorwaardelijke aanbieding doet.
- Verschillende lidstaten hebben de richtlijn nog niet omgezet in nationale wetgeving. Het is evenwel steeds belangrijk na te gaan wat de nationale wetgeving bepaalt. Deze kunnen immers verschillen. Zo kan, maar moet geen gebruik gemaakt worden van de mogelijkheid om een uitzonderingsregime voor aan bederf onderhevige goederen, nieuw geïntroduceerde goederen en opeenvolgende prijsverminderingen te voorzien.

Meer weten?

- De Omnibusrichtlijn zelf kan je [hier](#) raadplegen.
- Voor de richtsnoeren van de Commissie omtrent de toepassing van de nieuwe bepaling betreffende prijsaanduiding in de richtlijn, zie [deze link](#).
- Informatie omtrent de status van omzetting van de richtlijn in de verschillende EU-lidstaten vind je [hier](#).