



# ADVIES

CRB 2018-0414

Evaluatie van de gedragscodes inzake direct selling,  
fitness en opticiens

CCE  
Conseil Central de l'Economie  
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven  
CRB







**Advies**  
**Evaluatie van de gedragscodes inzake direct selling, fitness en opticiens**

**Brussel**  
**14-02-2018**

## Inbehandelingneming

Bij brief van 1 september 2017 heeft de Minister Economie en Consumenten Kris Peeters de Raad voor het Verbruik, thans de bijzondere raadgevende commissie Verbruik<sup>1</sup> (brc Verbruik), om advies gevraagd inzake de evaluatie van gedragscodes.

Het dagelijks bestuur van de Raad voor het Verbruik heeft op 24 oktober 2017 de subcommissie Handelspraktijken onder meer belast met de evaluatie van de volgende gedragscodes:

- [Gedragscode directe verkoop van de Belgian Direct Sales Organisation \(BDSO\)](#);
- [Deontologische code voor de directe verkoop van de Beroepsvereniging van de Directe Verkoop \(BVDV\)](#);
- [Gedragscode fitness](#);
- [Gedragscode opticiens](#).

Wat betreft de [gedragscode e-invoicing](#) heeft de plenaire vergadering van de brc Verbruik op 25 januari 2018 beslist dat de subcommissie Digitalisering zal nagaan of een evaluatie noodzakelijk is.

Wat betreft de [gedragscodes voor reclame met betrekking tot spaardeposito's en individuele levensverzekeringen](#), heeft de brc Verbruik, na bespreking met de FSMA en Assuralia, vastgesteld dat het niet meer relevant is om deze te evalueren. Immers, met betrekking tot spaardeposito's zijn de gedragsregels intussen opgenomen in recente reglementeringen en met betrekking tot individuele levensverzekeringen zijn de gedragsregels vervallen sinds de inwerkingtreding op 1 januari 2018 van de nieuwe verordening PRIIPs<sup>2</sup>. Deze gedragscodes kunnen bijgevolg afgeschaft worden.

Wat betreft de [gedragscode inzake reclame en marketing gericht op jongeren voor bank- of verzekeringsproducten en/of -diensten](#), heeft de brc Verbruik geen opmerkingen geformuleerd. Deze gedragscode kan bijgevolg ongewijzigd behouden blijven.

Op vraag van de Minister, die over een advies wenst te beschikken zodra een deel van de evaluaties is afgelopen, heeft de subcommissie reeds een eerste ontwerpadvies voorbereid, met een aantal algemene opmerkingen en met de evaluatie van de gedragscodes inzake directe verkoop, fitness en opticiens. Een eventueel aanvullend advies betreffende de evaluatie van de overige gedragscodes zal in het voorjaar 2018 worden overgemaakt aan de Minister.

Het ontwerpadvies werd, overeenkomstig artikel 8 van het huishoudelijk reglement van de brc Verbruik, in een e-mailprocedure voorgelegd aan de plenaire vergadering van de brc Verbruik, onder het voorzitterschap van de heer Reinhard Steennot, en werd na afloop van deze procedure op 14 februari 2018 als advies van de brc Verbruik aangenomen.

---

<sup>1</sup> Koninklijk besluit van 13 december 2017 houdende oprichting van de bijzondere raadgevende commissie Verbruik binnen de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven en tot opheffing van de Commissie voor Milieu-etikettering en milieureclame (B.S. 28 december 2017).

<sup>2</sup> [Verordening \(EU\) nr. 1286/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 26 november 2014 over essentiële-informatiedocumenten voor verpakte retailbeleggingsproducten en verzekeringsgebaseerde beleggingsproducten \(PRIIP's\)](#).

## Advies

### 1 Voorafgaande opmerkingen

De brc Verbruik acht het noodzakelijk enkele preliminaire opmerkingen te maken:

#### 1.1 *Betreffende de transparantie*

Gedragscodes beogen onder andere meer transparantie naar de consument toe. Meer transparantie bewerkstelligen begint reeds bij het ter beschikking stellen van de gedragscodes aan het publiek. De brc Verbruik merkt op dat de verschillende gedragscodes momenteel onvoldoende gekend zijn. De brc Verbruik acht het in het kader van de transparantie belangrijk dat de consument steeds kennis kan krijgen van de actueel geldende gedragscodes. Bij voorkeur zijn deze ook online beschikbaar. De brc Verbruik verwijst hierbij enerzijds naar de taak in deze van de ondertekenaars van de gedragscodes en naar artikel XII.6 WER, dat elke dienstverlener van de informatiemaatschappij verplicht ervoor te zorgen dat de afnemers van de dienst en de bevoegde autoriteiten gemakkelijk, rechtstreeks en permanent toegang krijgen tot (onder meer) de gedragscodes die hij heeft onderschreven, alsook de informatie over de manier waarop die codes langs elektronische weg kunnen worden geraadpleegd. Anderzijds verwacht de brc Verbruik dat de fod Economie online een zo volledig mogelijke lijst van gedragscodes ter beschikking stelt.

Bovendien acht de brc Verbruik het noodzakelijk dat de consument op een eenvoudige manier kan nagaan welke ondernemingen de gedragscodes hebben ondertekend, alsook dat er voldoende publiciteit wordt gemaakt rond de ondertekeningen van de gedragscodes.

#### 1.2 *Betreffende de bindende kracht van de gedragscodes*

De brc Verbruik stelt vast dat de toetreding tot de gedragscodes gewoonlijk gebeurt op vrijwillige basis. Zij meent in dit kader dat het belangrijk is dat gedragscodes een zo ruim mogelijke draagwijdte hebben, zoals bijvoorbeeld een gedragscode afgesloten op het niveau van een beroepsvereniging, en geldend voor zoveel mogelijk ondernemingen die worden vertegenwoordigd door die beroepsvereniging.

#### 1.3 *Betreffende de afdwingbaarheid van de gedragsregels*

Gedragscodes bestaan niet uitsluitend uit verplichtingen voor de ondertekenende ondernemingen. Sommige gedragscodes bevatten ook loutere richtlijnen (i.e. inspanningsverbintenissen). Dit heeft tot gevolg dat artikel VI.98 WER buiten toepassing blijft voor wat betreft de richtlijnen. Dit artikel bepaalt dat de niet-nakoming door de onderneming van verplichtingen die zijn opgenomen in een gedragscode waaraan zij zich heeft gebonden als een oneerlijke en meer bepaald misleidende handelspraktijk kan worden beschouwd, indien 1) het niet gaat om een intentieverklaring, maar om een verifieerbare verplichting en 2) de onderneming in de context van een handelspraktijk aangeeft dat zij gebonden is door de gedragscode. Inbreuken door een ondertekenende onderneming kunnen dus niet worden gekwalificeerd als een misleidende handelspraktijk wanneer de gedragsregels enkel als een inspanning of een intentie zijn omschreven.

Sommige gedragscodes voorzien in een controle op en/of sanctionering van inbreuken op de gedragsregels, waardoor de afdwingbaarheid van de bepalingen is verzekerd, terwijl andere gedragscodes dit niet voorzien. Een controle –en/of sanctioneringsmechanisme geeft duidelijk aan dat de ondertekenende ondernemingen alle verplichtingen moeten naleven.

De brc Verbruik meent dat elke gedragscode een controle op de naleving zou moeten voorzien.

#### **1.4 Betreffende de evaluatie van de gedragscodes door de sectoren**

Voorts is op te merken dat sommige gedragscodes niet meer zijn aangepast aan de meest recente wetgeving. Zo bevatten meerdere gedragscodes nog steeds verwijzingen naar de Wet Marktpraktijken of zelfs naar de Wet Handelspraktijken of zijn bepaalde gedragscodes overbodig geworden door latere ingrijpende wetswijzigingen.

De brc Verbruik is van oordeel dat het noodzakelijk is dat de gedragscode door de initiatiefnemers zelf tijdig en consistent wordt geactualiseerd en herzien.

#### **1.5 Betreffende de ex ante controle van nieuwe gedragscodes**

De brc Verbruik meent dat gedragscodes enkel een toegevoegde waarde kunnen zijn wanneer zij wetgeving aanvullen en niet louter herhalen. Zij meent dat aan bepaalde minimumvereisten moet worden voldaan: een duidelijk afgebakend toepassingsgebied en duidelijke en begrijpelijke gedragsregels. Het zou in dat kader nuttig zijn dat een ontwerp van een nieuwe gedragscode wordt onderworpen aan een ex ante controle in plaats van een ex post evaluatie. In geval van een gedragscode op initiatief of met medewerking van de minister van Economie en Consumentenzaken zou deze ex ante controle binnen de brc Verbruik moeten plaatsvinden. Het zou immers zeer nuttig zijn dat alle relevante delegaties voorafgaandelijk worden geraadpleegd. Een ex ante controle zorgt ervoor dat tijdig kan worden nagegaan of de gedragscode eventuele lacunes in de wetgeving opvult en tegemoetkomt aan problemen in de praktijk.

## **2 Evaluatie van de gedragscode directe verkoop face-to-face van de BDSO en van de deontologische code directe verkoop van de BVDV**

### **2.1 Context**

Er bestaan sinds kort twee gedragscodes die betrekking hebben op direct selling. De brc Verbruik heeft op eigen initiatief beide gedragscodes geëvalueerd. In dit hoofdstuk komt derhalve enerzijds de gedragscode directe verkoop face-to-face van de BDSO aan bod, en anderzijds de deontologische code directe verkoop van de BVDV.

De gedragscode directe verkoop face-to-face betreft een gezamenlijk initiatief van de huidige minister van Economie en Consumentenzaken en van de vzw Belgian Direct Sales Organisation (hierna "BDSO"). De bedrijven die door de BDSO worden vertegenwoordigd verkopen geen eigen producten, maar stellen verkoopkracht ter beschikking van andere bedrijven (vb. van energieproducenten of telecomoperatoren). Deze bedrijven hebben zich ertoe verbonden een gedragscode op te stellen in samenwerking met voornoemde minister. De gedragscode werd op heden ondertekend door 18 ondernemingen. De gedragscode kwam er om tegemoet te komen aan bepaalde klachten en heeft tot doel om de professionele en particuliere klanten beter te beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken.

De deontologische code voor de directe verkoop betreft een initiatief van de Beroepsvereniging van de directe verkoop (hierna "BVDV"), die in 1970 werd opgericht.<sup>3</sup> De deontologische code werd opgesteld om tegemoet te komen aan klachten met betrekking tot de aanpak van deur-aan-deurverkopers en om zich te distantiëren van bedrijven in de sector die oneerlijke handelspraktijken hanteren. Een onafhankelijke advocaat controleert de naleving van de deontologische code. Hieraan zijn geen kosten verbonden voor de consument. De ondertekening van de deontologische code is een voorwaarde voor de toetreding tot de beroepsvereniging. De BVDV onderschrijft tevens de deontologische code van Direct Selling Europe. De BVDV verplicht haar leden bovendien om een handvest met zeven fundamentele garanties over te maken aan de consument.

De brc Verbruik stelt vast dat de BDSO en haar gedragscode op heden nog weinig gekend is en dat er verwarring en onduidelijkheid heerst omtrent deze organisatie.

## **2.2 Toepassingsgebied**

### **2.2.1 Ratione materiae**

De BDSO-gedragscode beperkt zich tot het face-to-face segment binnen de directe verkoop.

De BVDV-code is van toepassing op alle vormen van directe verkoop, met name de onaangekondigde deur-aan-deur verkoop, de face-to-face verkoop (verkoop op uitnodiging, telefonisch vastgelegde afspraak) en de homeparties (op afspraak en bij een consument thuis). Bovendien is deze code gericht op alle sectoren waarin directe verkoop wordt georganiseerd.

De brc verbruik stelt vast dat beide gedragscodes een verschillend materieel toepassingsgebied hebben en wijst er op dat dat verschil problematisch en verwarrend is.

### **2.2.2 Ratione personae**

De BDSO-gedragscode regelt de relatie tussen de direct sales bedrijven (de onderneming die zich bij een klant aanbiedt met het oog op de directe verkoop van eigen producten of die van een andere opdrachtgever), hun verkopers, hun opdrachtgevers en de klanten. De bedrijven schakelen derden in voor de directe verkoop.

Zowel natuurlijke als rechtspersonen worden gekwalificeerd als klant. In de gedragscode wordt geen onderscheid gemaakt in de behandeling van natuurlijke of rechtspersonen. Alle bepalingen zijn consistent van toepassing op beide categorieën.

De deontologische code van BVDV heeft betrekking op de relaties tussen directe verkoopondernemingen, verkopers en consumenten; directe verkoopondernemingen en de verkopers; directe verkoopondernemingen onderling.

De brc Verbruik meent dat in de gedragsregels een duidelijk onderscheid moet worden gemaakt tussen consumenten en ondernemingen als klanten.

---

<sup>3</sup> Het gaat om bedrijven zoals Tupperware, Milène, Victoria, enz. die zelf geen winkels hebben. Bovendien verkopen ze hun eigen producten.

### **2.2.3 Controle- en sanctiemechanisme**

De BDSO-gedragscode voorziet dat BDSO zelf de controle doet van de naleving van de gedragscode. BDSO neemt ook eventuele klachten in behandeling. Tenslotte wordt voorzien dat ook de Economische Inspectie toezicht kan houden op de naleving van de gedragscode op basis van de bepalingen van het Wetboek van economisch recht.

De naleving van de deontologische code van BVDV wordt gecontroleerd door een onafhankelijke advocaat. Deze neemt ook de eventuele klachten van consumenten in behandeling en treedt in dit kader op als bemiddelaar. In het geval van niet-naleving van de deontologische code, voorzien de statuten van BVDV dat de onderneming kan uitgesloten worden van het lidmaatschap van BVDV.

Volgens de brc Verbruik moet, wat betreft de controle op de naleving van de gedragscode, een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen de rechtstreekse gevolgen van de niet-naleving voor de onderneming en de gevolgen van niet-naleving voor de relatie tussen de onderneming en de consument. De brc Verbruik verduidelijkt dat de gevolgen van niet-naleving voor de relatie onderneming-consument steeds aan de bevoegde ombudsdienst voorgelegd kunnen worden.

## **2.3 Opmerkingen betreffende enkele specifieke bepalingen**

### ***BVDV-gedragscode***

De brc Verbruik stelt vast dat volgens bepaling 1.5. (Zelfregulering) van de BVDV-gedragscode niet-naleving van de gedragscode niet kan leiden tot strafrechtelijke aansprakelijkheid. De brc Verbruik is echter van oordeel dat het strafrecht van openbare orde is en bijgevolg daaromtrent geen afspraken gemaakt kunnen worden in een dergelijke gedragscode.

De brc Verbruik neemt er akte van dat bepaling 2.6. inzake het verbod om betalingen of voorschotten te ontvangen voor het verstrijken van een termijn van 7 werkdagen vanaf de dag volgend op de dag van ondertekening van het contract zal worden verwijderd in het licht van de recentelijke afschaffing van de desbetreffende wettelijke verplichting.

## **2.4 Aanbeveling**

De brc Verbruik betreurt dat het ten aanzien van consumenten verwarrend is dat er twee verschillende gedragscodes zijn, zeker nu de bepalingen van de gedragscodes erg gelijklopend zijn, behalve voor wat betreft het controle- en sanctiemechanisme. De brc Verbruik betreurt tevens dat toenaderingspogingen tussen beide beroepsorganisaties met betrekking tot hun gedragscodes voorlopig geen resultaat hebben opgeleverd. Zij acht het in ieder geval aangewezen dat de minister erover waakt elke verwarring ten aanzien van de consumenten met betrekking tot deze gedragscodes te vermijden.

## **3 Evaluatie van de gedragscode fitness**

### ***Toetreding tot de gedragscode***

De gedragscode fitness, een gezamenlijk initiatief van de beroepsverenigingen van de fitness-sector en de overheid, trad eind 2015 in werking. Het doel van de gedragscode is om meer evenwicht en transparantie in de relatie tussen de fitnesscentra en de consument te bewerkstelligen. Ongeveer twee



jaar na de inwerkingtreding van de gedragscode hebben 191 ondernemingen<sup>4</sup> de gedragscode ondertekend. Dit cijfer maakt ongeveer iets minder dan een kwart uit van alle fitnesscentra in België.

Zoals reeds eerder in dit advies aangegeven wijst de brc Verbruik op het belang dat gedragscodes een zo ruim mogelijke draagwijdte hebben. Het succes van een gedragscode wordt immers mee bepaald door het aantal ondernemingen dat de gedragscode heeft onderschreven. In dit kader roept de brc Verbruik de minister op deze gedragscode meer in de schijnwerpers te plaatsen en te wijzen op het belang voor ondernemingen om deze te onderschrijven.

In het kader van de toetreding tot de gedragscode wordt voorzien dat de fitnesscentra de toetreding op ruime schaal bekend dienen te maken. Het doel van een dergelijke bepaling is het verhogen van de transparantie naar de consument toe. De brc Verbruik wijst op het belang van de naleving van de regels in de gedragscode voor de ondernemingen en is tevreden dat de vertegenwoordigers van de middenstand en de beroepsverenigingen van de fitness-sector bereid zijn om de ondernemingen hieromtrent meer te sensibiliseren. De brc Verbruik is bovendien van mening dat de overheid in dit kader eveneens haar controlefunctie moet uitoefenen.

### **3.2 Een overzicht van de knelpunten in de praktijk**

Teneinde inzicht te krijgen in het aantal klachten en het soort klachten dat wordt ingediend met betrekking tot de gedragscodes die het voorwerp uitmaken van deze adviesvraag, waaronder de gedragscode fitness, heeft de brc Verbruik daartoe cijfergegevens opgevraagd bij de Consumentenombudsdienst en de Algemene Directie Economische Inspectie van de fod Economie (zie bijlagen 1 en 2). Procentueel beschouwd ligt het aantal klachten met betrekking tot de gedragscode fitness eerder laag.

Voorts stelt de brc Verbruik, op basis van de cijfers, vast dat er op heden nog steeds een aantal klachten zijn, tegen fitnessketens met betrekking tot de aangelegenheden die door de gedragscode worden geregeld. De brc Verbruik stelt op basis van de cijfers vast dat een eerste categorie van meest voorkomende klachten of geschillen bij de Consumentenombudsdienst betrekking heeft op de beëindiging van de overeenkomst. Een tweede aanverwante categorie heeft betrekking op ongerechtvaardigde facturen.

De brc Verbruik neemt er akte van dat ook de consumentenorganisaties soortgelijke klachten ontvangen, en dat zij vaststellen dat er weinig transparantie is naar de consument toe en dat de gedragsregels onvoldoende worden afgedwongen.

Hoewel op basis van de gegevens uit bijlage 1 en 2 niet kan worden afgeleid of de klachten al dan niet betrekking hebben op ondernemingen die de gedragscode hebben ondertekend, lijkt het de brc Verbruik noodzakelijk om hieronder stapsgewijs de geëvalueerde bepalingen uit de gedragscode te bespreken.

---

<sup>4</sup> <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Ventes/LIJST-ON-gedragscode-Fitness.pdf>.

### **3.3 Duidelijke tarieflijsten**

De brc Verbruik stelt de meerwaarde van de bepalingen inzake de tarieflijsten in vraag. Immers bevatten deze bepalingen grotendeels een herhaling van de relevante wetgeving.

Volgens de gedragscode fitness dienen de tarieflijsten, naast de affichering conform het WER en zijn uitvoeringsbesluiten, verplicht vermeld te worden op de website van de fitnessondernemingen. De brc Verbruik wijst erop dat kleine ondernemingen terughoudender zijn in het ondertekenen van de gedragsregels omwille van die verplichting. Immers is de diversiteit in producten zeer groot en zijn fitnessketens steeds meer low budget geworden omdat de tarieven een grote invloed hebben (gehad) op de kleine ondernemingen. Het vermelden van de tarieven op websites zou derhalve schadelijk kunnen omdat zelfstandige fitnesscentra en fitnessketens fundamenteel verschillende diensten aanbieden, en dat verschil onvoldoende kan worden belicht via een loutere prijsvermelding op de website. De brc Verbruik is bijgevolg van mening dat de desbetreffende verplichting afgeschaft kan worden, mits nog steeds voldaan wordt aan de verplichting om in de fitnessonderneming zelf duidelijke (schriftelijke) tarieflijsten ter beschikking te stellen van de consument. De bepalingen uit boek VI WER inzake prijsaanduiding (de artikel VI.3 t.e.m. VI.7 WER) blijven immers onverminderd van toepassing.

### **3.4 De duur van de overeenkomst**

De gedragscode fitness bevat specifieke bepalingen betreffende de duur van de overeenkomsten. Zo wordt bepaald dat de looptijd van een contract van bepaalde duur in geen geval 18 maanden mag overschrijden. De brc Verbruik hecht veel belang aan deze bepaling en vraagt dat de overheid voldoende zou controleren of ondernemingen die de code hebben ondertekend, geen contracten van bepaalde duur van langer dan 18 maanden zouden aanbieden.

### **3.5 Opschorting en beëindiging van de overeenkomsten**

De brc Verbruik stelt vast dat de gedragscode een aantal bepalingen omvat waarbij de overeenkomst beëindigd of opgeschort kan worden op basis van een medisch attest. Zo kan de overeenkomst van bepaalde of onbepaalde duur zonder opzeg en zonder vergoeding door de consument worden beëindigd in geval van een medisch letsel dat het de consument definitief onmogelijk maakt om nog te sporten of te fitnessen. Dit geval van overmacht dient bevestigd te worden met een medisch attest. De overeenkomst kan door de consument tevens worden opgeschort gedurende de periode vastgesteld in een medisch attest dat bepaalt dat de consument niet mag fitnessen of sporten gedurende minstens één maand. Tijdens de periode van schorsing is de consument geen vergoeding verschuldigd, met uitzondering van een eventuele, beperkte administratieve kost. Na de periode van schorsing herneemt de resterende looptijd van de overeenkomst.

De brc Verbruik benadrukt het belang van deze bepalingen en vraagt dat deze gerespecteerd zouden worden, zodat consumenten met een geldig medisch attest de overeenkomst conform deze bepalingen kunnen beëindigen of schorsen. Volgens de brc Verbruik is ook op dit vlak voldoende controle noodzakelijk.

### **3.6 Afdwingbaarheid van de gedragsregels**

De brc Verbruik herhaalt haar eerder vermelde opmerking dat het van uiterst belang is dat de regels in de gedragscode daadwerkelijk worden gerespecteerd, en dat er voldoende controle wordt uitgeoefend op de correcte naleving van deze gedragsregels. De brc Verbruik vraagt zich af of er vandaag wel voldoende controle op de naleving gebeurt en of het voldoende duidelijk is voor de consument wie voor deze controle verantwoordelijk is.

## **4 Evaluatie van de gedragscode opticiens**

De gedragscode opticiens werd in 2016 ingevoerd teneinde meer informatie te verschaffen aan de consument en derhalve de transparantie te vergroten alsook om prijs –en kwaliteitsvergelijkingen mogelijk te maken. De overheid stelde tevens vast dat ook glazenfabrikanten weinig transparant zijn tegenover de consument.

### **4.1 Toetreding tot de gedragscode**

Ook al heeft de beroepsvereniging van opticiens (APOOB) zich ertoe verbonden zich in te spannen om zoveel mogelijk opticiens tot de gedragscode te doen toetreden, toch stelt de brc Verbruik vast dat er nog meer inspanningen dienen te gebeuren. Immers hebben op heden minder dan 50 ondernemingen de gedragsregels onderschreven. De brc Verbruik herhaalt haar eerder vermelde opmerking, met name dat het succes van een gedragscode mee wordt bepaald door het aantal ondernemingen dat deze gedragscode heeft onderschreven.

De brc Verbruik vraagt zich tevens af waarom er zo weinig ondertekeningen zijn. Immers worden de ondertekenende ondernemingen niet aan zware verplichtingen onderworpen.

De gedragscode voorziet niet in een verplichting tot bekendmaking van (de toetreding tot) de gedragscode. De gedragscode is niet op duidelijke wijze gepubliceerd op de website van de beroepsvereniging. Dit gebrek aan transparantie is in het nadeel van de consument.

### **4.2 Bepalingen inzake de offerte**

De brc Verbruik meent dat de bepalingen inzake de offerte onvoldoende helder en duidelijk zijn geformuleerd. Zo is het onduidelijk of ook bij bestelling van brillenglazen tijdens een eerste bezoek aan de winkel gevraagd moet worden aan de klant of hij een offerte wenst. Ook is er sprake van inconsistentie tussen de Nederlandstalige en de Franstalige tekst. In het tweede opsommingsteken staat in het Frans “s’engage à remettre”, terwijl de Nederlandstalige versie vermeldt: “verbindt zich ertoe om voor te stellen om een offerte te maken”. Ook de beroepsvereniging zelf geeft aan dat de tekst van de gedragscode duidelijker moet worden geformuleerd.

Tevens staat in de gedragscode de volgende bepaling:

“De opticien verstrekt bij de verkoop van brillenglazen een document met betrekking tot type en kenmerken van het glas aan de consument. Dit document is een bewijs van de fabrikant, indien dit voorhanden is”

Er wordt verder gesuggereerd om “indien dit voorhanden is” te vervangen door “dat steeds voorhanden moet zijn”.

### **4.3 Bindende kracht en naleving van de gedragsregels**

De brc Verbruik stelt vast dat de gedragscode in de praktijk zeer beperkt tot nagenoeg niet wordt toegepast. De gedragscode voorziet voorts enkel in een standaardbepaling betreffende de bevoegdheid van de Economische Inspectie. Toch lijkt het bindend karakter van de gedragscode beperkt te zijn.

Er moet strikter worden toegezien op de naleving van de gedragsregels, zowel door de beroepsvereniging als door de overheid, die desgevallend sanctionerend dienen op te treden.

De brc Verbruik achten het tevens aangewezen dat, net zoals in andere gedragscodes, de gedragscode opticiens bepalingen dient te bevatten omtrent de alternatieve geschillenbeslechting door de bevoegde ombudsdiensten.

## 5 Bijlage 1: Informatie van de Algemene Directie Economische Inspectie : Evaluatie van de gedragscodes fitness, opticiens en directe verkoop

### 5.1 Gedragscode fitness

#### 5.1.1 Klachten die betrekking hebben op de fitness-sector in het algemeen:

Jaar	Aantal
2016	86
2017	38
<b>Totaal</b>	<b>124</b>

Aard van de klacht	Aantal
Ontbinding van contract	33
Stilzwijgende verlenging	10
Misleidende reclame	8
Frauduleuze praktijken	6
Dienstverlening voor klanten	4
Oneerlijke contractvoorwaarden/wijziging van contractvoorwaarden	4
Misleidende contractvoorwaarden	4
Andere kwesties ivm contracten en verkoop	4

#### 5.1.2 Klachten die betrekking hebben op de gedragscode 'fitness':

Jaar	Aantal
2016	14
2017	3
<b>Totaal</b>	<b>17</b>

### 5.2 Gedragscode opticiens

#### 5.2.1 Klachten die betrekking hebben op de sector der opticiens in het algemeen:

Jaar	Aantal
2016	24
2017	17
<b>Totaal</b>	<b>41</b>

Aard van de klacht	2016	2017	Totaal
Misleidende reclame	5	2	7
Voldoet niet aan bestelling	3	3	6
Wettelijke garantie niet toegekend	3	1	4
Niet geleverd/niet verleend	4	0	4
Andere kwesties ivm prijzen / tarieven	1	2	3
Frauduleuze praktijken	1	2	3
Transparantie van tarieven	0	2	2
Ongevraagde reclame	1	1	2
Andere kwesties	1	1	2
Commerciële garantie niet toegekend	1	0	1
Verandering van prijs / tarief	0	1	1
Bedenktijd/herroepingsrecht	1	0	1
Niet geschikt voor specifiek doel	1	0	1
Misleidende contractvoorwaarden	1	0	1
Dienstverlening voor klanten	0	1	1
Defect, veroorzaakte schade	0	1	1
Onjuiste of misleidende prijsaanduiding/tarieven en etikettering	1	0	1
<b>Totaal</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>41</b>

### 5.2.2 Klachten die betrekking hebben op de gedragscode 'opticiens':

Er werd slechts 1 klacht ontvangen in 2017.

### 5.3 Gedragscode directe verkoop face to face van de BDSO

#### 5.3.1 Klachten over opdringerige deur-aan-deurverkopers in het algemeen:

Jaar	Aantal
2016	114
2017	29
<b>Totaal</b>	<b>143</b>

#### 5.3.2 Klachten die betrekking hebben op de gedragscode 'directe verkoop face tot face':

De Economische Inspectie heeft in 2017 4 klachten ontvangen omtrent de niet-naleving van de gedragscode.

### 5.4 Deontologische code voor de directe verkoop van de BVDV (Comeos)

De Economische Inspectie heeft geen klachten ontvangen inzake de niet-naleving van deze gedragscode.

## 6 Bijlage 2 : Dossiers tegen fitnesscentra bij de consumentenombudsdienst



### DOSSIERS TEGEN FITNESSCENTRA BIJ DE CONSUMENTENOMBUDSDIENST

De Consumentenombudsdienst (COD) is bevoegd om zelf op te treden in elke aanvraag tot buitengerechtelijke regeling van een consumentengeschil, waarvoor geen andere gekwalificeerde entiteit bevoegd is (art. XVI.6, 3° WER). Zo is de COD dus bevoegd voor geschillen tussen een consument en een fitnesscentrum.

Hieronder vindt u statistieken dienaangaande.

#### I. Aantal dossiers

De aantallen die worden opgegeven zijn klachten van consumenten die geleid hebben tot ontvankelijke dossiers.

JAAR	AANTAL	WAARVAN KETENS
2016	109	78
2017 <sup>1</sup>	93	60

Voor het begrip keten baseren wij ons op de lijst die ons werd overgemaakt door dhr. Vandenaabeele. Het betreft Basicfit, Infraligne, Bodystyling, Easyfit, Jims, Oxygen, Fitclass, Sportoase, Lifestyle Fitness en i-fitness.

#### II. Soorten klachten

AARD	AANTAL
Ontbinding van het contract	66
Ongerechtvaardigde factuur	42
Andere (contract)	37
Misleidende/oneerlijke handelspraktijken	19
Dienstverlening	15
Invordering	10
Bedenktijd	4
Andere (prijzen)	3
Deels verleend/geleverd	3
Voldoet niet aan bestelling	2
Agressieve verkooppraktijken	1
<b>Totaal</b>	<b>202</b>

<sup>1</sup> De cijfers van 2017 zijn cijfers van januari tot en met oktober.