

2015•2016
FACULTEIT RECHTEN
master in de rechten

Masterproef
Prijvergelijkingsites

Promotor :
Prof. dr. Evelyne TERRYN

Ece Yavuz
Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de rechten

De transnationale Universiteit Limburg is een uniek samenwerkingsverband van twee universiteiten in twee landen: de Universiteit Hasselt en Maastricht University.



Universiteit Hasselt | Campus Hasselt | Martelarenlaan 42 | BE-3500 Hasselt
Universiteit Hasselt | Campus Diepenbeek | Agoralaan Gebouw D | BE-3590 Diepenbeek



Maastricht University

2015•2016
FACULTEIT RECHTEN
master in de rechten

Masterproef

Prijsvergelijkingsites

Promotor :
Prof. dr. Evelyne TERRYN

Ece Yavuz
Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de rechten

Samenvatting

Deze masterproef handelt over prijsvergelijkingsites. Dit zijn websites waarop producten van verschillende aanbieders online door consumenten op basis van relevante criteria met elkaar worden vergeleken. Het is een handig medium voor consumenten, waarmee zij zich snel kunnen informeren over verschillende producten. Het is van groot belang dat consumenten goed geïnformeerd worden, zodat zij een weloverwogen beslissing kunnen nemen. De informatie die een prijsvergelijkingsite verstrekt is echter niet altijd even betrouwbaar. De vraag lonkt of het huidige wetgevingskader voldoende waarborgen biedt aan de consument.

Op dit moment bestaat voor prijsvergelijkingsites weinig specifieke regelgeving. In deze masterproef wordt het huidige wetgevingskader onderzocht die mogelijk van toepassing is op prijsvergelijkingsites. Een overzicht wordt gegeven van de kern van Europese richtlijnen op het gebied van consumentenbescherming, waarbij telkens wordt verwezen naar de omzetting ervan in het Belgische recht.

Uit onderzoek blijkt echter dat het bestaande algemene wetgevingskader niet veel soelaas biedt. Problematisch hierbij is dat er een ruime waaier aan diverse wetgeving bestaat, waardoor de consument het overzicht niet kan bewaren. Er bestaat tevens onduidelijkheid over de draagwijdte van een aantal centrale begrippen van de verschillende richtlijnen. Dit allemaal leidt tot rechtsonzekerheid.

Dankwoord

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn vijfjarige rechtenopleiding aan de Universiteit Hasselt. Graag wil ik in dit dankwoord gebruikmaken van de gelegenheid om enkele personen te bedanken die mij hebben geholpen en gesteund bij het tot stand brengen ervan.

Vooreerst wil ik graag mijn promotor, professor dr. Evelyne Terryn, bedanken voor de begeleiding en raadgevingen.

Verder wil ik mijn ouders bedanken voor de steun die ik heb gekregen gedurende mijn rechtenopleiding.

Tot slot gaat mijn dank uit naar mijn echtgenoot voor zijn steun en geduld gedurende deze periode.

Inhoudsopgave

Deel 1 – Inleiding	1
Deel 2 – Prijsvergelijkingsites en hun tekortkomingen	3
Hoofdstuk 1: Algemene situering	3
1. Achtergrond	3
2. Definitie.....	5
Hoofdstuk 2: Problemen en tekortkomingen van prijsvergelijkingsites	7
1. Inleiding	7
2. De transparantie en onpartijdigheid van vergelijkingen	9
2.1. Onpartijdigheid	9
2.2. Financiering: het bedrijfsmodel.....	10
2.3. Dataverzameling	11
2.4. Besluit	12
Deel 3 – Wetgevingskader op Europees niveau en de omzetting in het Belgische recht .	13
Hoofdstuk 1: De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.....	13
1. Toepassingsgebied	13
1.1. Personeel toepassingsgebied	13
1.2. Materieel toepassingsgebied.....	17
1.2.1. Visie van het Hof van Justitie	17
1.2.2. Toepassing op prijsvergelijkingsites.....	19
1.3. Omzetting in Belgisch recht.....	19
2. Relevante bepalingen	20
2.1. Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken	20
2.2. Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten	21
2.2.1. De algemene norm.....	21
2.2.1.1. De vereisten van professionele toewijding.....	21
2.2.1.2. Verstoring van het economisch gedrag van de consument.....	23
2.2.2. Misleidende en agressieve handelspraktijken	23
2.2.3. Toepassing de Skyscanner-zaak.....	25
2.2.3.1. Relevante feiten	25
2.2.3.2. Eerdere klachtenprocedure	26
2.2.3.3. De procedure bij de Rechtbank Amsterdam.....	26
2.2.3.4. Gevolgen van de Skyscanner-zaak.....	27
3. Besluit.....	30
Hoofdstuk 2: De Richtlijn Consumentenrechten	31
1. Toepassingsgebied	31
2. Informatieverplichtingen	31
3. Besluit.....	33
Hoofdstuk 3: De Richtlijn Misleidende en Vergelijkende Reclame	35
1. Doelstellingen.....	35
2. Interpretatie van het Hof van Justitie	35
3. Toepassingsgebied	36
3.1. Omzetting in Belgisch recht.....	37
3.2. Vergelijkende reclame	37
3.2.1. Het begrip reclame.....	37
3.2.2. Het begrip concurrent.....	37
3.2.3. De identificatievereiste	40
3.3. Voorwaarden voor geoorloofde vergelijkende reclame.....	41
3.3.1. Niet misleidend	42
3.3.2. In dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel bestemd zijn.....	42
3.3.3. Objectieve vergelijking van één of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken	43
4. Besluit.....	44

Hoofdstuk 4: De Richtlijn Elektronische Handel	47
1. Toepassingsgebied	47
1.1. Personeel toepassingsgebied	47
1.2. Materieel toepassingsgebied.....	47
1.3. Omzetting in Belgisch recht.....	50
1.4. Toepassing op prijsvergelijkingsites	50
2. Relevante bepalingen	51
2.1. Informatieverplichtingen.....	51
2.2. Verhouding tot andere richtlijnen	52
2.3. Andere bepalingen	52
3. Aansprakelijkheid van tussenpersonen	53
3.1. Toepasselijke bepalingen	53
3.1.1. "Mere conduit"	53
3.1.2. Hosting.....	54
3.1.2.1. Kennisgeving door benadeelde	55
3.1.2.2. Kennis van onrechtmatige activiteit of informatie.....	55
3.1.2.3. Prompte reactie	56
3.2. Aansprakelijkheidsvrijstellingen	57
3.3. Aansprakelijkheid van vergelijkingssites voor onrechtmatige informatie	58
3.4. Tussentijdse besluit	61
4. Verhouding met richtlijn 96/9/EG betreffende de rechtsbescherming van databanken.....	61
4.1. Toepassingsgebied.....	61
4.2. Dubbele bescherming.....	61
4.2.1. Auteursrechtelijke bescherming	61
4.2.2. Sui generis bescherming	62
4.2.3. Omzetting in Belgisch recht	63
4.3. Arrest Ryanair.....	63
4.3.1. Relevante feiten.....	63
4.3.2. Toepasselijke bepalingen.....	64
4.3.3. Het oordeel van het Hof van Justitie	65
4.3.4. Gevolgen van het arrest Ryanair	65
5. Besluit.....	66
Hoofdstuk 5: De Dienstenrichtlijn	69
1. Toepassingsgebied	69
1.1. Toepassing op prijsvergelijkingsites	69
1.2. Omzetting in Belgisch recht.....	70
2. Relevante bepalingen	70
Hoofdstuk 6: De Richtlijn Oneerlijke Bedingen.....	73
1. Toepassingsgebied	73
1.1. Personeel toepassingsgebied	73
1.2. Materieel toepassingsgebied.....	73
1.2.1. Algemene toetsingsnorm.....	73
1.2.2. Zwarte lijst.....	74
1.3. Omzetting in Belgisch recht.....	74
Hoofdstuk 7: Prijsindicatierichtlijn.....	75
1. Toepassingsgebied	75
1.1. Toepassing op prijsvergelijkingsites	75
1.2. Omzetting in Belgisch recht.....	76
2. Relevante bepalingen	76
3. Band met andere wetgeving	76
Deel 4 - Conclusie	79
Bibliografie	81

Deel 1 – Inleiding

01. Het communicatiemiddel bij uitstek is uiteraard het internet. Het is een techniek die nieuwe vormen van reclame en marketing mogelijk maakt, waaronder de prijsvergelijkingsites. Prijsvergelijkingsites zijn potentieel een belangrijke bron van informatie voor consumenten. De consument kan zich hierbij gemakkelijk thuis vanuit zijn luie stoel informeren via vergelijkingssites.¹ Dit gebeurt per definitie op afstand en het op afstand consumeren wordt niet langer ervaren als een passief gebeuren. Vaak is ook een rol weggelegd aan de consumenten die de producten of aanbieders beoordelen. Bovendien oefenen consumenten een zekere invloed uit op wat er wordt betaald voor producten.²

02. Instrumenten zoals zoekmachines, websites met prijs- en productvergelijkingen, klantenbeoordelingen en sociale media winnen ook steeds meer aan belang en beïnvloeden steeds meer het consumentengedrag. De ontwikkeling van de onlinemarkt in de Europese Unie kan de consument prijsbesparingen en keuzemogelijkheden opleveren.³ Maar zijn deze websites wel betrouwbaar? Onvolledige en onjuiste vergelijkingen op websites door verkopers die alleen producten van een bepaalde aanbieder verkopen, zullen mogelijk niet het volledige gamma aan mogelijkheden tonen. Zijn de alternatieven die de site biedt dan wel betrouwbaar?⁴ Daarnaast is de tarieftransparantie vooraf voor consumenten van groot belang. Een dergelijke transparantie maakt het voor consumenten mogelijk om een juiste afweging te maken.⁵ Ook blijkt dat vergelijkingssites uiteenlopende criteria hanteren voor het vergelijken van producten wat niet echt handig is om te vergelijken. Het gebruik van dergelijke instrumenten zal het consumentenvertrouwen enkel ten goede komen, als de verstrekte informatie duidelijk, transparant en precies is.⁶

03. Voor vergelijkingssites bestaat op dit moment nog weinig specifieke regelgeving. Ondanks het bestaande algemene wetgevingskader blijkt dat consumenten moeilijkheden ondervinden bij het vergelijken van de prijs en de kwaliteit van de verschillende te koop aangeboden producten, waardoor hun vertrouwen in prijsvergelijkingsites wordt aangetast.⁷

¹ Zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrapport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 1.

² E. TERRY, "De consument en de elektronische handel", *DCCR* 2013, (179) 181.

³ Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad ("Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken"), COM(2013)139 def, 24 (Hierna: Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken).

⁴ Zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrapport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 1.

⁵ Een slimme consument in een snelle markt: De consument als volwaardige marktpartij in de elektronische communicatiesector. Actieplan, bijlage bij Kamerstukken II 2004/05, 27879, nr. 12, b1, 5-6.

⁶ Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 24.

⁷ Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 25.

04. Aandacht voor de positie van de consument in juridische verhoudingen is op zijn plaats, omdat consumenten worden gezien als de zwakkere partij die beschermd moet worden. In vele gevallen leidt dit tot de aanscherping van juridische regels om de consument een betere positie te geven tegenover zijn professionele wederpartij.⁸

05. In dit onderzoek zal het huidige wetgevende kader inzake prijsvergelijkingsites worden geanalyseerd. Deze masterproef zal uiteindelijk trachten te antwoorden op de vraag of de huidige wetgeving voldoende waarborgen biedt voor de consument.

06. In het eerste onderdeel zal het begrip "prijsvergelijkingsites" onder de loep worden genomen. Dit wordt voorafgegaan door een beknopte schets van de ontwikkelingen inzake vergelijkingsites. Vervolgens zullen de problemen en de tekortkomingen van prijsvergelijkingsites worden besproken.

07. In het tweede onderdeel zal het huidige wetgevingskader worden onderzocht. Om een vollediger beeld te kunnen vormen van het huidige wetgevingskader zal in dit onderdeel steeds verwezen worden naar de omzetting van de Europese regelgeving in het Belgische recht, waarbij voornamelijk een beroep zal worden gedaan op het Wetboek van Economisch Recht (hierna: WER).⁹

08. Tot slot wordt een antwoord geformuleerd op de centrale onderzoeksvraag, namelijk of het bestaande huidige wetgevingskader voldoende waarborgen biedt voor de consument om op te treden tegen onbetrouwbare sites.

⁸ J.G.J. RINKES, "De consument als zwakke partij", *Ars Aequi* 2009, 380-387.

⁹ Wetboek van Economisch Recht 28 februari 2013, *BS* 29 maart 2013.

Deel 2 – Prijsvergelijkingsites en hun tekortkomingen

Hoofdstuk 1: Algemene situering

1. Achtergrond

09. De Europese consumentenagenda van 2012 stelt vast dat ondanks het hoge niveau van consumentenbescherming in de Europese Unie, de situatie voor consumenten in de praktijk nog voor verbetering vatbaar is. Als gevolg van nieuwe technologische ontwikkelingen, niet-duurzame ontwikkelingen en sociale uitsluiting zijn er nieuwe uitdagingen ontstaan voor de Europese Unie.¹⁰

10. Een ontwikkeling die van belang is voor deze masterthesis is de digitale revolutie. De manier waarop consumenten winkelen en ondernemingen hun producten adverteren en verkopen is behoorlijk veranderd door het internet. Het gevolg hiervan is dat nieuwe concepten de kop op steken. Het gebruik van deze vernieuwde manieren om informatie over prijzen, technische productkenmerken en klantenbeoordelingen te regelen, te verkrijgen, uit te wisselen en te beoordelen is duidelijk waar te nemen. Zoekmachines, websites met prijs- en productvergelijkingen, onlinewaarmerken en consumentenbeoordelingen zijn algemene hulpmiddelen voor consumenten in hun zoektocht naar informatie die steeds meer verweven geraken in het consumentengedrag en de bedrijfsmodellen.¹¹

11. Tevens erkent de Europese Consumentenagenda dat consumenten in de huidige snel veranderende samenleving al te vaak worden overladen met informatie. Consumenten worden steeds meer in aanraking gebracht met gecompliceerde informatie en keuzes die hun besluitvorming bemoeilijken. Daarom vertrouwen consumenten meer en meer op filters zoals vergelijkende websites.¹² Het is dan ook begrijpelijk dat consumenten zoeken naar “shortcuts” om hen te helpen bij het vergelijken en het vinden van de beste deal.¹³

12. Uit onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de Europese internetgebruikers gebruik maakt van het internet om informatie te zoeken, voornamelijk om de prijs en de kwaliteit van producten te vergelijken.¹⁴ Het is dus van groot belang dat vergelijkingsites voldoen aan de betrouwbaarheids-, onafhankelijkheids-, en transparantiecriteriën, wat nu niet altijd het geval is.¹⁵

¹⁰ Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een Europese Consumentenagenda. Vertrouwen en groei stimuleren, 22 mei 2005, COM(2012)225 def, 3, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=URISERV:090101_2 (Hierna: Europese Consumentenagenda).

¹¹ Europese Consumentenagenda, 4.

¹² Europese consumentenagenda, 5.

¹³ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, *Comparison Tools. Providing consumers with transparent and reliable information*, 2013, 5 (Hierna: Report from the Multi-stakeholder Dialogue).

¹⁴ Civic Consulting, Executive Agency for Health and Consumers, *Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods*, 2011, 61, http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/market_studies/docs/study_ecommerce_goods_en.pdf; Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten, 11 januari 2012, COM(2011)942 def, 8, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52011DC0942>; Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 5.

¹⁵ Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten, 11 januari 2012, COM(2011)942 def, 8, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52011DC0942>.

13. Er bestaat echter geen vaste wettelijke set van criteria waar prijsvergelijkingsites aan moeten voldoen. Dergelijke websites treden immers niet op als verkoper, aangezien er vaak op de websites zelf geen producten worden aangeboden. Dit wil echter niet zeggen dat deze websites met niets rekening moeten houden. Zij zijn gebonden door algemene regels die verder uitgebreid aan bod zullen komen.

14. Om het probleem van de transparantie en betrouwbaarheid van de vergelijkingstools aan te pakken heeft de Europese Commissie in zijn mededeling van januari 2012 over "een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten" aangekondigd een dialoog met belanghebbenden te organiseren. Dit voornemen werd door de Commissie bevestigd in mei 2012 middels de Europese Consumentenagenda.¹⁶ Daarmee was dan ook de eerste stap gezet tot het verder uitbouwen van het beleid en regelgeving om de consumenten in de Europese Unie een hoog beschermingsniveau te bieden binnen de huidige digitale omgeving.¹⁷ Het doel van de oprichting van deze dialoog is om in samenspraak met de belanghebbende partijen gedragscodes, handleidingen voor goede praktijken en richtsnoeren op te stellen. De toegang naar transparante en betrouwbare informatie kan op deze manier verzekerd worden. Aldus zullen consumenten de prijs, de kwaliteit en de duurzaamheid van de producten op een optimale manier kunnen vergelijken.¹⁸

15. Het rapport van de *Multi-stakeholder Dialogue on Comparison Tools* (hierna: MSDCT) werd in maart 2013 gepresenteerd op de Europese consumententop.¹⁹ Het rapport benadrukte de uitdagingen en tekortkomingen in het functioneren van vergelijkingstools, met bijzondere aandacht voor de transparantie en de onpartijdigheid van vergelijkingen, de kwaliteit van de verstrekte informatie, de volledigheid en gebruiksvriendelijkheid van vergelijkingstools, de betrouwbaarheid van klantenbeoordelingen en de handhaving van bestaande bepalingen. De bevindingen en conclusies van dit rapport worden in het volgende hoofdstuk besproken.²⁰

¹⁶ Europese Consumentenagenda, 10; European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 37, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm; Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten, 11 januari 2012, COM(2011)942 def, 11, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52011DC0942>.

¹⁷ Europese Consumentenagenda, 2.

¹⁸ Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten, 11 januari 2012, COM(2011)942 def, 11, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52011DC0942>.

¹⁹ Report from the Multi-stakeholder Dialogue.

²⁰ European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 37-38, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm; Report from the Multi-stakeholder Dialogue.

2. Definitie

16. Een probleem dat zich voordoet met betrekking tot prijsvergelijkingsites is dat er geen uniforme definitie van terug te vinden is. Er bestaat geen eenduidige definitie voor het begrip "prijsvergelijkingsite". Het begrip valt onder de meer algemene noemer van vergelijkingstools.

17. In het rapport van de MSDCT van maart 2013 worden vergelijkingstools als volgt beschreven: *"Given the overlaps between the different types of tools described above and with new services constantly emerging, an exhaustive definition of comparison tools would not be opportune. It was agreed that for the purposes of the MSDCT and this report, comparison tools should be understood as including all digital content and applications developed to be used by consumers primarily for the comparison of products and services"*.²¹

18. In zijn presentatie van 9 september 2015 over vergelijkingstools definieert de MSDCT het begrip als volgt: *"Comparison tools" include all digital content and applications developed to be used by consumers primarily to compare products and services online, irrespective of the device used or the parameter(s) on which the comparison is based. To the extent that operators of search engines, travel or tickets booking sites, e-commerce platforms acting as a market place for several traders develop functions or applications dedicated to the comparison of products and services, these functions or applications are also covered by the term "comparison tools"*.²²

19. De Europese Commissie gebruikte de volgende definitie voor prijsvergelijkingsites in een studie uit 2015: *"Websites and Mobile Applications designed to offer a consumer within the chosen industry sectors the ability to compare and contrast an aggregation of fungible goods and services based on a variety of criteria and utilizing at least one criteria filter"*.²³

20. Er bestaan dus verschillende soorten prijsvergelijkingsites. Enerzijds zijn er de traditionele prijsvergelijkingsites waarop verschillende producten met elkaar kunnen worden vergeleken, zoals bijvoorbeeld kieskeurig.be of vergelijk.be. Anderzijds zijn er vergelijkingssites die zich op een bepaalde markt richten, zoals de markt van vliegtickets. Voor deze markt kan als voorbeeld worden verwezen naar de vergelijkingssite cheaptickets.be of vliegtickets.be.²⁴ De gemene deler tussen de verschillende vergelijkingssites, is het gratis raadplegen van de dienst door de consument.²⁵

21. Niet alleen goederen, maar ook diensten kunnen met elkaar worden vergeleken. Deze vergelijkingssites zijn ingedeeld in categorieën met vervolgens een onderverdeling in subcategorieën. De consument kan dan binnen de categorie van zijn keuze zoeken naar het best passende product. Alle relevante informatie zoals prijzen, de uitgebreide specificaties van het product zelf en klantenbeoordelingen worden per product weergegeven. Daarnaast kan de consument bij sommige vergelijkingssites naast een inhoudelijke vergelijking van het product ook een leverancier naar keuze selecteren. Bepaalde vergelijkingssites kunnen ook per leverancier

²¹ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 7.

²² Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools, UCPD Workshop, 9 september 2015 (Hierna: Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools).

²³ *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 40, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

²⁴ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 14.

²⁵ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 14.

informatie over de prijs, levertijd, voorraad en *reviews* van andere consumenten tonen, zoals bijvoorbeeld de website beslist.be of vergelijk.be. De vergelijkingssites verwijzen over het algemeen door naar de bij de site aangesloten winkels en verkopen dus zelf geen producten.²⁶ Inkomsten worden gegenereerd van de aanbieders wiens producten worden vergeleken of waar naar wordt doorverwezen. Daarnaast kunnen vergelijkingssites eventueel ook inkomsten halen uit reclame los van de aanbieders.²⁷

22. Een prijsvergelijkingssite is dus een website waarop producten van verschillende aanbieders online door consumenten op basis van relevante criteria met elkaar worden vergeleken. Deze werkdefinitie zal doorheen het onderzoek gehanteerd worden.

²⁶ Zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrapport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 5.

²⁷ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 14.

Hoofdstuk 2: Problemen en tekortkomingen van prijsvergelijkingsites

1. Inleiding

23. Vergelijkingsites zijn zeer populair en gebruikelijk onder consumenten. Een vergelijkingsite is feitelijk een kanaal dat de consument in staat stelt meer over producten te weten te komen en hun kenmerken te begrijpen. Het is dus een manier om het bewustzijn van consumenten op te bouwen. Deze sites zijn echter vaak niet betrouwbaar. De consument krijgt vaak een vertekend beeld van de realiteit.²⁸ Helaas wordt het consumentenvertrouwen ondermijnd door verschillende problemen. Centraal in dit hoofdstuk staan de voornaamste problemen en tekortkomingen waarmee prijsvergelijkingsites kampen. Zorgen prijsvergelijkingsites voor meer duidelijkheid bij de consument? Is de verstrekte informatie altijd even duidelijk, transparant en precies?

24. In een studie van het toenmalige Britse Office of Fair Trading²⁹ onder consumenten die geen gebruik maken van prijsvergelijkingsites als onderdeel van hun zoektocht, blijkt dat slechts 13% niet gelooft in de onafhankelijkheid en onpartijdigheid van deze websites, terwijl 8% vindt dat deze te ingewikkeld, moeilijk en verwarrend zijn om te gebruiken.³⁰ Uit een andere studie over *e-commerce* uitgevoerd in 2011 in opdracht van de Europese Commissie blijkt tevens dat slechts 10% van de consumenten geen gebruik maken van prijsvergelijkingsites. Als reden hiervoor wordt het gebrek aan vertrouwen vermeld.³¹ Uit diezelfde studie blijkt echter dat één op de acht respondenten het gevoel heeft dat zij worden misleid door prijsvergelijkingsites. In de meeste gevallen is de reden hiervoor dat zij elders op zoek gingen naar een lagere prijs en een lagere prijs vonden dan degene vermeld op de prijsvergelijkingsite, terwijl in andere gevallen de aangegeven prijs op de prijsvergelijkingsite niet in overeenstemming is met de prijs op de website van de verkoper zelf.³² Wanneer dergelijke verschillen niet op een juiste manier worden aangepakt, bestaat het gevaar voor verdere verwarring en misleiding van consumenten en ondermijnt dit bovendien hun vertrouwen in vergelijkingstools.³³

²⁸ Groenboek over financiële retaildiensten. Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en problemen, 10 december 2015, COM(2015)630 def, 15, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0630> (Hierna: Groenboek).

²⁹ Het Office of Fair Trading was verantwoordelijk voor de bescherming van de belangen van de consument in het Verenigd Koninkrijk. De verantwoordelijkheden zijn overgedragen aan een aantal verschillende organisaties. Relevant voor vergelijkingssites is de organisatie Advertising Standards Authority, zie Government UK, *Office Fair Trading*, <https://www.gov.uk/government/organisations/office-of-fair-trading>.

³⁰ Studie door the Office of Fair Trading, Price Comparison Websites. Trust, Choice and Consumer Empowerment in online markets, 2012, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://www.oft.gov.uk/shared_of/706728/Tool-landing-pages/consumer-protection/pcw-items-banners/PCWs-report.pdf.

³¹ Civic Consulting, Executive Agency for Health and Consumers, *Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods*, 2011, http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/market_studies/docs/study_ecommerce_goods_en.pdf

³² Civic Consulting, Executive Agency for Health and Consumers, *Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods*, 2011, http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/market_studies/docs/study_ecommerce_goods_en.pdf; Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18.

³³ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18.

25. Het rapport van de MSDCT van 2013 bracht tevens verschillende problemen inzake prijsvergelijkingssites aan het licht. De bevindingen en conclusies van dit onderzoek kunnen als basis dienen voor de ontwikkeling van gedragscodes en richtsnoeren om de transparantie en betrouwbaarheid van vergelijkingstools te garanderen.³⁴

26. Voor het onderzoek werden 1042 prijsvergelijkingssites in kaart gebracht. De meest vertegenwoordigde sectoren zijn overeenkomstig deze studie de reissector, de hotelsector en de sector van financiële dienstverlening. Een andere vaststelling van dit onderzoek is dat de vergelijkingssites voor 84% worden geëxploiteerd door ondernemingen, voor 3% door regelgevers en voor 2% door consumentenorganisaties (en 11% onbekend). Hierbij geeft een zeer klein aantal prijsvergelijkingssites grensoverschrijdende aanbiedingen weer op hun website.³⁵

Wat betreft het consumentengedrag is vastgesteld dat 74% van de consumenten in de afgelopen 12 maanden in de Europese Unie gebruik heeft gemaakt van vergelijkingssites. Vergelijkingssites worden door 91% van de respondenten voornamelijk gebruikt om prijzen te vergelijken, desondanks zijn consumenten ervan overtuigd dat onpartijdige informatie beter kan worden gevonden door middel van zoekmachines. Verder is vastgesteld dat de beslissingen van consumenten beïnvloedbaar zijn door de *link position* en de *ranking* criteria.³⁶

Tot slot zijn een aantal problemen geïdentificeerd. Uit het onderzoek blijkt dat 65% van de consumenten een probleem heeft ervaren met het gebruik van vergelijkingstools.³⁷ Het gebrek aan transparante informatie over het bedrijfsmodel, de relatie met handelaars, de bron van inkomsten dat belangrijk is voor consumenten om de onafhankelijkheid van de vergelijkingssite te kunnen beoordelen, de dekking van de markt of de frequentie van de bijwerking van de informatie op de website worden als een probleem ervaren. Ontbrekende informatie over contactgegevens van de vergelijkingssite en de toegang tot rechtsmiddelen tegenover de prijsvergelijkingssite worden eveneens als probleem aangehaald.³⁸

27. De hierboven besproken bevindingen en tekortkomingen, die in de volgende titel uitvoerig zullen worden besproken, hebben tot een aantal aanbevelingen geleid. Vooreerst heeft de MSDCT aanbevolen de toepassing van bestaande wetgeving te verduidelijken. De MSDCT heeft verder geadviseerd gedragscodes en principes te ontwikkelen ter ondersteuning van exploitanten van vergelijkingssites. Ten slotte werd aanbevolen aandacht te besteden aan de integratie van de ontwikkelde principes en de handhaving van wetgeving.³⁹

³⁴ European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 37-38, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm; Report from the Multi-stakeholder Dialogue.

³⁵ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

³⁶ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

³⁷ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools; European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 231, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm

³⁸ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

³⁹ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

Om de naleving van wetgeving te verzekeren zal voornamelijk moeten worden toegespitst op de volgende principes: de onpartijdigheid van de vergelijking en identificatie van reclame, transparantie over het verdienmodel, accurate informatie, met inbegrip van prijs en beschikbaarheid, het verzamelen van gegevens, de criteria voor ranking, de gebruikte methodologie en de dekking, de authenticiteit van de *reviews* en beoordelingen van gebruikers en als laatst de weergave van contactgegevens.⁴⁰

Verder dient volgens de MSDCT om de transparantie en gebruiksvriendelijkheid te verbeteren aandacht te worden geschonken aan de klachtenbehandeling en verhaal mogelijkheden van consumenten, de relevantie van getoonde informatie, de vergelijking en vertoning en tot slot de gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid van prijsvergelijkingsites.⁴¹

Dit zijn echter slechts aanbevelingen geformuleerd door de deelnemers van de MSDCT. Hier zijn geen concrete initiatieven uit voortgevloeid. Wel heeft de Europese Commissie nogmaals het belang van vergelijkingssites benadrukt in het Groenboek van 10 december 2015.⁴²

2. De transparantie en onpartijdigheid van vergelijkingen

2.1. Onpartijdigheid

28. De precieze aard van de relatie tussen de exploitanten van vergelijkingstools en de verkopers van producten vermeld op hun vergelijkingstool is vaak onduidelijk voor de consument. In bepaalde gevallen fungeert de exploitant van een vergelijkingssite ook tegelijkertijd als de verkoper van een aantal van de producten aangeboden in de vergelijkingen. De vraag die hierbij rijst is of de objectiviteit van deze vergelijkingen kan worden gegarandeerd. De onpartijdigheid van de resultaten van de vergelijkingen kan alleen gewaarborgd worden als de vergelijkingssite volledig onafhankelijk is van de verkoper wiens aanbiedingen zij weergeven.⁴³

29. Hoewel veel websites structureel en functioneel onafhankelijk zijn, zijn de exploitanten toch vaak gebonden aan verkopers van producten door middel van overeenkomsten. Dergelijke overeenkomsten kunnen een voorwaarde zijn om gegevens te kunnen verzamelen en om deze gegevens te kunnen bijwerken. Bovendien kan het een belangrijke bron van inkomsten zijn voor exploitanten van vergelijkingssites, waarbij sommigen een vergoeding aan verkopers vragen om hun aanbiedingen te voorzien.⁴⁴

30. Contractuele afspraken tussen exploitanten van vergelijkingstools en verkopers zijn tevens van groot belang voor het verzekeren van algemene beginselen van transparantie en wederzijdse verantwoordelijkheid. Volgens exploitanten van vergelijkingstools is het belasten met een *set-up fee* en de ondertekening van een bindend contract met verkopers een effectieve manier om ervoor te zorgen dat verkopers kwaliteitsinformatie verstrekken, eventuele wijzigingen snel meedelen en updates verzenden op een regelmatige basis. Een *set-up fee* is een éénmalige opstartkost

⁴⁰ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

⁴¹ Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools.

⁴² Groenboek, 15-16.

⁴³ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18-19.

⁴⁴ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18-19.

aangerekend door de exploitant van de vergelijkingssite. Daarnaast voegen exploitanten eraan toe dat in hun ervaring, gratis vermelde verkopers zich niet op een verantwoorde manier gedragen.⁴⁵

31. Om te kunnen beoordelen of de door een vergelijkingssite verstrekte informatie onbevooroordeeld en onpartijdig is, dienen consumenten zich in de eerste plaats bewust te zijn van de bestaande overeenkomsten tussen exploitanten van vergelijkingssites en de verkopers waarvan zij producten evalueren en aanbieden.⁴⁶

2.2. Financiering: het bedrijfsmodel

32. Bij vele vergelijkingssites ondervinden consumenten een gebrek aan transparantie met betrekking tot hun bedrijfsmodel. Een bedrijfsmodel beschrijft de onderliggende kernlogica en strategische keuzes van een onderneming om waarde te creëren voor haar klanten en economische waarde voor zichzelf. Het is een ruime betekenis die alle facetten beschrijft die invloed hebben op het creëren van deze meerwaarde. De wijze van inkomstgeneratie vormt hier slechts een onderdeel van.⁴⁷ Het is noodzakelijk voor vergelijkingstools om transparant te zijn over hun bron van financiering. Daarnaast is het essentieel dat vergelijkingstools duidelijk de aard van hun relatie met verkopers waarvan zij producten weergeven op hun website uitleggen, omdat dergelijke informatie van belang kan zijn voor de besluitvorming van de consument. Die informatie over hun bedrijfsmodel moet duidelijk en eenvoudig zijn. De verstrekte informatie dient met andere woorden zinvol te zijn, opdat de consument niet verward of overbelast wordt met te veel informatie. Consumenten behoren niet alle details te kennen over het gebruikte bedrijfsmodel, maar zij moeten zeker zijn dat het bedrijfsmodel geen negatieve invloed heeft op de ranglijst, het display, de kwaliteit en de nauwkeurigheid van de informatie.⁴⁸

33. Vergelijkingssites kunnen hun inkomsten op verschillende manieren genereren. Enerzijds kunnen inkomsten worden gemaakt door verkoop van advertenties zoals bijvoorbeeld Google Shopping en Microsoft's Bing Shopping, anderzijds kunnen abonnementen worden afgesloten met aanbieders van producten op basis van een "klik"-systeem of op basis van een "sale"-systeem. Deze bedrijfsmodellen kunnen ook samen worden gebruikt.⁴⁹

Bij een abonnement betaalt de aanbieder op basis van unieke gekwalificeerde bezoekers per 24 uur per product. Daarnaast kunnen aanbieders ook kiezen om alleen te betalen wanneer de vergelijkingssite een consument naar de site van de aanbieder doorstuurt. Er wordt dus betaald wanneer bezoekers effectief de website van de aanbieder bezoeken. Vergelijkingssites kunnen in

⁴⁵ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18-19.

⁴⁶ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 18-19.

⁴⁷ T. WILLEM DEN HOED, *Handboek Managementmodellen. Een praktische overzicht van de meest gebruikte modellen*, Zaltbommel, Van Haren Publishing, 2013, 396.

⁴⁸ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 19; *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 22, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

⁴⁹ Zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrapport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 6.

tegenstelling tot het voorgaande een vergoeding vragen voor het “klikken” op de aanbieding of een vergoeding vragen wanneer de aanbieder daadwerkelijk een product verkocht heeft.⁵⁰

34. Kort samengevat komt het er op neer dat de aanbieder uit drie betalingsmogelijkheden kan kiezen. Een eerste methode betreft een eenmalige betaling per banner waarbij een bedrag wordt betaald voor het plaatsen van een banner op de website voor een bepaalde tijd. Bij de tweede methode wordt een vastgesteld bedrag betaald wanneer er op een aanbieding wordt geklikt. In dit geval wordt dus per klik betaald. Een laatste methode betreft een betaling per verkocht product (per sale).⁵¹

2.3. Dataverzameling

35. Een ander probleem waarmee prijsvergelijkingswebsites kampen, is de methode van dataverzameling. Exploitanten verzamelen hun data op verschillende manieren. Zij kunnen dit enerzijds doen door gegevens te verzamelen middels het doorzoeken van het internet om de aanbiedingen te lokaliseren met behulp van speciale software “scraping”. Scraping is “het verzamelen voor eigen doeleinden van gegevens die publiekelijk beschikbaar zijn op het internet”, waarbij op geautomatiseerde wijze informatie wordt gekopieerd vanuit individuele websites.⁵² Anderzijds kunnen exploitanten van vergelijkingssites deze gegevens rechtstreeks verkrijgen van de aanbieders op grond van hun overeenkomsten.⁵³ Exploitanten kunnen hun gegevens tevens rechtstreeks onderzoeken en verzamelen in *bricks-and-mortarbedrijven*.⁵⁴ Deze term wordt gebruikt om te verwijzen naar traditionele bedrijven met een fysieke aanwezigheid met een beperkte online aanwezigheid.⁵⁵

36. Consumenten dienen zich bewust te zijn van de toegepaste vorm van dataverzameling, opdat zij de betrouwbaarheid en bruikbaarheid van een vergelijkingssite kunnen beoordelen. Over het algemeen wordt aanvaard dat data die worden verzameld via een directe link naar de geautomatiseerde informatiesystemen van de verkoper betrouwbaarder zijn dan data verzameld met behulp van *scraping*. Desondanks kennen alle methoden van dataverzameling gebreken. Bijgevolg is de toepassing van een uniforme methode van dataverzameling belangrijk voor de vergelijkbaarheid van informatie. Gegevens over prijzen verzameld door het doorzoeken van het internet met behulp van geautomatiseerde software zullen dan ook hoogstwaarschijnlijk verschillen van de prijzen in de winkel.⁵⁶

⁵⁰ Zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrappport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 6-7.

⁵¹ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 20; zie het in opdracht van Ministerie van Economische Zaken geschreven rapport van bureau Berenschot: A. DIJZEUL, H. SPANNINGA, M. NOORDINK en M. SCHULZ, *Eindrappport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 7.

⁵² Y. VAN DEN BRANDE, “Scrapen: het verzamelen van *on-line* publiekelijk beschikbare gegevens”, *AM* 2009, (608) 608.

⁵³ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 20.

⁵⁴ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 20.

⁵⁵ D. CHAFFEY, *E-business en e-commerce. Een managementperspectief*, Pearson Education, 2004, 56.

⁵⁶ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 20; *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 21, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

2.4. Besluit

37. Consumenten hebben weinig tijd en energie om producten te vergelijken. Er is een immense hoeveelheid informatie, er zijn enorme aantallen van vergelijkbare producten en verschillende tarieven voor de producten. Vergelijkingssites zijn dus in de regel nuttige platforms voor consumenten. Het vergemakkelijkt de zoektocht naar producten die het beste bij hun behoeften passen en stelt de consument in staat om een geïnformeerd besluit te nemen.⁵⁷ Maar opdat vergelijkingssites optimaal worden benut, is het vereist dat consumenten deze sites vertrouwen wat nu niet altijd het geval is. Uit de hierboven besproken problemen en tekortkomingen blijkt dat de verstrekte informatie als deze al wordt verschaft aan de consument niet altijd duidelijk, transparant en precies is. Vergelijkingssites moeten bijgevolg transparanter zijn en de consument de nodige informatie verschaffen om een geïnformeerd besluit te nemen. Op deze manier kunnen consumenten ten volle profiteren van de voordelen die de vergelijkingssite hun biedt.

⁵⁷ H. C. GAMPER, "How Can Internet Comparison Sites Work Optimally for Consumers?", *Journal of Consumer Policy* 2012, 333-353.

Deel 3 – Wetgevingskader op Europees niveau en de omzetting in het Belgische recht

38. In de voorgaande hoofdstukken werd een algemene situering gegeven van prijsvergelijkingsites, waarna een reeks problemen en tekortkomingen werden toegelicht en besproken. In dit onderdeel wordt een overzicht gegeven van de kern van de Europese richtlijnen op het gebied van consumentenbescherming en elektronische handel. Om een vollediger beeld te kunnen vormen van het huidige wetgevingskader zal ook steeds verwezen worden naar de omzetting van de Europese regelgeving in het Belgische recht, waarbij voornamelijk een beroep zal worden gedaan op het WER. Op basis van de ontlede wetgeving wordt bekeken of het huidige wetgevingskader voldoende middelen biedt om op te treden tegen onbetrouwbare sites.

Hoofdstuk 1: De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken

1. Toepassingsgebied

1.1. Personeel toepassingsgebied

39. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken heeft een ruim toepassingsgebied en betreft oneerlijke *business-to-consumer* handelspraktijken.⁵⁸ Overeenkomstig artikel 5 van de richtlijn is de richtlijn van toepassing op oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten vóór, tijdens en na een commerciële transactie met betrekking tot een product.⁵⁹

40. Ten eerste vereist de richtlijn dat het gaat om een handelaar (onderneming). De richtlijn vertrekt vanuit het handelaarsbegrip in plaats van het begrip onderneming. Een handelaar is “*de natuurlijke 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*”.⁶⁰ De term “onderneming” wordt in art. I. 1. 1° WER omschreven als “*elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die op duurzame wijze een economisch doel nastreeft, alsmede zijn verenigingen*”.⁶¹ Hieronder vallen alle economische activiteiten die op duurzame wijze worden uitgeoefend.⁶² Dit veronderstelt een zekere regelmaat en organisatie in de activiteiten die worden verricht. Een particulier die een goed of dienst verkoopt zal dus niet als handelaar worden gekwalificeerd.⁶³ Individuele personen die louter op niet-beroepsmatige basis

⁵⁸ B. KEIRSBILCK, “Boeken VI & XIV. Marktpraktijken en consumentenbescherming, ook voor vrije beroepen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRYNS (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (129) 193.

⁵⁹ Art. 3 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 95 WER.

⁶⁰ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁶¹ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 1.1° WER.

⁶² J. STUYCK, “De nieuwe richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Gevolgen voor de wet op de handelspraktijken”, *TBH* 2005, (901) 905.

⁶³ R. STEENNOT en P. GEERTS, “De implementatie van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België en Nederland”, *TPR* 2011, (677) 694.

prijs vergelijkende informatie verschaffen, worden niet als handelaar beschouwd volgens de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.⁶⁴

41. De definitie van handelaar heeft niet alleen betrekking op handelaars die voor eigen rekening handelen, maar is ook van toepassing op tussenpersonen.⁶⁵ De richtlijn bevat een omschrijving van het begrip tussenpersoon, namelijk een persoon die in naam van en/of voor rekening van een handelaar in het kader van diens beroepsactiviteit optreedt.⁶⁶ Het omvat zowel de handelaar die in principe gebonden is door de overeenkomst krachtens het nationaal contractenrecht als de persoon die handelt namens de handelaar, die in principe niet gebonden is door de overeenkomst krachtens het nationaal contractenrecht.⁶⁷ Agenten die door de handelaar worden betaald om zijn producten in de handel te brengen en er reclame voor te maken, zullen bijgevolg als handelaar worden beschouwd in zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.⁶⁸ Dit geldt ook voor de gevallen waarin hun tussenkomst slechts occasioneel is.⁶⁹ Het is aan de nationale handhavingsautoriteiten om een beoordeling van de situatie te maken om te bepalen welke personen in bepaalde omstandigheden als handelaar kunnen worden beschouwd. Hierbij kan rekening worden gehouden met de vraag of de handelaar naar winst streeft, het aantal transacties en de omvang en frequentie daarvan en de omzet van de handelaar.⁷⁰ Het feit of de tussenpersoon voor zijn bemiddeling al dan niet wordt vergoed, is irrelevant teneinde te bepalen of de vergelijkings-site *in casu* als handelaar in zin van de richtlijn moet worden beschouwd.⁷¹

42. Wat betreft vergelijkings-sites lonkt de vraag of een vergelijkings-site als "handelaar" kan worden gekwalificeerd in de zin van de verschillende richtlijnen of als iemand die handelt "namens" een handelaar bijvoorbeeld in verband met de promotie of verkoop van een product. De vergelijkings-site kan ten eerste worden beschouwd als een handelaar, wanneer de vergelijkings-site aan consumenten de mogelijkheid biedt om rechtstreeks de vergeleken producten op de website aan te kopen. In dat geval gaat het om een handelaar die in de regel is gebonden door de overeenkomst.⁷² Ook kan een vergelijkings-site optreden als een tussenpersoon. Dit kan

⁶⁴ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Werkdocument van de diensten van de commissie (Comm.). Leidraad voor de tenuitvoerlegging/toepassing van Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken, 3 december 2009, SEC(2009)1666, 9 (Hierna: Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken).

⁶⁵ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 1. 1^o WER; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 17; B. KEIRSBILCK, *The New European Law of Unfair Commercial Practices and Competition Law*, Oxford, Hart Publishing, 2011, 239.

⁶⁶ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; zie ook art. 2 Richtlijn 85/577/EEG van de Raad van 20 december 1985 betreffende de bescherming van de consument bij buiten verkooppunten gesloten overeenkomsten, *Pb. L.* 31 december 1985, afl. 372 (ingetrokken bij richtlijn 2011/83); zie ook art. 2, lid 1, e) Richtlijn 2008/122/EG van het Europees Parlement en de Raad van 14 januari 2009 betreffende de bescherming van de consumenten met betrekking tot bepaalde aspecten van overeenkomsten betreffende gebruik in deeltijd, vakantieproducten van lange duur, doorverkoop en uitwisseling, *Pb. L.* 3 februari 2009, afl. 33; zie ook Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende consumentenrechten, 8 oktober 2008, COM(2008)614 def.

⁶⁷ HvJ C-149/15, *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*, 2015, concl. H. SAUGMANDSGAARD; zie boek II, hoofdstuk 6, noot I. 1 van punt II. -6:106 Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference (Hierna: DCFR); zie ook boek II, hoofdstuk 6, punt II. -6:105 DCFR.

⁶⁸ Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 17.

⁶⁹ B. KEIRSBILCK, *The New European Law of Unfair Commercial Practices and Competition Law*, Oxford, Hart Publishing, 2011, 239.

⁷⁰ Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 17.

⁷¹ HvJ C-149/15, *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*, 2015, concl. H. SAUGMANDSGAARD, § 89-90.

⁷² HvJ C-149/15, *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*, 2015, concl. H. SAUGMANDSGAARD, § 32; Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 9.

bijvoorbeeld het geval zijn wanneer een vergelijkingssite wordt betaald om producten in de handel te brengen en er reclame voor te maken. In dat geval handelt de vergelijkingssite namens een andere persoon of andere personen waarvan de producten worden gepromoot en niet de eigen producten en wordt de vergelijkingssite in de regel niet beschouwd als een partij bij de overeenkomst.⁷³

43. Een consument wordt omschreven als “een natuurlijke persoon die handelspraktijken verricht die onder deze richtlijn vallen en buiten zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit vallen”.⁷⁴ Dit begrip verwijst naar elke niet bedrijfs- of beroepsmatig handelende particulier.⁷⁵ Maar wat met natuurlijke personen die hoofdzakelijk voor private doeleinden handelen en slechts marginaal voor beroepsdoeleinden? Vallen zij automatisch buiten het toepassingsgebied van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken?⁷⁶ Een natuurlijke persoon die onderneming is, kan beschouwd worden als consument wanneer hij handelt buiten het kader van zijn duurzaam nastreven van een economisch doel. Een particulier die uitsluitend voor niet-professionele doeleinden handelt is zonder twijfel consument, maar dat kan hij ook zijn wanneer hij deels voor niet-professionele doeleinden en deels voor professionele doeleinden handelt. De memorie van toelichting verduidelijkt in overeenstemming met overweging 17 Consumentenrichtlijn dat bij gemengde handelingen het begrip consument van toepassing blijft, voor zover de professionele doeleinden dermate marginaal zijn.⁷⁷ Daarentegen is de natuurlijke persoon geen consument, wanneer de professionele doeleinden binnen de globale context van de overeenkomst overheersen.⁷⁸ In het verleden werd door het Hof van Justitie het consumentenbegrip reeds restrictief uitgelegd. Het Hof van Justitie stelde in het arrest *Gruber* inzake gemengde overeenkomsten dat een natuurlijke persoon als consument kan worden gekwalificeerd, wanneer het beroepsmatige karakter van zijn transactie verwaarloosbaar is.⁷⁹ Er kan worden gesproken van een consument “indien deze overeenkomst zo losstaat van de beroepsactiviteit van de betrokkene dat het verband marginaal wordt en bijgevolg in het kader van de verrichting, in haar totaliteit beschouwd, waarvoor deze overeenkomst is gesloten, slechts een onbetekenende rol speelt” – aldus het Hof van Justitie.⁸⁰ Naar aanleiding van dit arrest is in de rechtsleer discussie ontstaan over de vraag of deze benadering van het Hof van Justitie die zich situeert in de context van bevoegdheid (Brussel I Verordening) ook kan worden

⁷³ HvJ C-149/15, *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*, 2015, concl. H. SAUGMANDSGAARD, § 32; Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 9.

⁷⁴ Art. 2, a) Richtlijn oneerlijke handelspraktijken; art. I. 1. 2^o WER.

⁷⁵ HvJ C-59/12, *BKK Mobil Oil Körperschaft des öffentlichen Rechts tegen Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV*, 2013, § 33; B. KEIRSBILCK, “Boeken VI & XIV. Marktpraktijken en consumentenbescherming, ook voor vrije beroepen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (129) 151.

⁷⁶ R. STEENNOT en P. GEERTS, “De implementatie van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België en Nederland”, *TPR* 2011, (677) 690.

⁷⁷ Overweging 17 Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad, *Pb. L.* 22 november 2011, afl. 304 (Hierna: Richtlijn Consumentenrechten); Memorie van toelichting bij de wetsontwerp houdende invoeging van titel 1 “Algemene definities” in boek I “Definities” van het Wetboek van economisch recht, *Parl.St.* Kamer 2012-13, nr. 2836/001, 6.

⁷⁸ B. KEIRSBILCK, “Boeken VI & XIV. Marktpraktijken en consumentenbescherming, ook voor vrije beroepen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (129) 151

⁷⁹ Dit is het consumentenbegrip uit de Brussel I-Verordening; HvJ C-464/01, *Johann Gruber v. Bay Wa AG*, 2005.

⁸⁰ HvJ C-464/01, *Johann Gruber v. Bay Wa AG*, 2005, § 39.

doorgetrokken naar het consumentenbegrip uit het Europees contractenrecht.⁸¹ Tegenstanders pleiten dat dergelijke restrictieve uitlegging het beste aansluit bij de doelstelling van rechtszekerheid die wordt vooropgesteld door de Brussel I Verordening.⁸² Andere auteurs zijn echter van mening dat de uitspraak wel kan doorwerken op het consumentenbegrip uit het Europees contractenrecht. Zij steunen zich daarbij op de negatieve omschrijving van het consumentenbegrip in het Brussel I Verordening als in andere Europese richtlijnen betreffende consumentenbescherming.⁸³

In de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken wordt het door het Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de gemiddelde consument gehanteerd, dit wil zeggen de redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument. Bij het gebruik van de maatstaf wordt rekening gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren, maar wordt er tevens voorzien in bepalingen die voorkomen dat er wordt geprofiteerd van consumenten die bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken. Belangrijk hierbij is dat ook nationale rechtbanken en autoriteiten rekening dienen te houden met de jurisprudentie van het Hof van Justitie bij het vormen van hun oordeel met betrekking tot de gemiddelde consument.⁸⁴

44. Zoals reeds eerder aangegeven is een vergelijkingssite een website waarop producten van verschillende aanbieders online door consumenten op basis van relevante criteria met elkaar worden vergeleken. De definitie van het begrip "handelaar" sluit dus niet uit dat een vergelijkingssite daaronder valt.⁸⁵ Dit is zeker het geval wanneer een vergelijkingssite eigendom is van een handelaar of gelieerd is aan een handelaar en wordt gebruikt om reclame te maken voor zijn eigen producten.⁸⁶ Daarnaast vallen prijsvergelijkingssites die als tussenpersoon fungeren mede onder het toepassingsgebied. Vergelijkingssites handelen in dat geval in naam van en/of voor rekening van een handelaar. Tussenpersonen brengen in dat geval producten van de handelaar in de handel en maken reclame voor de producten van de handelaar, waarvoor zij worden betaald door de handelaar voor wie zij optreden. Vervolgens dienen ook zij te worden gekwalificeerd als handelaar en zijn zij bijgevolg gebonden aan de bepalingen van de richtlijn.⁸⁷

In beide gevallen is er sprake van een zekere regelmaat en organisatie in de activiteiten. Prijsvergelijkingssites *updaten* regelmatig de gegevens op hun website en niet relevante gegevens worden verwijderd.

⁸¹ G. HOWELLS, "The scope of European consumer law", *ERCL* 2005, (360) 360.

⁸² Overweging 11 Verordening (EU) Nr. 1215/2012 van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2012 betreffende de rechterlijke bevoegdheid, de erkenning en de tenuitvoerlegging van beslissingen in burgerlijke en handelszaken, *Pb. L.* 20 december 2012, afl. 351; R. STEENNOT, C. BIQUET-MATHIEU en J. LOLY, "Het herroepingsrecht: het voorstel van Richtlijn betreffende consumentenrechten en haar impact op de Belgische wetgeving", *DCCR* 2009, (81) 84.

⁸³ G. HOWELLS, "The scope of European consumer law", *ERCL* 2005, (360) 360; R. STEENNOT, C. BIQUET-MATHIEU en J. LOLY, "Het herroepingsrecht: het voorstel van Richtlijn betreffende consumentenrechten en haar impact op de Belgische wetgeving", *DCCR* 2009, (81) 84.

⁸⁴ Overweging 18 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁸⁵ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 16-17.

⁸⁶ Art. 2, d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8.

⁸⁷ Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8-9.

45. Prijsvergelijkingsites uitgebaat door overheidsinstanties zoals bijvoorbeeld bestetarief.be⁸⁸ en van consumentenorganisaties zoals Test-Aankoop worden in de regel niet beschouwd als handelaar. Desondanks kunnen overheidsinstanties en consumentenorganisaties potentieel wel worden aangemerkt als handelaar. Dit is echter afhankelijk van de werking van de vergelijkingssite die zij uitbaten. Wanneer zij handelsactiviteiten ontplooiën en optreden als een onderneming, vallen zij onder de definitie van handelaar in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Wanneer zij daarentegen een sociale functie bekleden, kunnen zij niet beschouwd worden als handelaar. De kwalificatie van overheidsinstanties en consumentenorganisaties als handelaar is op dit moment nog onzeker.⁸⁹

1.2. Materieel toepassingsgebied

46. De richtlijn vereist tevens dat het gaat om een handelspraktijk. Het begrip "handelspraktijk" is tevens zeer ruim en omvat "*iedere handeling, omissie, gedraging, voostelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten*".⁹⁰

1.2.1. Visie van het Hof van Justitie

47. Het Europees Hof van Justitie heeft het begrip steeds omschreven als "*praktijken die deel uitmaken van de commerciële strategie van een ondernemer en rechtstreeks verband houden met de verkoopbevordering en de afzet van zijn producten of diensten*".⁹¹ Echter week het Hof in het arrest *RLvS* af van zijn eigen traditionele omschrijving en vereist in dat arrest dat "*de aldus beoogde praktijken van commerciële aard... zijn, namelijk van handelaars moeten uitgaan, en bovendien rechtstreeks verband moeten houden met de verkoopbevordering, het verkopen of het leveren van hun producten aan consumenten*".⁹² Het Hof oordeelde dus dat een handeling van een handelaar slechts onder de definitie van "handelspraktijk" in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken kan vallen voor zover er een rechtstreeks verband is met de verkoopbevordering, de verkoop of levering van haar eigen producten aan consumenten. Het moet dus gaan om de verkoop of levering van de eigen producten van de handelaar die de handelspraktijk toepast.⁹³

48. In *casu* werd *RLvS*, de uitgever van een gratis blad, gedagvaard door de uitgever van het *Stuttgarter Wochenblatt*, omdat *RLvS* in het advertentieblad van juni 2009 artikelen gepubliceerd heeft waarvoor zij een vergoeding van sponsors heeft ontvangen. De vermelding "*Anzeige*" ("advertentie") ontbrak echter, maar er werd wel vermeld dat de artikelen werden gefinancierd door

⁸⁸ Website waarop consumenten tarieven voor internet, vaste telefonie, gsm en combinatiepakketten kunnen vergelijken.

⁸⁹ Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 17; European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 21, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

⁹⁰ Art. 2, d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 8, 21° WER.

⁹¹ HvJ C-261/07 en C-299/07, *VTB-VAB NV v. Total Belgium NV en Galatea BVBA v. Sanoma Magazines Belgium NV*, 2009, § 50.

⁹² HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 37.

⁹³ B. KEIRSBILCK, "Update marktpraktijken & bescherming van consumenten" in W. DEVROE, B. KEIRSBILCK, E. TERRY, P. NAEYAERT, M. VANSTEENBEECK (eds.), *Economisch recht Themis 91*, Brugge, Die Keure, 2015, (23) 38.

derden door de vermelding “*Sponsored by*” (“gesponsord door”) gevolgd door de naam van de adverteerders te gebruiken.⁹⁴

In een dergelijke redactionele inhoud verplicht de Duitse Landespressegesetz echter om de vermelding “Anzeige” te gebruiken.⁹⁵ Volgens punt 11 van de zwarte lijst van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken is “*redactionele inhoud in de media, waarvoor de handelaar heeft betaald, gebruiken om reclame te maken voor een product, zonder dat dit duidelijk uit de inhoud of uit duidelijk door de consument identificeerbare beelden of geluiden blijkt (advertorial)...*” een handelspraktijk die onder alle omstandigheden als oneerlijk wordt beschouwd.⁹⁶ De Duitse Landespressegesetz legt dus strengere vereisten op (vermelding “Anzeige” gebruiken) dan de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Is de Duitse reglementering bijgevolg in strijd met de richtlijn? ⁹⁷

De vraag naar de verenigbaarheid met de richtlijn was volgens het Hof van Justitie echter niet aan de orde, doordat de gedraging van de krantenuitgever geen “handelspraktijk” in de zin van de richtlijn is. Het Hof ging daarbij uit van de vaststelling dat de redactionele inhoud niet dient ter verkoopbevordering van het product van de krantenuitgever *RLvS*, in *casu* een gratis blad, maar wel ter verkoopbevordering van producten van de adverteerders.⁹⁸ Daarnaast stelt het Hof dat aangezien de publicatie door de krantenuitgever geen wezenlijke verstoring vormt van het economisch gedrag van de consument bij diens beslissing zich de betrokken krant – die overigens gratis verschijnt – te verwerven of mee te nemen, een dergelijke uitgeverspraktijk op zich niet als een “handelspraktijk” van deze uitgever kan worden aangemerkt.⁹⁹ Volgens het Hof moet benadrukt worden dat punt 11 van bijlage I van de richtlijn zich richt tot de adverteerder en niet de uitgever. Bijgevolg verplicht het uitgevers niet eventuele oneerlijke handelspraktijken van adverteerders te verhinderen, handelspraktijken waarvoor als zodanig mogelijkerwijs een rechtstreeks verband kan worden vastgesteld met de verkoopbevordering, de verkoop of de levering aan consumenten van producten van deze adverteerders.¹⁰⁰ Verder stelt het Hof vast dat de krantenuitgever *RLvS* niet in naam en/of voor rekening van de adverteerders optreedt.¹⁰¹

49. Bij prijsvergelijkingsites gaat het vaak om de verkoopbevordering van producten van de adverteerders en niet om de verkoop of levering van eigen producten. Wanneer de visie van het Hof van Justitie in haar arrest *RLvS* wordt gevolgd, zullen praktijken van vergelijkingsites niet kunnen worden aangemerkt als handelspraktijken in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Deze enge interpretatie van het Hof van Justitie laat niet toe de praktijken te

⁹⁴ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 21-23.

⁹⁵ § 10 Landespressegesetz Baden-Württemberg, Gesetz vom 14.01.1964 zuletzt geändert durch Gesetz vom 29.07.2014.

⁹⁶ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 20.

⁹⁷ B. KEIRSBILCK, “Update marktpraktijken & bescherming van consumenten” in W. DEVROE, B. KEIRSBILCK, E. TERRY, P. NAEYAERT, M. VANSTEENBEECK (eds.), *Economisch recht Themis 91*, Brugge, Die Keure, 2015, (23) 39.

⁹⁸ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 39; B. KEIRSBILCK, “Update marktpraktijken & bescherming van consumenten” in W. DEVROE, B. KEIRSBILCK, E. TERRY, P. NAEYAERT, M. VANSTEENBEECK (eds.), *Economisch recht Themis 91*, Brugge, Die Keure, 2015, (23) 39.

⁹⁹ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 41.

¹⁰⁰ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 43-44.

¹⁰¹ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 40.

toetsen aan de zwarte lijst, de bepalingen inzake misleidende en agressieve handelspraktijken en tot slot aan de algemene norm.¹⁰²

50. Wat betreft de uitlegging van het begrip handelspraktijk wijst het Hof van Justitie in een recent arrest echter op de bijzonder ruime materiele werkingssfeer van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken en de zeer brede opvatting van het begrip "handelspraktijk" in de richtlijn.¹⁰³ De richtlijn definieert het begrip als "*iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar*".¹⁰⁴ De enige voorwaarde die in het artikel wordt gesteld, is dat de praktijk van de handelaar rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een goed of dienst aan consumenten.¹⁰⁵ Gelet op de doelstelling van de richtlijn, namelijk de consument beschermen kan de definitie van dit begrip niet op een manier worden uitgelegd waarin voorwaarden worden gesteld, ook al worden die voorwaarden niet expliciet genoemd - aldus het Hof.¹⁰⁶ De vereiste dat het moet gaan om de verkoop of levering van de eigen producten van de onderneming die de handelspraktijk toepast, is een voorwaarde die niet expliciet wordt gesteld in de definitie van het begrip handelspraktijk. Deze bijkomende voorwaarde mag dus niet worden vereist om te kunnen spreken van een handelspraktijk in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Deze zienswijze heeft tot gevolg dat praktijken van prijsvergelijkingsites die geen verband houden met de verkoop of levering van eigen producten ook onder het toepassingsgebied van het begrip handelspraktijk vallen. Hiermee komt het Hof terug op haar eerdere rechtspraak.

1.2.2. Toepassing op prijsvergelijkingsites

51. De leidraad voor de tenuitvoerlegging/toepassing van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, gepubliceerd door de Commissie, volgt ook de visie van het Hof van Justitie van in het *UPC*-arrest. Uit de leidraad blijkt dat praktijken van prijsvergelijkingsites onder de definitie van handelspraktijken vallen. De reglementering inzake oneerlijke handelspraktijken is bijgevolg van toepassing op websites waarop prijzen worden vergeleken. Dit is zowel het geval wanneer een prijsvergelijkingsite wordt gebruikt door een handelaar om reclame te maken voor zijn eigen producten als wanneer er geen rechtstreeks verband is met de verkoopbevordering, de verkoop of levering van haar eigen producten.¹⁰⁷ De vraag of praktijken van prijsvergelijkingsites nu onder de definitie van handelspraktijk vallen, kan positief worden beantwoord.

1.3. Omzetting in Belgisch recht

52. De bepalingen inzake oneerlijke handelspraktijken zijn omgezet in Boek VI, marktpraktijken en consumentenbescherming van het WER. In het bijzonder in Hoofdstuk 1 'oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten' (VI. 92-103 WER) van Titel 4 'verboden praktijken'.

¹⁰² Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. 5, lid 2 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken en art. 6-7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 93-103 WER.

¹⁰³ HvJ C-388/13, *UPC Magyarország Kft. v. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság*, 2015, § 34.

¹⁰⁴ Art. 2, d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁰⁵ Art. 2, d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; HvJ C-388/13, *UPC Magyarország Kft. v. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság*, 2015, § 35.

¹⁰⁶ HvJ C-388/13, *UPC Magyarország Kft. v. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság*, 2015, § 43.

¹⁰⁷ Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8.

2. Relevante bepalingen

53. Zoals vastgesteld is in het vorige onderdeel, is de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken van toepassing op prijsvergelijkingsites.¹⁰⁸ De richtlijn bevat diverse bepalingen die van toepassing zijn op vergelijkingsites.

2.1. Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken

54. Bijlage I van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken bevat een lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd en dus verboden zijn (zwarte lijst).¹⁰⁹ Een aantal daarvan zijn van toepassing op prijsvergelijkingsites. Punten 18 en 22 van de bijlage lijken relevant te zijn voor vergelijkingsites. Onder alle omstandigheden is het verboden om de volgende praktijk uit te oefenen zoals bepaald in punt 18 van bijlage I: *“Feitelijk onjuiste informatie verstrekken over marktomstandigheden of de mogelijkheid het product te bemachtigen met de bedoeling de consument het product te doen aanschaffen tegen voorwaarden die minder gunstig zijn dan de normale marktvoorwaarden”*.¹¹⁰ Prijsvergelijkingsites mogen dus geen misleidende verklaringen verstrekken of belangrijke informatie weglaten over de prijs en/of de beschikbaarheid van producten.¹¹¹

55. Hiermee in verband staat punt 22 van bijlage I dat onder alle omstandigheden verbiedt *“op bedrieglijke wijze te beweren of de indruk te wekken dat de handelaar niet optreedt ten behoeve van zijn handel, bedrijf, ambacht of beroep of zich op bedrieglijke wijze voor te doen als consument”*.¹¹² De richtlijn vereist duidelijkheid over de onafhankelijkheid van de prijsvergelijkingsites.¹¹³ Het moet duidelijk zijn of een vergelijkingsite direct of indirect beheerd wordt door de handelaar zelf of gesponsord wordt.¹¹⁴

56. Verder zijn punten 1 en 2 van bijlage I relevant voor onafhankelijke of gesponsorde prijsvergelijkingsites. Punt 1 bepaalt dat het beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is, wordt beschouwd als misleidende handelspraktijk. Punt 2 van bijlage I bepaalt vervolgens dat als oneerlijke handelspraktijk wordt beschouwd het aanbrenge van een vertrouwens-, kwaliteits- of ander soortgelijk label zonder daarvoor de vereiste toestemming te hebben verkregen.¹¹⁵ Deze twee voorbeelden gelden voor handelaars die vergelijkingsites

¹⁰⁸ Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad (“Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken”), 25, (Hierna: Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken).

¹⁰⁹ Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 100 WER.

¹¹⁰ Punt 18 Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 100, 18° WER.

¹¹¹ Zie ook art. 6-7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹¹² Punt 22 Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 100, 22° WER.

¹¹³ Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 10.

¹¹⁴ Art. 6, lid 1, c) en f) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. 7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 25; Report from the Multi-stakeholder Dialogue, 10.

¹¹⁵ Punten 1 en 2 Bijlage I Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 100, 1° en 2° WER.

sponsors, maar ook, belangrijker nog, voor onafhankelijke exploitanten van vergelijkingssites die valselijk beweren te worden goedgekeurd door een aantal Third-Party Verification Schemes.¹¹⁶

2.2. Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten

57. In aanvulling op de zwarte lijst van verboden praktijken in bijlage I bevat de richtlijn ook beschrijvingen van andere soorten praktijken die als oneerlijk kunnen worden beschouwd.¹¹⁷

2.2.1. De algemene norm

58. De richtlijn bevat een overkoepelende norm die van toepassing is op oneerlijke handelspraktijken die niet kunnen worden gekwalificeerd als misleidende of agressieve handelspraktijken. Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de vereisten van professionele toewijding en het economisch gedrag van de gemiddelde consument met betrekking tot het onderliggende product wezenlijk kan verstoren. Deze twee criteria dienen cumulatief vervuld te worden opdat er sprake zou zijn van een oneerlijke handelspraktijk.¹¹⁸

2.2.1.1. De vereisten van professionele toewijding

59. Het eerste criterium heeft dus betrekking op de vereisten van professionele toewijding.¹¹⁹ Dit betekent dat ondernemingen niet handelen in overeenstemming met *“het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een handelaar ten aanzien van consumenten mag worden verwacht, overeenkomstig eerlijke marktpraktijken en/of het algemene beginsel van goede trouw in de sector van de handelaar”*.¹²⁰ Professionele toewijding wordt in het WER omschreven als *“het normale niveau van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een onderneming in haar activiteitsdomein ten aanzien van de consument mag worden verwacht, overeenkomstig de eerlijke handelsgebruiken”*.¹²¹ Daarentegen wordt in de richtlijn verwezen naar *“eerlijke marktpraktijken en/of het algemeen beginsel van goede trouw in de sector van de handelaar”*.¹²²

60. Volgens de Europese Commissie was dit begrip nodig om te voorkomen dat normale, gebruikelijke handelspraktijken zoals reclame op basis van merkherkenning of productplacement niet onder de richtlijn zullen vallen, ook al kunnen zij het economisch gedrag van de consument beïnvloeden.¹²³ In de memorie van toelichting werd gesteld dat het begrip “professionele

¹¹⁶ Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools, 2013, 278, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

¹¹⁷ Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools, 2013, 279, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

¹¹⁸ Art. 5, lid 2 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 93 WER; B. KEIRSBILCK, “Boeken VI & XIV. Marktpraktijken en consumentenbescherming, ook voor vrije beroepen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (129) 193-194; B. KEIRSBILCK, “Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)”, *SEW* 2012, (451) 464.

¹¹⁹ Art. 5, lid 2, a) Richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

¹²⁰ Art. 2, h) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹²¹ Art. I. 8, 25° WER en art. VI. 93, a) WER.

¹²² Art. 2, h) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹²³ Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke “business-to-consumer”-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken), 18 juni 2003, COM(2003)356 def, 12; J.

toewijding" niet beperkt is tot de naleving van eerlijke handelsgebruiken en bijgevolg dus ruimer is dan de notie eerlijke handelsgebruiken. In die zin dat aan de beroepsbeoefenaars ook de verplichting wordt opgelegd om binnen hun activiteitenbranche vakkundig en zorgvuldig te handelen jegens de consument. Zelfs als de eerlijke gebruiken worden nageleefd, kan een onbekwame of onvoldoende gewetensvolle onderneming worden veroordeeld voor het plegen van een oneerlijke handelspraktijk.¹²⁴ Zo zal de onderneming een niveau van gespecialiseerde bekwaamheid en goede trouw moeten waarborgen in al zijn gedragingen en reclames die een invloed kunnen hebben op de commerciële beslissingen van een consument.¹²⁵

61. Het begrip vindt aansluiting bij het burgerrechtelijke foutbegrip. Een onderneming kan op grond van het foutbegrip gesanctioneerd worden als zij zich niet gedraagt als een redelijke, zorgvuldige onderneming geplaats in dezelfde omstandigheden.¹²⁶ Het begrip "professionele toewijding" blijft echter relatief abstract en onbepaald, doordat het verschillende vage begrippen bevat zoals het *normale niveau, bijzondere vakkundigheid, redelijkerwijs en eerlijke handelsgebruiken*.¹²⁷ Derhalve wordt verwacht dat nationale rechters de vertrouwde invulling van het begrip eerlijke handelsgebruiken gebruiken.¹²⁸ Volgens vaste rechtspraak van het Hof van Justitie worden misleidende en agressieve handelspraktijken onweerlegbaar vermoed strijdig te zijn met de vereisten van professionele toewijding.¹²⁹ Het criterium van professionele toewijding speelt bijgevolg geen afzonderlijke rol in de verbodsbepalingen inzake misleidende en agressieve handelspraktijken.¹³⁰ Buiten deze vaststelling is het moeilijk het begrip "professionele toewijding" preciezer te definiëren.¹³¹

GODDAER en E. TERRY, "Unfair Commercial Practices in B2C Relations" in G. STRAETMANS en J. STUYCK (eds.), *Commercial Practices*, Gent, Groep Larcier, 2014, (41) 51.

¹²⁴ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *Parl.St.* Kamer 2006-07, nr. 2983/001, 15; E. SWAENEPOEL, *Toetsing van het contractuele evenwicht*, Antwerpen, Intersentia, 2011, 721.

¹²⁵ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *Parl.St.* Kamer 2006-07, nr. 2983/001, 23.

¹²⁶ B. KEIRSBILCK, "Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)", *SEW* 2012, (451) 465; E. SWAENEPOEL, *Toetsing van het contractuele evenwicht*, Antwerpen, Intersentia, 2011, 721; L. DE BROUWER, "Consumentenrecht", *TBH* 2005, (790) 791; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 85.

¹²⁷ E. SWAENEPOEL, *Toetsing van het contractuele evenwicht*, Antwerpen, Intersentia, 2011, 721-722; J. GODDAER en E. TERRY, "Unfair Commercial Practices in B2C Relations" in G. STRAETMANS en J. STUYCK (eds.), *Commercial Practices*, Gent, Groep Larcier, 2014, (41) 52-53.

¹²⁸ E. SWAENEPOEL, *Toetsing van het contractuele evenwicht*, Antwerpen, Intersentia, 2011, 722; E. TERRY, "De omzetting van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België: reculer pour mieux sauter", *TvC* 2008, (25) 32.

¹²⁹ HvJ C-435/11, *CHS Tour Services GmbH v. Team4 Travel GmbH*, 2013, § 31-47; HvJ C-388/13, *UPC Magyarország Kft. v. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság*, 2015, § 61-63; B. KEIRSBILCK, "Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)", *SEW* 2012, (451) 465.

¹³⁰ Art. 11 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; HvJ C-435/11, *CHS Tour Services GmbH v. Team4 Travel GmbH*, 2013, concl. N. WAHL, §22-25; B. KEIRSBILCK, "Over 'strict liability' en 'due diligence' bij misleidende en agressieve handelspraktijken", *Jb. Hand.* 2013, (379) 386-387.

¹³¹ B. KEIRSBILCK, "Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)", *SEW* 2012, (451) 465.

2.2.1.2. Verstoring van het economisch gedrag van de consument

62. Op grond van het tweede criterium moet de handelspraktijk het economisch gedrag van de gemiddelde consument die zij bereikt of op wie zij gericht is of, indien zij op een bepaalde groep consumenten (kwetsbare consumenten) gericht is, het economisch gedrag van het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product wezenlijk verstoren of kunnen verstoren.¹³² Het economisch gedrag van de consumenten wordt wezenlijk verstoord, wanneer een handelspraktijk wordt aangewend om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen merkbaar te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten.¹³³ Bijgevolg is het vaststellen of een bepaalde praktijk oneerlijk is niet alleen afhankelijk van de praktijk zelf, maar ook van het type consument op wie zij gericht is en de beslissing die hij neemt of kan nemen na de praktijk.¹³⁴

2.2.2. Misleidende en agressieve handelspraktijken

63. Misleidende en agressieve handelspraktijken zijn twee belangrijke categorieën van oneerlijke handelspraktijken die de richtlijn behandelt. Het verstrekken van valse informatie of weglaten van essentiële informatie over onder meer prijs en/of beschikbaarheid van producten wordt beschouwd als misleidend.¹³⁵ Artikel 6, lid 1 van de richtlijn betreft misleidende handelingen en verwijst naar informatie over bijvoorbeeld het bestaan of de aard van het product¹³⁶, de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend¹³⁷, de identiteit van de handelaar¹³⁸ en de rechten van de consument.¹³⁹ Twee andere bepalingen die bijzonder relevant zijn voor vergelijkingssites zijn punten e) en f) van artikel 6, lid 1. In het licht van de geïdentificeerde problemen bij het gebruik van prijsvergelijkingssites is enerzijds de informatie over *“de reikwijdte van de verplichtingen van de handelaar, de motieven voor de handelspraktijk, en de aard van het verkoopproces, een verklaring of een symbool in verband met directe of indirecte sponsoring of erkenning van de handelaar of het product”* bijzonder belangrijk.¹⁴⁰ Anderzijds is de informatie over *“de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de handelaar of zijn tussenpersoon, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn prijzen, bekroningen of onderscheidingen”* tevens van groot belang.¹⁴¹

64. Artikel 7, lid 1 bepaalt dat een handelspraktijk als misleidend wordt beschouwd, wanneer essentiële informatie welke de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, wordt weggelaten met als gevolg dat de gemiddelde consument desgevallend een besluit over een transactie neemt die hij anders niet zou nemen.¹⁴² Het tweede lid van dit artikel bepaalt dat het verstrekken van informatie op een onduidelijke, onbegrijpelijke,

¹³² Art. 5, lid 2, b) en art. 5, lid 3 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 93, b) WER.

¹³³ Art. 2, e) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 8, 24° WER.

¹³⁴ *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 279, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

¹³⁵ Art. 6-7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97-99 WER; art. VI. 101-103 WER.

¹³⁶ Art. 6, lid 1, a) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 1° WER.

¹³⁷ Art. 6, lid 1, d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 4° WER.

¹³⁸ Art. 6, lid 1, f) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 6° WER.

¹³⁹ Art. 6, lid 1, g) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 7° WER.

¹⁴⁰ Art. 6, lid 1, e) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 5° WER.

¹⁴¹ Art. 6, lid 1, f) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97, 6° WER.

¹⁴² Art. 7, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99, § 1 WER.

dubbelzinnige of ontijdige wijze alsmede het niet laten blijken van het commerciële oogmerk van de handelspraktijk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, verboden is.¹⁴³ Artikel 7, lid 4 bevat ten slotte een lijst van de nodige informatie in geval van een uitnodiging tot aankoop: de voornaamste kenmerken van het product, het geografisch adres en de identiteit van de handelaar of de persoon namens wie hij optreedt, de prijs inclusief alle belastingen of indien de prijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend, de wijze van betaling, levering en klachtenprocedure.¹⁴⁴

65. Kort samengevat moeten de informatievoorschriften worden nageleefd, wanneer er sprake is van een "uitnodiging tot aankoop" in de context van artikel 7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.¹⁴⁵ Alle commerciële boodschappen die de prijs van het product vermelden worden door de richtlijn beschouwd als een uitnodiging tot aankoop.¹⁴⁶ Wanneer handelaars ervoor opteren om de prijs in hun reclame op te nemen, moeten zij voldoen aan een aantal specifieke informatieverplichtingen. Handelaars dienen alle essentiële informatie te verstrekken die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd keuze te maken.¹⁴⁷ Het Hof van Justitie verduidelijkte het concept "uitnodiging tot aankoop" reeds in de zaak C-122/10. Er is sprake van een uitnodiging tot aankoop zodra er "*een verwijzing in beeld is naar het product en de prijs, zonder de onmiddellijke beschikbaarheid van een werkelijk mechanisme om tot aankoop over te gaan*".¹⁴⁸ Het is dus niet noodzakelijk dat er een optie is om over te gaan tot aankoop, opdat de informatieverplichtingen kunnen spelen.¹⁴⁹ De mogelijkheid om bijvoorbeeld online over te gaan tot boeking is niet vereist.¹⁵⁰ Wat betreft prijsvergelijkingsites is er dus altijd sprake van een uitnodiging tot aankoop, aangezien bij prijsvergelijkingsites steeds een verwijzing in beeld is naar het product en de prijs. Niet alle prijsvergelijkingsites bieden de mogelijkheid om over te gaan tot aankoop, maar dit is ook niet vereist om te kunnen spreken van een uitnodiging tot aankoop.

66. Zowel handelaars (waaronder ook exploitanten van vergelijkingssites) die consumenten de mogelijkheid bieden om rechtstreeks over te gaan tot de aankoop van producten als exploitanten van vergelijkingssites die alleen maar verwijzen naar de websites van de leveranciers vallen onder artikel 6 en artikel 7, lid 1 en artikel 7, lid 2 van de richtlijn.¹⁵¹ Aldus mogen exploitanten van vergelijkingssites consumenten niet misleiden met betrekking tot de essentiële kenmerken van

¹⁴³ Art. 7, lid 2 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99, § 2 WER.

¹⁴⁴ Art. 7, lid 4, a)-d) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99, § 4, 1^o-4^o WER.

¹⁴⁵ Overweging 14 en art. 7 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99 WER; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 51.

¹⁴⁶ Art. 2, i) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 8, 26^o WER; Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 16.

¹⁴⁷ Overweging 15 en art. 7, lid 4 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99, § 4 WER; zie ook bijlage II voor niet-limitatieve lijst van dergelijke informatieverplichtingen in het acquis; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 51; Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken in België (2007-2012), SEW 2012, (451) 462.

¹⁴⁸ HvJ C-122/10, *Konsumentombudsman v. Ving Sverige AB*, 2011, § 42-49; Verslag Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8.

¹⁴⁹ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *Parl.St.* Kamer 2006-07, nr. 2983/001, 16; HvJ C-122/10, *Konsumentombudsmannen v. Ving Sverige AB*, 2011, § 33; B. KEIRSBILCK, "Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)", SEW 2012, (451) 462.

¹⁵⁰ Art. 2, i) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 8, 26^o WER; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 17.

¹⁵¹ Art. 7, lid 4 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 99, § 4 WER; *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 279-280, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

goederen en diensten die ze vergelijken.¹⁵² Ook moeten zij informatie verstrekken over hun business model en de eventuele banden met leveranciers en andere handelaars waarvan zij producten aanbieden, de door hen gehanteerde criteria en methoden wanneer er sprake is van een uitnodiging tot aankoop.¹⁵³

2.2.3. Toepassing de Skyscanner-zaak

67. De reeds besproken wetgeving wijst erop dat prijsvergelijkingsites eveneens wettelijke verantwoordelijkheden hebben. Een probleem waarmee prijsvergelijkingsites onder andere kampen is het feit dat zij doorgaans informatie tonen die zij verkregen hebben van derden. De Rechtbank van Amsterdam heeft zich in oktober 2015 uitgesproken over dat probleem in een door Skyscanner geïnitieerde zaak.¹⁵⁴ Ook werd in die procedure onder andere licht geworpen op de vraag of vergelijkingssites aansprakelijk kunnen worden gesteld voor foutieve informatie of misleidende informatie op haar website die zij verkregen hebben van derden, dan wel zich kunnen beroepen op de aansprakelijkheidsvrijstelling van artikel 6:196c lid 4 van het Nederlands Burgerlijk Wetboek.¹⁵⁵

2.2.3.1. Relevante feiten

68. *Skyscanner* is een populaire vergelijkingssite voor vliegtickets. Op de website kunnen consumenten de gewenste luchthaven van vertrek, de beoogde eindbestemming en de reisdatum, alsook een aantal aanvullende gegevens invoeren, waarna een overzicht van het aanbod van vliegtickets wordt weergegeven die aan hun zoekopdracht beantwoorden.¹⁵⁶ In september 2013 werd een klacht ingediend door de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (hierna: ANVR) bij de Stichting Reclame Code (hierna: SRC) tegen zowel Skyscanner als reisorganisator Go Voyages (hierna: Govolo). Volgens de klacht werden vliegtickets aangeboden zonder dat daarbij werd vermeld dat behalve de prijs voor de vliegtickets ook een bedrag van € 25,- aan boekingskosten en een variabel bedrag voor betaalkosten werd aangerekend. Volgens het ANVR is dit in strijd met artikel III van de Reclamecode Reisaanbiedingen (hierna: RR).¹⁵⁷ Overeenkomstig artikel III van de RR dienen prijzen door aanbieders correct en duidelijk te worden vermeld in hun reclame-uitingen, inclusief de bekende vaste kosten die voor de aangeboden diensten aan de aanbieder moeten worden betaald.¹⁵⁸

¹⁵² Art. 6 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97 WER; *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 279-280, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

¹⁵³ Art. 6-art. 7, lid 4 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. VI. 97 en VI. 99, § 4 WER; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 9; *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 279-280, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

¹⁵⁴ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015; V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 14.

¹⁵⁵ Omzetting van art. 14 Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), *Pb. L.* 17 juli 2000, afl. 178 (Hierna: Richtlijn Elektronische Handel); zie ook art. XII. 19, § 1 WER; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015; V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 14 en 17.

¹⁵⁶ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.1.

¹⁵⁷ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.7.

¹⁵⁸ Art. III RR; zie ook art. 23 Verordening 1008/2008/EG van het Europees Parlement en de Raad van 24 september 2008 inzake gemeenschappelijke regels voor de exploitatie van luchtdiensten in de Gemeenschap, *Pb. L.* 31 oktober 2008, afl. 293; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.3.

2.2.3.2. *Eerdere klachtenprocedure*

69. Skyscanner verweert zich in de klachtenprocedure dat hij voor de inhoud van de informatie niet verantwoordelijk gehouden kan worden, doordat hij voor de op zijn website getoonde informatie geheel afhankelijk is van de aan hem door derden verstrekte informatie. Skyscanner betoogt daarnaast dat zijn bemoeienis beperkt blijft tot het rubriceren van deze informatie naar prijs zodat zij zich kunnen beroepen op de "parallele" toepassing van artikel 6:196c lid 3 en 4 BW (NL.) die een vrijstelling van aansprakelijkheid voor bepaalde tussenpersonen bevat, dat tevens een omzetting vormt van de Richtlijn 2000/31/EG. Deze richtlijn zal verder behandeld worden in hoofdstuk vier van deze masterproef.¹⁵⁹

70. De Reclame Code Commissie (hierna: RCC) oordeelt echter dat dit soort van reclame wel degelijk voor rekening en risico van de vergelijkingssite komt omdat deze verantwoordelijk is voor het feit dat de daadwerkelijke aanbieder van het reisproduct (Govolo) ten onrechte als goedkoopste aanbieder op de website van Skyscanner werd vermeld. Zijn bemoeienis is dus niet strikt beperkt gebleven tot het op zijn website tonen van de aan hem door derden verstrekte informatie. De vliegtickets werden gerangschikt op prijs en de aanbiedingen van Govolo werden aangeprezen als de goedkoopste, aldus is de aanbieding van de reisorganisator op de website verwerkt.¹⁶⁰

71. Dit oordeel houdt ook stand bij het College van Beroep (hierna: CvB). De vergelijkingssite neemt niet zozeer een onafhankelijke positie in naar het oordeel van het CvB, maar moet als zelfstandige handelspraktijk worden beschouwd zoals bedoeld in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Skyscanner moet voor deze handelspraktijk verantwoordelijk worden gehouden, ook al verkoopt zij zelf geen tickets. Verder stelt het CvB dat Skyscanner zelf kan worden aangesproken voor de onjuiste informatie van Govolo, onder de RR.¹⁶¹

2.2.3.3. *De procedure bij de Rechtbank Amsterdam*

72. Skyscanner legt zich niet neer bij de beslissing van het CvB en start een beroepsprocedure bij de rechtbank van Amsterdam.¹⁶² Skyscanner vordert in eerste instantie een verklaring voor recht dat de beslissing van het CvB onrechtmatig is jegens Skyscanner. Daarnaast vordert Skyscanner een verklaring voor recht, indien zij prijzen van derde op haar website publiceert, een rechtsgeldig beroep toekomt op art. 6:196c lid 4 BW (NL.) indien deze prijzen misleidend of onrechtmatig zijn en Skyscanner deze prijzen prompt verwijdert of de toegang daartoe onmogelijk maakt, zodra zij hiermee bekend raakt of hiermee redelijkerwijs bekend kan zijn.¹⁶³

73. Volgens de rechtbank is voor het aannemen van een dergelijke onrechtmatigheid in ieder geval vereist dat die beoordeling, gelet op hetgeen op het moment van de uitspraak bij het CvB bekend was of had moeten zijn, voorzienbaar in rechte als onjuist zou moeten worden

¹⁵⁹ Art. 14 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19 WER; RCC (NL) 21 november 2013; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.10, alinea 2.

¹⁶⁰ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.10, alinea 3.

¹⁶¹ CvB (NL) 20 mei 2014; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.11, alinea 2; Ter onderbouwing verwijst het college naar de leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, hoofdstuk 1.2.

¹⁶² Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015.

¹⁶³ Omzetting van art. 14 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19 WER; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 3.1.

bestempeld.¹⁶⁴ Naar het oordeel van de rechtbank is daar geen sprake van. Daarnaast stelt de rechtbank dat de uitspraak van het CvB niet op voorhand als onverenigbaar kan worden geacht met het arrest *RLvS*, aangezien beide situaties wezenlijk van elkaar verschillen.¹⁶⁵

74. De rechtbank is van oordeel dat Skyscanner de van Govolo afkomstige informatie niet verzamelt op verzoek van Govolo, maar dat zij deze informatie betreft via een derde. Derhalve ligt het initiatief voor het verkrijgen van de informatie bij Skyscanner en om die redenen moet worden besloten dat Skyscanner geen beroep kan doen op de aansprakelijkheidsvrijstelling van art. 6:196c lid 4 BW (NL).¹⁶⁶

2.2.3.4. *Gevolgen van de Skyscanner-zaak*

75. Ondanks dat de uitspraken van de RCC en de CvB niet in rechte afdwingbaar zijn, heeft Skyscanner ervoor geopteerd de kwestie voor te leggen aan de rechter.¹⁶⁷ Dit geeft weer hoeveel belang Skyscanner hecht aan de uitspraak. De vraag is echter of deze uitspraak een grote impact heeft.

76. Vooreerst valt op te merken dat de rechtbank zich in beperkte mate buigt over de zaak.¹⁶⁸ Wat betreft de bepalingen van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken gaat de rechtbank slechts na of het voor het CvB op het moment van de uitspraak voorzienbaar was dat haar oordeel in rechte als onjuist zou worden bestempeld.¹⁶⁹ Bijgevolg wordt niet geadviseerd over de vraag of Skyscanner kan worden gekwalificeerd als "handelaar" in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, niettemin gaat de uitspraak wel in die richting.¹⁷⁰ Deze visie is aannemelijk doordat het in overeenstemming is met de Leidraad Oneerlijke Handelspraktijken en met de beschermingsgedachte achter de regels van oneerlijke handelspraktijken. Een belangrijke vraag is echter of er sprake is van een "handelspraktijk" van de vergelijkingssite op het moment van het vergelijken van prijzen van een derde. Uit de uitspraak volgt dat het bevestigende oordeel van de CvB, namelijk dat een vergelijkingssite niet op grond van het *RLvS*-arrest kan beweren dat haar activiteiten geen "handelspraktijk" zijn.¹⁷¹

77. Dit is merkwaardig. Dit betekent dat niet alleen de handelspraktijken van vergelijkingssites die betrekking hebben op de verkoopbevordering van de eigen dienst, maar ook het tonen van prijzen van een product van derden kunnen worden beschouwd als een "handelspraktijk" van de vergelijkingssite. Dit is echter niet in overeenstemming met de uitspraak van het Hof van Justitie in het arrest *RLvS*.¹⁷² Uit dit arrest volgt dat er een rechtstreeks verband moet zijn tussen de

¹⁶⁴ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 4.12.

¹⁶⁵ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 4.19, 4.20 en 4.21.

¹⁶⁶ Omzetting van art. 14 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19 WER; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 4.23.

¹⁶⁷ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 2.5 en 2.6; Indien een reclame-uiting naar het oordeel van de RCC en/of CvB onrechtmatig is, wordt de adverteerder door middel van een 'compliance-verklaring' gevraagd om te bevestigen dat hij de uiting niet meer in dezelfde vorm zal openbaar maken. Ingeval de compliance-verklaring niet wordt afgelegd, dan wordt de reclame-uiting aangemerkt als 'non-compliant' en wordt daarvan melding gemaakt bij de Autoriteit Consument en Markt. Bij de SRC aangesloten partijen zijn daarnaast verplicht hun mediakanalen niet open te stellen voor dergelijke reclame-uitingen.

¹⁶⁸ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 19.

¹⁶⁹ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 4.12.

¹⁷⁰ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 1.1° WER.

¹⁷¹ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 4.20 en 4.21; V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 19.

¹⁷² V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 19.

handelspraktijk en de eigen producten of diensten (zie supra).¹⁷³ Het CvB stelt dat de uiting commercieel van aard is en onmiskenbaar belang houdt met het zakelijk belang dat Skyscanner erbij heeft dat consumenten gebruik maken van haar website en vervolgens een vlucht boeken.¹⁷⁴

78. Mijn inziens is het beter om niet alleen de praktijken van vergelijkingssites die betrekking hebben op de verkoopbevordering van de eigen producten, maar ook de praktijken die een vergelijking van prijzen van producten van derden inhouden te beschouwen als een "handelspraktijk" van de vergelijkingssite. Op die manier genieten consumenten in beide gevallen bescherming doordat de vergelijkingssite de regels inzake oneerlijke handelspraktijken zal moeten naleven.

79. De vraag of Skyscanner een rechtsgeldig beroep toekomt op grond van art. 6:196c, lid 4 BW (NL.) werd uitgebreid behandeld door de rechtbank.¹⁷⁵ De Rechtbank is net zoals het CvB van mening dat Skyscanner geen beroep kan doen op deze bepaling. De RCC en CvB hechten hierbij voornamelijk belang aan de betrokkenheid van Skyscanner bij de presentatie en ordening van de informatie en de controle daarop. De Rechtbank daarentegen acht het feit dat Skyscanner zelf actief informatie inwint van derden en deze toont op haar website doorslaggevend. Artikel 6:196c, lid 4 BW (NL.) vereist dat het moet gaan om "*op het verzoek opslaan van een ander afkomstige informatie*". Doordat het hier gaat om een eigen initiatief en niet om een verzoek, kan Skyscanner niet als *host* worden gekwalificeerd. De vraag of een vergelijkingssite zich wel kan beroepen op Artikel 6:196c, lid 4 BW (NL.) wanneer deze wel op verzoek van een derde informatie opslaat moet worden beantwoord in overeenstemming met de richtlijn elektronische handel en eerdere rechtspraak.¹⁷⁶

80. Uit het voorgaande kan worden afgeleid dat het voor vergelijkingssites van groot belang is om de regels over oneerlijke handelspraktijken ook na te leven, wanneer het gaat om de verkoopbevordering van producten van derden. Wanneer zij dit niet doen, lopen zij het gevaar dat hun uitingen worden aangemerkt als "non-compliant" door de RCC en/of CvB, maar ook risikerende zij boetes opgelegd door de Autoriteit Consument en Markt. Daarbovenop kunnen andere sancties worden opgelegd, want ook in de Europese lidstaten moet de wetgeving inzake oneerlijke handelspraktijken worden gerespecteerd.¹⁷⁷ De richtlijn bepaalt dat de lidstaten zorgen voor de invoering van passende en doeltreffende middelen ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken, zodat de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten kan worden afgedwongen.¹⁷⁸ Lidstaten worden opgedragen om doeltreffende, evenredige en afschrikwekkende sancties vast te stellen die van toepassing zijn op oneerlijke handelspraktijken.¹⁷⁹ Hierbij valt echter een bedenking te maken. Ik stel mij de vraag of deze afschrikwekkende sancties dan wel evenredig zijn?

¹⁷³ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 37.

¹⁷⁴ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015, overw. 6.3; CvB (NL) 20 mei 2014, 2013/00690, overw. 3.

¹⁷⁵ Omzetting van art. 14 Richtlijn Elektronische Handel; zie ook art. XII. 19 WER.

¹⁷⁶ HvJ C-236/08 tot en met C-238/08, *Google France SARL, Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA, en Google France SARL v. Viaticum SA, Luteciel SARL, en Google France SARL v. Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL*, 2010, § 114; Rb. 's Hertogenbosch (NL) 11 januari 2006, overw. 5.4; Rb. Amsterdam (NL) 24 december 2010, overw. 4.17; Rb. Amsterdam (NL) 1 november 2007; Rb. Amsterdam (NL) (vzr.) 12 maart 2008.

¹⁷⁷ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 19-20.

¹⁷⁸ Art. 11 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁷⁹ Overweging 22 en art. 13 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

81. Overigens kunnen consumenten vergelijkingssites aansprakelijk stellen voor de schade die zij lijden door oneerlijke handelspraktijken.¹⁸⁰ De richtlijn vormt geen beletsel voor het instellen van individuele vorderingen door degenen die schade hebben geleden ten gevolge van oneerlijke handelspraktijken.¹⁸¹ In België kan een vordering tot staking worden ingesteld door alle belanghebbenden, dus ook door de consument die schade lijdt ten gevolge een oneerlijke handelspraktijk.¹⁸² De voorzitter van de rechtbank van koophandel beveelt de oneerlijke marktpraktijk te staken. De schade wordt hier echter niet mee vergoed. Daarnaast is voorzien in een bijzondere civielrechtelijke sanctie voor de gevallen waarin een verkoper zich schuldig heeft gemaakt aan bepaalde oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten. De sanctie beschermt enkel de consument.¹⁸³ Tot slot voorziet de Belgische wetgeving in een strafrechtelijke sanctie betreffende oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten.¹⁸⁴

82. Het feit dat vergelijkingssites informatie van derden verkrijgen, vormt geen afdoende rechtvaardigheidsgrond om aansprakelijkheid te ontlopen. Het is daarentegen de taak van vergelijkingssites zelf om te onderzoeken of de informatie correct is.¹⁸⁵ Er rust volgens de Richtlijn Elektronische Handel een onderzoeksplicht op de dienstverlener, in *casu* de vergelijkingssite. In het kader van de onderzoeksplicht wordt van de *service provider* verwacht dat hij rekening houdt met hetgeen redelijkerwijs van hem kan worden gewenst.¹⁸⁶ De dienstverlener heeft dus geen vergaande onderzoeksplicht betreffende schadeveroorzakende informatie. In zijn algemeenheid kunnen niet al te hoge eisen kunnen worden gesteld aan de verplichtingen van de dienstverlener. De dienstverlener is niet gehouden tot een controle vooraf, maar een zekere onderzoeksplicht kan bestaan, wanneer hij gegronde redenen heeft te twijfelen aan de rechtmatigheid van de bij hem opgeslagen informatie.¹⁸⁷

¹⁸⁰ Art. 2.9; art. 8.8 en onderdeel a van de bijlage Wet handhaving consumentenbescherming; V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 20.

¹⁸¹ Overweging 9 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

¹⁸² Art. XVII. 1 en art. XVII. 7, 1° WER.

¹⁸³ Art. VI. 38 WER.

¹⁸⁴ Art. XV. 83, 13° WER en art. XV. 86 WER; art. XV. 70 WER.

¹⁸⁵ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, (14) 20.

¹⁸⁶ Art. 15, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 20, lid 1 WER.

¹⁸⁷ Overweging 48 en art. 15, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; Aanpassing van het Burgerlijk Wetboek, het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering, het Wetboek van Strafrecht en de Wet op de economische delicten ter uitvoering van richtlijn nr. 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (PbEG L 178) (Aanpassingswet richtlijn inzake elektronische handel), Kamerstukken II 2001/02, 28 197, nr. 3, 49-50; Rb. Zwolle (NL) 3 mei 2006; Rb. Zutphen (NL) 8 februari 2007.

3. Besluit

83. In de regel vallen vergelijkingssites onder de definitie van “handelaar” in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken voor zover zij handelsactiviteiten ontplooiën en op duurzame wijze een economisch doel nastreven.¹⁸⁸ Als gevolg hiervan dienen zij in elk geval de regels over oneerlijke handelspraktijken na te leven, wanneer zij hun eigen producten beschikbaar stellen aan consumenten.¹⁸⁹ Daarnaast volgt uit de *Skyscanner*-zaak dat zij zich ook moeten houden aan die regels, wanneer zij optreden namens derden en dus producten van derden aanbieden.¹⁹⁰

¹⁸⁸ Art. 2, b) Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; art. I. 1, 1° WER; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8-9.

¹⁸⁹ HvJ C-391/12, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013, § 37.

¹⁹⁰ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015.

Hoofdstuk 2: De Richtlijn Consumentenrechten

1. Toepassingsgebied

84. De Richtlijn Consumentenrechten vervangt vanaf 13 juni 2014 de Richtlijn 85/577/EEG van de Raad van 20 december 1985 betreffende de bescherming van de consument bij buiten verkoopruimten gesloten overeenkomsten en Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 1997 betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten.¹⁹¹ De Richtlijn Consumentenrechten is van toepassing op overeenkomsten gesloten tussen handelaars en consumenten.¹⁹² Bijgevolg moet benadrukt worden dat de Richtlijn Consumentenrechten van toepassing is op prijsvergelijkingsites waarop consumenten rechtstreeks een product kunnen aankopen.¹⁹³ De gevallen waarin de consument moet betalen voor de raadpleging van informatie vallen tevens onder het toepassingsgebied. In dat geval is er sprake van een dienstenovereenkomst waarbij de vergelijkingsite een dienst en de consument de prijs daarvan betaalt.¹⁹⁴

85. De informatievoorschriften met betrekking tot online verkoop zijn omgezet Boek VI, marktpraktijken en consumentenbescherming van het WER. In het bijzonder in Hoofdstuk 2 'overeenkomsten op afstand' (VI. 45-53 WER) van Titel 3 'overeenkomsten met consumenten'.

2. Informatieverplichtingen

86. De richtlijn stelt regels vast betreffende de informatie die verstrekt dient te worden aan consumenten. Het gaat om precontractuele informatie die de handelaar dient te leveren voordat de overeenkomst wordt gesloten. In de regel beschikken consumenten niet over een bijzondere kennis over de producten die zij wensen aan te kopen. Door het verschaffen van correcte en volledige informatie in de precontractuele fase kan de kennis van de consument worden vergroot en wordt op die manier het handelsverkeer en de efficiënte afhandeling van transacties bevorderd.¹⁹⁵ Deze informatieverplichting stelt de consument in staat om een weloverwogen beslissing te nemen.¹⁹⁶

87. De informatievoorschriften met betrekking tot online verkoop zijn opgesomd in artikel 6 van de richtlijn. Volgens dit artikel dient de handelaar voordat de consument wordt gebonden door een overeenkomst op afstand of een buiten verkoopruimten gesloten overeenkomst de consument op

¹⁹¹ Richtlijn Consumentenrechten; Richtlijn 85/577/EEG van de Raad van 20 december 1985 betreffende de bescherming van de consument bij buiten verkoopruimten gesloten overeenkomsten, *Pb. L* 1 december 1985, afl. 372; Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 1997 betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten, *Pb. L* 4 juni 1997, afl. 144.

¹⁹² Art. 1 en 3, lid 1 Richtlijn Consumentenrechten.

¹⁹³ Art. 2, lid 5 Richtlijn Consumentenrechten.

¹⁹⁴ Art. 2, lid 6 Richtlijn Consumentenrechten.

¹⁹⁵ G. HEIRMAN, "De algemene informatie verplichting t.a.v. consumenten in het Wetboek van Economisch Recht (art. VI. 2 WER)" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (57) 57.

¹⁹⁶ I. SAMOY en E. TERRY, "Informatie aan consumenten in het Voorstel voor een Richtlijn Consumentenrechten", *DCCR* 2009, (36) 37.

duidelijke en begrijpelijke wijze informatie te verschaffen.¹⁹⁷ De richtlijn stelt dat de handelaar bij de verstrekking van deze informatie rekening dient te houden met de *“specifieke behoeften van de consumenten die door hun mentale, lichamelijke of psychologische handicap, hun leeftijd of hun goedgezorgdheid bijzonder kwetsbaar zijn op een manier die de handelaar redelijkerwijs kon worden verwacht te voorzien”*. Dit mag echter niet tot verschillende niveaus van consumentenbescherming leiden.¹⁹⁸

88. Een andere bepaling die relevant is voor prijsvergelijkingsites is het verbod op gebruik van standaardopties. De consument moet de standaardopties afwijzen om extra betaling te vermijden. De handelaar dient uitdrukkelijk de toestemming te vragen van de consument voor elke extra betaling.¹⁹⁹ Het verbod in artikel 22 van de Richtlijn Consumentenrechten betreffende het gebruik van vooraf aangekruiste vakjes voor het leveren van goederen of verlenen van diensten en het aanrekenen van extra kosten op grond van artikel 3, lid 3, k) zijn ook van toepassing op diensten van passagiersvervoer. Ook aanvullende diensten waarop de richtlijn niet van toepassing is, vallen hieronder. De vooraf aangekruiste vakjes kunnen betrekking hebben op de optie voor spoedbestelling of een onderhoudsovereenkomst bij aankoop van een IT-uitrusting of bijvoorbeeld een verzekeringsovereenkomst bij aankoop van een vliegticket.²⁰⁰

89. De informatieverplichtingen die voortvloeien uit de Richtlijn Consumentenrechten betreffen voornamelijk de belangrijkste kenmerken van de goederen of de diensten.²⁰¹ Voor producten met digitale inhoud zijn er bijkomende informatieverplichtingen vereist, zoals de functionaliteit van digitale inhoud, met inbegrip van toepasselijke technische beveiligingsvoorzieningen en de relevante interoperabiliteit van digitale inhoud met hardware en software.²⁰²

90. De Richtlijn Consumentenrechten bepaalt dat de totale prijs van de goederen of diensten, met inbegrip van alle belastingen moet worden aangegeven, of als door de aard van het goed of de dienst de prijs redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, deelt de handelaar de manier waarop de prijs wordt berekend mee aan de consument. Ook dienen alle extra vracht-, leverings- of portokosten en eventueel alle andere kosten vermeld te worden. Indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, moet het feit dat er eventueel dergelijke extra kosten verschuldigd kunnen zijn, worden meegedeeld aan de consument. In het geval van een overeenkomst van onbepaalde duur of een overeenkomst die een abonnement inhoudt, moet de prijs de totale kosten per factureringsperiode omvatten.²⁰³ De kosten voor het gebruik van middelen voor communicatie op afstand voor het sluiten van de overeenkomst dienen eveneens te

¹⁹⁷ Art. 6, lid 1 Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 45 WER.

¹⁹⁸ Overweging 34 Richtlijn Consumentenrechten.

¹⁹⁹ Art. 22 Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 41 WER.

²⁰⁰ Werkdocument van de diensten van de commissie, DG Justitie (Comm.). Leidraad betreffende Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad, juni 2014, 72 (Hierna: Leidraad Richtlijn Consumentenrechten).

²⁰¹ Art. 6, lid 1 Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 45, § 1 WER.

²⁰² Art. 6, lid 1, r) en s) Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 45, § 1, 18° en 19° WER.

²⁰³ Art. 6, lid 1, e) Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 45, § 1, 5° WER.

worden vermeld, indien deze kosten op een andere grondslag dan het basistarief worden berekend.²⁰⁴

91. De richtlijn vereist tevens informatie over de wijze van betaling, levering, uitvoering en over de termijn waarbinnen de handelaar zich verbindt het goed te leveren of de dienst te verrichten.²⁰⁵ De duur van de overeenkomst, de voorwaarden voor het opzeggen van overeenkomst en de minimumduur van de verplichtingen van de consument in het kader van de overeenkomst moeten ook worden meegedeeld.²⁰⁶ Voorts zijn er gedetailleerde informatieverplichtingen met betrekking tot het herroepingsrecht.²⁰⁷

92. Tot slot dienen volgens de Richtlijn Consumentenrechten de mogelijkheid tot toegang tot buitengerechtelijke klachten- en geschillenbeslechting en het bestaan en de voorwaarden van waarborgsommen of andere financiële garanties worden meegedeeld.²⁰⁸

3. Besluit

93. De Richtlijn Consumentenrechten is enkel van toepassing op prijsvergelijkingsites, waarop consumenten rechtstreeks een product kunnen aankopen. De richtlijn bevat verscheidene precontractuele informatievoorschriften, waaraan handelaars moeten voldoen. Deze informatieverplichting stelt de consument in staat om een weloverwogen beslissing te nemen.

²⁰⁴ Art. 6, lid 1, f) Richtlijn Consumentenrechten; art. VI. 45, § 1, 6° WER.

²⁰⁵ Art. 6, lid 1, g) Richtlijn Consumentenrechten.; art. VI. 45, § 1, 7° WER.

²⁰⁶ Art. 6, lid 1, o) en p) Richtlijn Consumentenrechten.; art. VI. 45, § 1, 15° en 16° WER.

²⁰⁷ zie art. 6, lid 1, h)-k) Richtlijn Consumentenrechten.; art. VI. 45, § 1, 8°-11° WER.

²⁰⁸ Art. 6, lid 1, t) en q) Richtlijn Consumentenrechten.; art. VI. 45, § 1, 17° en 20° WER.

Hoofdstuk 3: De Richtlijn Misleidende en Vergelijkende Reclame

1. Doelstellingen

94. Reeds in richtlijn 84/450/EG inzake misleidende reclame verzocht de Raad de Commissie om de nationale bepalingen inzake bescherming tegen misleidende reclame te harmoniseren om nadien in een tweede stadium regelgeving uit te vaardigen inzake oneerlijke en vergelijkende reclame.²⁰⁹ De Commissie diende vanaf 1991 verschillende voorstellen in om een richtlijn inzake vergelijkende reclame aan te nemen.²¹⁰ In 1997 werd de richtlijn 97/55/EG inzake vergelijkende reclame uiteindelijk toch aangenomen.²¹¹ Beide richtlijnen werden tot slot samengevoegd en gecodificeerd in de richtlijn 2006/114/EG inzake misleidende en vergelijkende reclame van 12 december 2006 (hierna: Reclamerichtlijn).²¹²

95. Het basisidee achter de richtlijn is het waarborgen van de belangen van consumenten. Vergelijkende reclame kan volgens de richtlijn in het belang van de consument een stimulans vormen voor de concurrentie tussen de leveranciers van goederen en diensten.²¹³ Daarnaast kan vergelijkende reclame een legitiem middel zijn om de consumenten over hun voordelen in te lichten.²¹⁴

2. Interpretatie van het Hof van Justitie

96. Belangrijk om te weten is dat het Hof van Justitie bij de beoordeling van zowel de begrippen als van de in de richtlijn gestelde voorwaarden opteert voor een zo ruim mogelijke interpretatie.²¹⁵ Het Hof stelt dat *“de aan vergelijkende reclame gestelde eisen in de voor deze reclame meest gunstige zin worden uitgelegd”*.²¹⁶ Dit principe is herhaaldelijk bevestigd door het Hof.²¹⁷ Dit werd ook reeds bevestigd in de Belgische rechtspraak.²¹⁸

²⁰⁹ Overweging 6 Richtlijn Raad nr. 84/450 van 10 september 1984 betreffende het nader tot elkaar brengen van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen der lidstaten inzake misleidende reclame, *Pb. L* 19 september 1984, afl. 250.

²¹⁰ Zie voorstel voor een richtlijn Raad en Parlement van 19 mei 1994 inzake vergelijkende reclame en tot wijziging van richtlijn 84/450/EG inzake misleidende reclame, *Pb. L* 11 juli 1994, afl. 136.

²¹¹ Richtlijn Europees Parlement en Raad nr. 97/55 van 6 oktober 1997 tot wijziging van Richtlijn 84/455 inzake misleidende reclame, ten einde ook elke vergelijkende reclame te regelen, *Pb. L* 23 oktober 1997, afl. 290; Omgezet in België bij wet van 25 mei 1999, *BS* 23 juni 1999.

²¹² Richtlijn 2006/114/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame, *Pb. L* 27 december 2006, afl. 376 (Hierna: Reclamerichtlijn).

²¹³ Overweging 6 Reclamerichtlijn.

²¹⁴ Overweging 8 Reclamerichtlijn.

²¹⁵ HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001, § 36-37; E. TERRY, “Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?”, *Jb. Hand.* 2014, (117) 118; G-L. BALLON, “Vergelijkende reclame in België: een overzicht”, *DCCR* 2013, (127) 133.

²¹⁶ HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001, § 37; G-L. BALLON, “Vergelijkende reclame in België: een overzicht”, *DCCR* 2013, (127) 133.

²¹⁷ HvJ C-44/01, *Pippig Augenoptik GmbH & Co. KG v. Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH en Verlassengesellschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer*, 2003, § 42; HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006, § 22.

²¹⁸ Gent 12 april 2010, *Jb. Marktpr* 2010, 102; E. TERRY, “Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?”, *Jb. Hand.* 2014, (117) 117.

3. Toepassingsgebied

97. Artikel 1 van de Reclamerichtlijn bepaalt dat het als doel heeft handelaren te beschermen tegen misleidende reclame en de onbillijke gevolgen daarvan. Het legt tevens de voorwaarden vast waaronder vergelijkende reclame geoorloofd is.²¹⁹ Daarnaast wordt in artikel 4 van de richtlijn verwezen naar Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt.²²⁰ Richtlijn 2005/29/EG is slechts van toepassing op B2C-handelspraktijken.²²¹ Doordat deze richtlijn voor een belangrijk onderdeel bestaat uit de harmonisatie van misleidende handelspraktijken, ontstond een tweedeling tussen de regels voor de B2C-relatie uit Richtlijn 2005/29/EG en de regels inzake misleidende reclame uit Richtlijn 84/450 die als gevolg van Richtlijn 2005/29/EG dienden te worden ingeperkt tot de B2B-relatie.²²² Richtlijn 2005/29/EG stelt dat zij niet van toepassing is op de bepalingen van Richtlijn 84/450/EEG aangaande reclame die misleidend is voor ondernemingen, maar niet voor consumenten en aangaande vergelijkende reclame.²²³ Als gevolg hiervan volgde de consolidatie van de regels inzake misleidende en vergelijkende reclame, die resulteerde in de Reclamerichtlijn. Volgens artikel 1 van de Reclamerichtlijn beoogt de richtlijn handelaars te beschermen. Deze B2B-regeling is voor misleidende reclame aanvullend aan Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Voor vergelijkende reclame bestaat er daarentegen geen onderscheid tussen B2C en B2B-toepassing. De Reclamerichtlijn regelt dus zowel B2C als B2B vergelijkende reclame.²²⁴ De richtlijn harmoniseert de toelaatbaarheidsvoorwaarden voor vergelijkende reclame volledig, bijgevolg kunnen geen strengere maatregelen worden genomen.²²⁵

Schematisch overzicht toepassingsgebied

RL 2006/114/EG	Misleidende reclame	B2B
	Vergelijkende reclame	B2C + B2B
RL 2005/29/EG	Misleidende reclame	B2C
	Vergelijkende reclame	B2C

²¹⁹ Art. 1 Reclamerichtlijn.

²²⁰ Art. 4 Reclamerichtlijn.

²²¹ Nuance door het Hof van Justitie: ook gemengde B2C en B2B-handelspraktijken vallen onder de richtlijn en slechts zuiver B2B praktijken daarbuiten; G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, (97) 104; G. STRAETMANS en J. STUYCK, "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming: een onvoldoende stap in de goede richting", *RW* 2010-11, (386) 386-419.

²²² Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken), 18 juni 2003, COM(2003), 356 def, 19; G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, (97) 104.

²²³ Overweging 6 en art. 14 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, (97) 104.

²²⁴ G. STRAETMANS, "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, (97) 104-105.

²²⁵ HvJ C-44/01, *Pippig Augenoptik GmbH & Co. KG v. Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH en Verlassengesellschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer*, 2003; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 117.

3.1. Omzetting in Belgisch recht

98. De voorwaarden voor vergelijkende reclame in het Belgische recht zijn terug te vinden in boek VI, marktpraktijken en consumentenbescherming van het WER. In het bijzonder in hoofdstuk 5 (VI. 17 WER) van Titel 2 'informatie van de markt'.

3.2. Vergelijkende reclame

99. Onder vergelijkende reclame wordt verstaan "elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd".²²⁶ Deze definitie bevat drie constitutieve elementen die afzonderlijk zullen worden besproken.

3.2.1. Het begrip reclame

100. Reclame wordt gedefinieerd als "iedere mededeling bij de uitoefening van een commerciële, industriële, of ambachtelijke activiteit of van een vrije beroep ter bevordering van de afzet van goederen of diensten, met inbegrip van onroerende goederen, rechten en verplichtingen".²²⁷ Deze definitie is zeer ruim en bestrijkt bijgevolg een groot toepassingsgebied. Reclame en vergelijkende reclame kunnen bijgevolg verschillende vormen aannemen, zoals brochures, advertenties in tijdschriften en kranten, internet websites, radio- en tv-spots, brieven of e-mails aan eigen of potentiële klanten, persberichten van ondernemingen en de verpakking van producten.²²⁸

3.2.2. Het begrip concurrent

101. Het begrip "concurrent" dat één van de constitutieve elementen vormt van vergelijkende reclame wordt echter niet gedefinieerd door de Reclamerichtlijn. Het begrip wordt in de rechtspraak geïnterpreteerd als een verkoper die producten aanbiedt die, in hoofde van degene tot wie de reclame zich richt, substitueerbaar zijn met degene die in de reclame wordt aangeprezen.²²⁹ Het begrip substitueerbaarheid is gekend uit het mededingingsrecht, maar krijgt in het leerstuk van de vergelijkende reclame een andere invulling.²³⁰ Het uitgangspunt van het publiek waartoe de reclame zich richt moet volgens de voorzitter van de rechtbank van Koophandel te Leuven in het leerstuk van vergelijkende reclame worden nagegaan.²³¹

²²⁶ Art. 2, c) Reclamerichtlijn; art. I. 8, 14° WER.

²²⁷ Art. 2, a) Reclamerichtlijn; art. I. 8, 13° WER.

²²⁸ K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 747; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 30-31.

²²⁹ Voorz. Kh. Kortrijk, 19 februari 2001, *Jb. Hand.* 2001, 116; Voorz. Kh. Kortrijk, 28 mei, 2001, *Jb. Hand.* 2001, 149; Voorz. Kh. Kortrijk 5 mei 2003, *Jb. Hand.* 2003, 184; H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 168; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 747.

²³⁰ H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 168; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 747; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 31.

²³¹ Voorz. Kh. Leuven, 4 november 2003, *Jb. Hand.* 2003, 265; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 747; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 31.

In deze zin zijn bier en champagne als substitueerbaar beschouwd, doordat beide alcoholische dranken zijn, bestemd zijn voor eenzelfde doel en in de ogen van het publiek bestemd zijn om aan dezelfde noden tegemoet te komen. Reclame van een bierproducent waarin werd verwezen naar champagne is bijgevolg gekwalificeerd als vergelijkende reclame.²³² Tegen dit vonnis werd echter beroep ingesteld. Het Hof van Beroep te Brussel heeft vervolgens een aantal prejudiciële vragen gesteld aan het Hof van Justitie, waaronder de vraag of de definitie van vergelijkende reclame reclameboodschappen bestrijkt waarin de adverteerder enkel verwijst naar een soort product en niet naar een bepaalde onderneming of bepaald product.²³³ Het Hof van Justitie geeft invulling aan dit begrip in haar arrest *De Landtsheer*.²³⁴ Het Hof stelt dat de richtlijn moet worden uitgelegd dat de verwijzing in een reclameboodschap naar een soort product, en niet naar een bepaalde onderneming of een bepaald product, kan worden geacht vergelijkende reclame te zijn wanneer het mogelijk is deze onderneming of de door haar aangeboden producten te identificeren waarop die reclameboodschap concreet betrekking heeft. Reclame moet dus uitgaan van een concurrent, met andere woorden van een onderneming die substitueerbare producten aanbiedt die voorzien in dezelfde behoefte of bestemd zijn voor hetzelfde doel.²³⁵ Dat meerdere concurrenten kunnen worden geïdentificeerd waarop de reclameboodschap betrekking heeft, is hierbij irrelevant.²³⁶

102. In eerste instantie dient de reclame onder de definitie van vergelijkende reclame te vallen. Wanneer dit niet het geval is, zal de geoorloofdheid van de reclame en vergelijkingen moeten worden beoordeeld aan de hand van andere normen. De geoorloofdheid wordt getoetst aan de bepalingen inzake oneerlijke B2C handelspraktijken, indien het gaat om reclame gericht tot consumenten of tot consumenten en ondernemingen.²³⁷ Wat betreft de reclame enkel gericht op ondernemingen wordt de geoorloofdheid getoetst aan bepalingen inzake oneerlijke marktpraktijken jegens andere personen dan consumenten.²³⁸

103. Het probleem bij prijsvergelijkingssites is dat zij meestal zelf geen producten verkopen, maar toch een vergelijking maken tussen bijvoorbeeld de producten van onderneming Alfa en Beta en daarbij stellen dat producten van onderneming Alfa beter en/of goedkoper zijn dan producten van onderneming Beta.²³⁹ Het gaat in dat geval om een vergelijking van producten die onderling concurreren, maar niet concurreren met de producten van de adverteerder.²⁴⁰ Een strikte lezing

²³² Voorz. Kh. Nijvel 26 juli 2002, *Jb. Hand.* 2002, 71; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 748.

²³³ Brussel 13 oktober 2005.

²³⁴ HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007.

²³⁵ HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007, § 24; G-L. BALLON, "Vergelijkende reclame in België: een overzicht", *DCCR* 2013, (127) 134; E. BALATE en M. GOUVERNEUR, "C.J.U.E (4^e ch.), 18 novembre 2010", *DCCR* 2013, (65) 66; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 31-32.

²³⁶ HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007, § 24; E. BALATE en M. GOUVERNEUR, "C.J.U.E (4^e ch.), 18 novembre 2010", *DCCR* 2013, (65) 66.

²³⁷ Art. VI. 92-103 WER; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 118.

²³⁸ Art. VI. 105, 1^o en 3^o WER; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 118.

²³⁹ D.W.F. VERKADE, *Misleidende (B2B) reclame en vergelijkende reclame. Monografieën BW B49b*, Deventer, Kluwer, 2011, 61.

²⁴⁰ E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 119.

van het begrip vergelijkende reclame vereist dat de adverteerder zelf een concurrent moet zijn van degene waarmee wordt vergeleken.²⁴¹ Een interessante vraag hieromtrent is of prijsvergelijkingstools/sites onder de definitie en dus de reglementering van vergelijkende reclame vallen.

Opdat de vergelijkingen op een vergelijkingssite kunnen worden beschouwd als vergelijkende reclame dient er in eerste instantie sprake te zijn van reclame.²⁴² Vergelijkende tests of neutrale vergelijkingen uitgevoerd door onafhankelijke instellingen, zoals een consumentenorganisatie zullen niet als reclame worden beschouwd, doordat deze tests in de regel niet tot doel hebben rechtstreeks of onrechtstreeks de verkoop van producten te bevorderen.²⁴³ Prijsvergelijkingssites die puur als doel hebben de consumenten te informeren zoals bijvoorbeeld Test-Aankoop, vallen niet onder het toepassingsgebied van het begrip reclame. In het algemeen hebben prijsvergelijkingssites met hun vergelijkingen echter tot doel het gebruik van hun site te bevorderen of de verkoop van goederen en/of diensten van verschillende aanbieders te bevorderen. In dat geval is er sprake van reclame. Hier kan onder meer verwezen worden naar de *Skyscanner*-zaak waar de prijzen van reisorganisator Govolo werden aangeprezen als goedkoopste.²⁴⁴ Dergelijke ruime interpretatie is in ieder geval in overeenstemming met het doel van de richtlijn.²⁴⁵ Om de vergelijkingen van vergelijkingssites ook als vergelijkende reclame te kwalificeren is een ruime interpretatie nodig van het begrip vergelijkende reclame, waarbij ook reclame die naar onderling concurrerende producten verwijst wordt behelst.²⁴⁶ De richtlijn stelt expliciet dat het *"wenselijk is een ruime opvatting van vergelijkende reclame te voorzien teneinde alle vormen van vergelijkende reclame te bestrijken"*.²⁴⁷ Bovendien werd dit reeds beklemtoond door het Hof van Justitie.²⁴⁸ Desondanks bestaat er geen positieve Europese of Belgische rechtspraak over de kwalificatie van prijsvergelijkingssites als vergelijkende reclame.

104. In de Duitse rechtspraak en rechtsleer is reeds ingegaan op de vraag of prijsvergelijkingssites als vergelijkende reclame beschouwd kunnen worden. Het Duitse Bundesgerichtshof (hierna: BGH) heeft reeds aanvaard dat reclame waarin naar concurrerende prijzen wordt verwezen als vergelijkende reclame kan worden beschouwd. In *casu* ging het om een adverteerder die uitsluitend prijzen van derden vergeleek en niet eigen prijzen met prijzen van concurrenten. Dit gebeurde met een commerciële bedoeling en kon beschouwd worden als vergelijkende reclame. Volgens het BGH diende de beoordeling over de geoorlooftheid van prijsvergelijkingen te gebeuren volgens de principes van de Reclamerichtlijn.²⁴⁹

²⁴¹ Art. 2, c) Reclamerichtlijn; art. I. 8, 14° WER; H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 168.

²⁴² OHLY in OHLY, SOSNITZA, Kommentar § 6 UWG Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, *Vergleichende Werbung*, 2014, nr. 28.

²⁴³ E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 120; OHLY in OHLY, SOSNITZA, Kommentar § 6 UWG Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, *Vergleichende Werbung*, 2014, nr. 28.

²⁴⁴ CvB (NL) 20 mei 2014; Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015.

²⁴⁵ Overweging 6 en 9 Reclamerichtlijn; Brussel 19 juni 2006, *DCCR* 2007, 51.

²⁴⁶ E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 120

²⁴⁷ Overweging 8 Reclamerichtlijn; HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007, § 16.

²⁴⁸ HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001, § 29-30.

²⁴⁹ BGH I ZR 2/96, 23 april 1998 (preisvergleichsliste II); E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 120.

Tevens wordt door de Duitse rechtsleer reclame waarin verwezen wordt naar onderling concurrerende producten waarin prijzen en eigenschappen worden vergeleken met de bedoeling potentiële klanten te overtuigen deze producten bij de adverteerder aan te kopen beschouwd als vergelijkende reclame.²⁵⁰ Daarnaast wordt in de Duitse rechtsleer soms het onderscheid gemaakt tussen ondernemingen die zelf de gegevens over producten en diens prijzen in een vergelijkend instrument plaatsen en de situatie waarbij de adverteerder de prijzen verkrijgt via *scraping*. In het eerste geval is er sprake van vergelijkende reclame in tegenstelling tot de situatie waar gegevens worden verzameld via *scraping*.²⁵¹ Het tegenover elkaar stellen van producten op een manier dat de voordeligste aanbiedingen helemaal bovenaan de lijst staan, waardoor ze de meeste aandacht verkrijgen, wordt aangemerkt als een vergelijking in de zin van artikel 6, alinea 1 UWG. De concurrenten respectievelijk diens producten worden in de vergelijkingslijsten onmiddellijk zichtbaar gemaakt, waarbij elke productadvertentie met de aanbiddingssite van de concurrent is verbonden. Dit is het geval wanneer ondernemingen zelf gegevens in een vergelijkend instrument plaatsen. Bij *scraping* worden de gegevens daarentegen op geautomatiseerde wijze gekopieerd vanuit individuele websites. Bovendien kan de praktijk waarbij gegevens worden verzameld door middel van *scraping* de wetgeving inzake de bescherming van databanken schenden.²⁵²

105. In Frankrijk vallen prijsvergelijkingsites in de regel niet onder de reglementering van vergelijkende reclame. Het antwoord op de vraag of prijsvergelijkingsites onder de reglementering van vergelijkende reclame vallen luidt echter anders wanneer een prijsvergelijkingsite eigendom is van een handelaar en die handelaar de vergelijkingssite gebruikt om reclame te maken voor zijn producten. Een voorbeeld is de website "quistlemoinscher.com" een door een Frans grootwinkelbedrijf opgerichte vergelijkingssite voor supermarktartikelen. Naar het oordeel van de Franse rechter was er sprake van vergelijkende reclame.²⁵³

3.2.3. De identificatievereiste

106. Vervolgens dient de vergelijking uitdrukkelijk of impliciet te gebeuren. In het arrest *Toshiba/Katun* heeft het Hof de voorwaarden inzake identificatievereiste verduidelijkt. Het Hof stelt dat "opdat er sprake zou zijn van vergelijkende reclame (...) volstaat dus een vermelding onder welke vorm ook waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten, zij het impliciet, worden genoemd. In dit verband is het van weinig belang of de goederen en de diensten van degene die reclame maakt worden vergeleken met die van de concurrent".²⁵⁴ De identificatie van de concurrent naar wie of naar wiens producten de adverteerder verwijst is dus vereist.²⁵⁵ Deze zienswijze is meermaals bevestigd geweest door het Hof.²⁵⁶ De rechtspraak interpreteert de identificatievereiste ruim.²⁵⁷

²⁵⁰ OHLY in OHLY, SOSNITZA, Kommentar § 6 UWG Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Vergleichende Werbung, 2014, nr. 27-29; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 121.

²⁵¹ E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 122; SPINDLER/SCHUSTER/NAMYSLOWSKA/MICKLITZ, UWG § 6 Vergleichende Werbung, 2015, nr. 102, voetnoot 246.

²⁵² § 87b Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte.

²⁵³ Tribunal de commerce de Paris (FR) 29 maart 2007; Leidraad Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken, 8.

²⁵⁴ HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001, § 31.

²⁵⁵ V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 32.

107. Het is dus voldoende dat het aangesproken consumentenpubliek aan de hand van een reclameboodschap een of meer concurrenten van de adverteerder kan identificeren, eventueel na nader onderzoek.²⁵⁸ Er dient dus rekening gehouden te worden met de contextuele elementen, waarover de doelgroep kennis heeft en niet louter met de reclameboodschap op zich.²⁵⁹

3.3. Voorwaarden voor geoorloofde vergelijkende reclame

108. Vergelijkende reclame waarin wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken worden vergeleken en die niet misleidend is, kan geoorloofd zijn. Het kan een middel zijn om de consumenten in te lichten over hun voordelen.²⁶⁰ Wat de vergelijking betreft is vergelijkende reclame geoorloofd op voorwaarde dat deze: niet misleidend is in de zin van Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken²⁶¹; goederen of diensten vergelijkt die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd²⁶² en op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze goederen en diensten vergelijkt, waartoe ook de prijs kan behoren.²⁶³ De hierboven vermelde voorwaarden moeten cumulatief vervuld zijn en moeten in zijn geheel worden nageleefd.²⁶⁴ Deze voorwaarden worden hieronder nader toegelicht.

109. Wat betreft de bescherming van ondernemingen (*business-to-business*) stelt artikel 4 van de richtlijn nog andere bijkomende voorwaarden vast, die hier echter niet verder zullen besproken worden.²⁶⁵

²⁵⁶ HvJ C-44/01, *Pippig Augenoptik GmbH & Co. KG v. Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH en Verlassengesellschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer*, 2003, § 55; HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006, § 78.

²⁵⁷ HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001, § 31; HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007, § 22 en 24; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 31-32.

²⁵⁸ Cass. 29 april 2004; G-L. BALLON, "Vergelijkende reclame in België: een overzicht", *DCCR* 2013, (127) 135.

²⁵⁹ Voorz. Kh. Antwerpen 22 maart 2007; G-L. BALLON, "Vergelijkende reclame in België: een overzicht", *DCCR* 2013, (127) 135.

²⁶⁰ Overweging 8 Reclamerichtlijn.

²⁶¹ Art. 4, a) Reclamerichtlijn.

²⁶² Art. 4, b) Reclamerichtlijn.

²⁶³ Art. 4, c) Reclamerichtlijn.

²⁶⁴ Overweging 11 Reclamerichtlijn.

²⁶⁵ Zie art. 4, d)-h) Reclamerichtlijn; art. VI. 17, § 1, 4°-8° WER.

3.3.1. Niet misleidend

110. Overeenkomstig art. VI. 17, 1° WER mag vergelijkende reclame niet misleidend zijn.²⁶⁶ Of vergelijkende reclame misleidend is, wordt beoordeeld met behulp van de artikelen VI. 97 tot VI. 100 en het artikel VI. 105, 1° WER.²⁶⁷ Het betreft reclame die de personen tot wie zij zich richt misleidt of kan misleiden en hun economisch gedrag kan beïnvloeden.²⁶⁸ De reclame moet alle essentiële gegevens bevatten die relevant zijn voor de beoordeling van de boodschap die de adverteerder wil overbrengen.²⁶⁹ Elke reclame is onderworpen aan deze regel. Essentiële gegevens vermelden via andere advertentiekkanalen neemt de misleiding niet weg.²⁷⁰

111. Opdat er sprake is van misleiding is naast de vereiste dat de reclame gepaard gaat met onjuiste informatie of de gemiddelde consument kan bedriegen tevens vereist dat deze misleiding de consument kan brengen tot een besluit over een transactie dat hij anders niet had genomen.²⁷¹ Niet alleen het besluit om al dan niet een product te kopen telt, maar ook de besluiten die daarmee rechtstreeks verband houden, zoals de verplaatsing van de consument naar de winkel of het feit dat de consument die winkel betreedt, spelen mee. Het is dus ook voldoende dat de reclame de consument ertoe kan aanzetten naar de verkooppagina te gaan. Het al dan niet kopen van een product is irrelevant.²⁷²

3.3.2. In dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel bestemd zijn

112. De tweede voorwaarde vereist dat de reclame goederen of diensten moet vergelijken die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel bestemd zijn.²⁷³ Het is niet vereist dat de vergeleken goederen of diensten identiek zijn.²⁷⁴ Deze voorwaarde valt samen met het toepassingsgebied van art. VI. 17 WER doordat het een precisering vormt van het feit dat de vergelijking er één tussen concurrenten moet zijn.²⁷⁵ Zij dienen evenwel in zekere mate substitueerbaar te zijn vanuit het oogpunt van het publiek voor wie de reclame is bestemd.²⁷⁶ De

²⁶⁶ Art. 4, a) Reclamerichtlijn.

²⁶⁷ Art. VI. 17, § 1, 1° WER.

²⁶⁸ HvJ C-159/09, *Lidl SNC v. Vierzon Distribution SA*, 2010, § 76; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 121.

²⁶⁹ H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 179.

²⁷⁰ Voorz. Kh. Brussel, 20 oktober 1999, *Jb. Hand.* 1999, 374; Voorz. Kh. Mechelen, 12 juni 2001, *Jb. Hand.* 2001, 194; Antwerpen 6 december 2001, *Jb. Hand.* 2001, 101; H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 179; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 759.

²⁷¹ Art. VI. 97 WER; HvJ C-281/12, *Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. coop. arl v. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, 2013, § 38; A. HALLEMANS, "Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, 123; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 125.

²⁷² HvJ C-281/12, *Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. coop. arl v. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, 2013, § 35-36; E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 125.

²⁷³ Art. 4, b) Reclamerichtlijn; art. VI. 17, § 1, 2° WER.

²⁷⁴ K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 753; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 35.

²⁷⁵ R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 22.

²⁷⁶ HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006, § 26; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 35.

vergeleken goederen of diensten mogen niet sterk van elkaar verschillen.²⁷⁷ Daarbij is het geoorloofd om goederen of diensten die via verschillende distributiekkanalen worden aangeboden te vergelijken.²⁷⁸

3.3.3. Objectieve vergelijking van één of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken

113. De derde voorwaarde van art. VI. 17, § 1, 3° WER bepaalt dat de vergelijkende reclame op objectieve wijze, één of meerdere wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van goederen of diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, met elkaar moet vergelijken.²⁷⁹

114. In haar *Lidl t. Colruyt*- arrest heeft het Hof van Justitie verduidelijkt dat deze voorwaarde tweeledig is. Ten eerste moeten de vergeleken kenmerken cumulatief voldoen aan de criteria van wezenlijkheid, relevantie, controleerbaarheid en representativiteit. Vervolgens dienen de kenmerken die aan deze vier criteria beantwoorden, op objectieve wijze te worden vergeleken.²⁸⁰

115. De vergeleken kenmerken moeten wezenlijk, relevant, controleerbaar en representatief zijn. Kenmerken zijn slechts wezenlijk en relevant voor zover ze een mogelijke invloed hebben op het economisch gedrag van degene voor wie de reclame bestemd is.²⁸¹ Dit houdt in dat de vergelijking kenmerken moet betreffen die redelijkerwijze kunnen meespelen bij de aankoopbeslissing van de bestemming van de reclame.²⁸² Voor relevante kenmerken kan worden verwezen naar artikel VI. 97 WER.²⁸³

116. Daarnaast dienen de vergeleken kenmerken controleerbaar te zijn. In haar arrest *Lidl t. Colruyt* heeft het Hof van Justitie verduidelijkt dat deze voorwaarde vereist dat de adverteerder binnen een korte termijn de materiële juistheid van zijn bewering moet kunnen bewijzen. Daarnaast is evenwel vereist dat de adverteerder de geadresseerden van de vergelijkende reclame informeert over waar en hoe zij gemakkelijk kunnen kennismaken van de vergelijkingsbestanddelen om de juistheid ervan te controleren, of wanneer zij niet over de daartoe vereiste kennis van zaken beschikken, te laten controleren.²⁸⁴ Deze rechtspraak ligt in lijn van de Belgische rechtspraak waaruit blijkt dat de verificatie in de regel moet gebeuren door de persoon

²⁷⁷ Voorz. Kh. Brussel, 27 mei 2002, *Jb. Hand.* 2002, 178; K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 753; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 22.

²⁷⁸ HvJ C-44/01, *Pippig Augenoptik GmbH & Co. KG v. Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH en Verlassengesellschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer*, 2003, § 61-65; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 22.

²⁷⁹ Art. 4, c) Reclamerichtlijn; art. VI. 17, § 1, 3° WER.

²⁸⁰ HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006, § 43-46; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 36.

²⁸¹ V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 36.

²⁸² Voorz. Kh. Kortrijk 11 december 2000, *Jb. Hand.* 2000, 238; Voorz. Kh. Kortrijk 22 oktober 2001, *Jb. Hand.* 2001, 253; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 24.

²⁸³ H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 173; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 24.

²⁸⁴ HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006, § 70-74; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 36.

tot wie de reclame is gericht.²⁸⁵ Het vergeleken kenmerk moet vervolgens ook voldoende precies omschreven zijn.²⁸⁶

117. Wat betreft de vereiste van objectiviteit heeft het Hof van Justitie geoordeeld dat dit een afzonderlijke vereiste is.²⁸⁷ Het volstaat bijgevolg niet dat de vergeleken kenmerken wezenlijk, relevant, controleerbaar en representatief zijn. De vereiste van objectiviteit sluit volgens het Hof van Justitie vergelijkingen uit die een subjectieve beoordeling inhouden van degenen voor wie de vergelijking is bedoeld.²⁸⁸

4. Besluit

118. Er heerst discussie over de kwalificatie van prijsvergelijkingsites als vergelijkende reclame. Bijgevolg is er nood aan verduidelijking of verruiming van het begrip vergelijkende reclame. Mijn insziens is een verruiming aangewezen, omdat het beschermende doel van de richtlijn echter ook deze gevallen vereist te omvatten, waarbij de vergelijking uitgaat van een derde. Indien zij niet kunnen worden gekwalificeerd als vergelijkende reclame, zou het gemakkelijk zijn om de strenge regels inzake vergelijkende reclame te omzeilen. Desondanks kunnen de bepalingen inzake misleidende reclame als opvangnet dienen.²⁸⁹ Als prijsvergelijkingsites die geen goederen of diensten verkopen van de ondernemingen over wie zij informatie verschaffen, misleidende vergelijkingen maken, dan zijn er auteurs die stellen dat het toch om misleidende vergelijkende reclame gaat die ongeoorloofd is. Misleidende reclame ligt dan voor wanneer de indruk gewekt wordt alsof in wezen alle relevante eigenschappen opgenomen worden of de eigenschappen van de producten onder elkaar gelijkwaardig zijn.²⁹⁰

119. Wanneer een ruime interpretatie van vergelijkende reclame wordt toegepast op prijsvergelijkingsites kan deze worden getoetst aan de voorwaarden van de Reclamerichtlijn. Indien voldaan is aan de cumulatieve voorwaarden is de reclame wat de vergelijking betreft geoorloofd en kunnen andere rechtsgronden zoals het merkenrecht niet worden ingeroepen tegen de uitbaters van vergelijkingssites om de vergelijking te verbieden. Daarnaast kunnen ook geen strengere maatregelen worden opgelegd door de lidstaten, ook niet inzake B2B misleidende reclame.²⁹¹

²⁸⁵ Voorz. Kh. Antwerpen 21 maart 2002, *Jb. Hand.* 2002, 163; Voorz. Kh. Gent 18 november 2002, *Jb. Hand.* 2002, 249, *TBH* 2003, noot K. DAELE; H. DE BAUW, "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, (161) 174; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 25.

²⁸⁶ K. DAELE, "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, (746) 755; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 25.

²⁸⁷ HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006.

²⁸⁸ R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 23; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 36.

²⁸⁹ Art. 3 Reclamrichtlijn; art. VI. 97-100 WER.

²⁹⁰ SPINDLER/SCHUSTER/NAMYSLOWSKA/MICKLITZ, *UWG § 6 Vergleichende Werbung*, 2015, nr. 103.

²⁹¹ E. TERRY, "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, (117) 120; V. RAUS en S. VANDERPUTTEN, "Vergelijkende reclame" in T. HEREMANS (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, (27) 33.

120. Wat betreft de bescherming bieden de voorwaarden van geoorloofde reclame niet meer bescherming dan de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Bij het raadplegen van de prijsvergelijkingsite is er enkel sprake van een buitencontractuele bescherming. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken heeft een zeer ruim toepassingsgebied. Het biedt consumenten vóór, tijdens en na een commerciële transactie bescherming tegen handelspraktijken die rechtstreeks de economische belangen van consumenten schaden.²⁹² Bovendien moeten de informatievoorschriften in de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken met betrekking tot de uitnodiging tot aankoop vóór de precontractuele fase, bijvoorbeeld tijdens de fase waarin reclame wordt gemaakt ook nageleefd worden.²⁹³

²⁹² B. KEIRSBILCK en J. STUYCK, "Een kritische analyse van de wet marktpraktijken en consumentenbescherming", *TBH* 2008, (703) 705.

²⁹³ Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 20.

Hoofdstuk 4: De Richtlijn Elektronische Handel

1. Toepassingsgebied

1.1. Personeel toepassingsgebied

121. Vier verschillende dienstverleners worden gedefinieerd door de wetgeving, namelijk de dienstverlener, de gevestigde dienstverlener, de afnemer van de dienst en de consument. De dienstverlener wordt omschreven als *“iedere natuurlijke of rechtspersoon die een dienst van de informatiemaatschappij levert”*.²⁹⁴ De gevestigde dienstverlener wordt gedefinieerd als *“een dienstverlener die vanuit een duurzame vestiging voor onbepaalde tijd daadwerkelijk een economische activiteit uitoefent”*.²⁹⁵ De afnemer van de dienst is *“iedere natuurlijke of rechtspersoon die, al dan niet voor beroepsdoeleinden gebruikmaakt van een dienst van de informatiemaatschappij, in het bijzonder om informatie te verkrijgen of toegankelijk te maken”*.²⁹⁶ Consumenten maar ook professionelen vallen onder deze definitie. In de memorie van toelichting wordt een voorbeeld gegeven van het begrip “afnemer van de dienst”, namelijk degene die een advertentie raadpleegt en degene die de advertentie laat plaatsen. Beiden vallen onder het toepassingsgebied van afnemer.²⁹⁷ Tot slot is de consument *“iedere natuurlijke persoon of rechtspersoon die op duurzame wijze een economisch doel nastreeft, alsmede zijn verenigingen”*.²⁹⁸ Overeenkomsten deels gesloten voor handelsdoeleinden vallen ook onder de definitie van consument. Het handelsoogmerk dient in dat geval wel beperkt te blijven zodat het binnen de globale context niet overheerst.²⁹⁹ Slechts voor bepaalde bepalingen uit Titel 1 van Boek XII WER is het begrip consument relevant.³⁰⁰

1.2. Materieel toepassingsgebied

122. De Richtlijn Elektronische Handel beoogt in eerste instantie de juridische belemmeringen die de goede werking van de interne markt bemoeilijken weg te werken en het vrij verkeer van diensten van de informatiemaatschappij tussen de lidstaten te waarborgen.³⁰¹ Deze richtlijn tracht nationale bepalingen nader tot elkaar te brengen *“die van toepassing zijn op de diensten van de informatiemaatschappij en betrekking hebben op de interne markt, de vestiging van de dienstverleners, de commerciële communicatie, langs elektronische weg gesloten contracten, de aansprakelijkheid van tussenpersonen, gedragscodes, de buitengerechtelijke geschillenregeling, rechtsgedingen en de samenwerking tussen lidstaten”*.³⁰² Dus slechts bepaalde specifieke

²⁹⁴ Art. 2, b) Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 18, 3° WER.

²⁹⁵ Art. 2, c) Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 18, 4° WER.

²⁹⁶ Art. 2, d) Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 18, 5° WER.

²⁹⁷ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 19.

²⁹⁸ Art. 2, e) Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 1, 2° WER.

²⁹⁹ Overweging 17 Richtlijn Consumentenrechten; E. TERRYEN en J. GODDAER, “Boek XII Recht van de Elektronische Economie” in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 305.

³⁰⁰ Art. XII. 10- XII. 11 WER; E. TERRYEN en J. GODDAER, “Boek XII Recht van de Elektronische Economie” in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 305.

³⁰¹ Overweging 5 en 9; art. 1, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁰² Art. 1, lid 2 Richtlijn Elektronische Handel.

vraagstukken rond de interne markt worden door de richtlijn behandeld, waardoor het volgens de richtlijn volledig in overeenstemming is met het subsidiariteitsbeginsel.³⁰³

123. De richtlijn geldt voor alle aanbieders van "diensten van de informatiemaatschappij". Dit begrip is overgenomen uit de richtlijn 98/34/EG.³⁰⁴ Onder "diensten van de informatiemaatschappij" wordt verstaan "*elke dienst die gewoonlijk tegen vergoeding, langs elektronische weg op afstand en op individueel verzoek van een afnemer van diensten wordt verricht.*"³⁰⁵ Diensten die geen verwerking en opslag van gegevens inhouden, vallen niet onder deze definitie. De bijlage V van de richtlijn 98/34/EG bevat een indicatieve lijst van diensten die niet vallen onder de definitie van "diensten van de informatiemaatschappij".³⁰⁶

124. De richtlijn benadrukt de grote verscheidenheid aan online economische activiteiten die als diensten van de informatiemaatschappij worden gekwalificeerd. Onder meer bestaan deze activiteiten in het (online) verkoop van goederen, het aanbieden van online informatie of commerciële communicatie of het aanbieden van diensten die instrumenten verschaffen voor het opzoeken en ophalen van en het toegang krijgen tot gegevens, diensten voor het doorgeven van informatie via een communicatienetwerk, enz.³⁰⁷ Offline diensten daarentegen vallen niet onder het toepassingsgebied. Diensten van de informatiemaatschappij blijven dus niet beperkt tot diensten waarvoor online overeenkomsten worden gesloten, maar hebben ook betrekking op diensten waarvoor de afnemers niet betalen, voor zover zij een economische activiteit vormen.³⁰⁸

Deze definitie heeft het over diensten die "*gewoonlijk tegen een vergoeding*" worden afgenomen. Het verrichten van een economische activiteit is reeds voldoende.³⁰⁹ Het gratis aanbieden van online informatie valt ook binnen het toepassingsgebied van de richtlijn.³¹⁰ In de praktijk is het ook gebruikelijk dat afnemers voor veel diensten niet betalen. Prijsvergelijkingsites bieden ook online informatie aan. Er komt niet noodzakelijk een overeenkomst tot stand. Overeenkomsten komen enkel tot stand wanneer de consument de mogelijkheid heeft rechtstreeks een aankoop te doen op de site. Wanneer die mogelijkheid niet bestaat, gaat het om een prijsvergelijkingsite die gratis diensten aanbiedt, waarvoor de afnemer niet betaalt. De Richtlijn Elektronische Handel houdt ook rekening met diensten die niet worden vergoed door de afnemer, zoals hierboven aangehaald. Prijsvergelijkingsites voldoen dus aan deze vereiste in de mate dat deze een economische activiteit inhouden.³¹¹ Bovendien is dit ook in lijn met de wijze van interpretatie van het Hof van Justitie van het begrip "tegen vergoeding" in artikel 57 Verdrag betreffende de werking van de

³⁰³ Overweging 6 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁰⁴ Overweging 17 Richtlijn Elektronische Handel; Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften, *Pb.L* 5 augustus 2008, afl. 217.

³⁰⁵ Art. 1, lid 2, a) Richtlijn 98/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 juli 1998 tot wijziging van Richtlijn 98/34/EG betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften, *Pb. L* 5 augustus 1998, afl. 217; art. I. 18, 1° WER.

³⁰⁶ Overweging 17 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁰⁷ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; E. TERRYEN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 307.

³⁰⁸ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁰⁹ F. BRULOOT, "E-commerce en e-handtekening" in J. BAECK, S. BEYAERT, F. BRULOOT en I. CLAEYS (eds.), *Contractenrecht in beweging*, Antwerpen, Kluwer, 2004, (115) 120; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1162.

³¹⁰ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel.

³¹¹ Art. 2, a) en overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 18, 1° WER; E. TERRYEN, "De consument en de elektronische handel", *DCCR* 2013, (179) 185.

Europese Unie (hierna: VWEU).³¹² Deze voorwaarde impliceert een economische tegenprestatie, maar die tegenprestatie moet niet noodzakelijk door de bestemming dus door de afnemer van de dienst worden vergoed.³¹³ Ook is er sprake van een "gewoonlijk tegen vergoeding" verleende dienst wanneer door sponsoring of advertenties wordt betaald.³¹⁴ In de praktijk genereren dienstverleners hun inkomsten voornamelijk uit reclame bijgevolg zal de richtlijn ook op hen van toepassing zijn.³¹⁵ Dit is namelijk uitdrukkelijk bevestigd door het Hof van Justitie.³¹⁶ De vrijgave van persoonlijke gegevens door afnemers wordt tevens aanvaard als een betaling.³¹⁷

Vervolgens moet de dienst "op afstand" worden verricht. De dienst van de informatiemaatschappij dient dus verricht te worden zonder dat de partijen gelijktijdig aanwezig zijn.³¹⁸ De richtlijn somt enkele voorbeelden op van diensten die van nature niet op afstand en met behulp van elektronische middelen kunnen worden verricht, zoals de wettelijke controle op de rekeningen van ondernemingen.³¹⁹

Verder is vereist dat de dienst wordt geleverd "op individueel verzoek". Er is slechts sprake van een individueel verzoek, wanneer de inhoud van de dienst slechts bestemd is voor wie om de dienst verzocht en niet voor een gelijktijdige ontvangst door een onbeperkt aantal ontvangers, zoals televisie- en radio omroepdiensten (*point to multipoint*).³²⁰ Bijlage V van de richtlijn bevat een indicatieve lijst van niet onder deze definitie vallende diensten.³²¹ De richtlijn duidt twee voorbeelden aan zoals video op verzoek en commerciële communicatie via elektronische post.³²²

³¹² HvJ C-352/85, *Bond van adverteerders e.a.*, Jur. 1988, 2085; E. TERRY, "De consument en de elektronische handel", *DCCR* 2013, (179) 185.

³¹³ P. VAN EECKE, "Artikelsgewijze bespreking van de wetten elektronische handel" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, (1) 13.

³¹⁴ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 13; E. TERRY, "Nieuwe informatieplichten voor de dienstverleners" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, (47) 50; E. TERRY en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 307.

³¹⁵ S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1163.

³¹⁶ HvJ C-291/13, *Sotiris Pappasavvas v. O Fileleftheros Dimosia Etaireia Ltd, Takis Kounnafi, Giorgos Sertis*, 2014, § 26-30; C. WENDEHORST, "Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive", *EuCML* 2016, (1) 1; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1163.

³¹⁷ E. TERRY, "De consument en de elektronische handel", *DCCR* 2013, 181.

³¹⁸ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 14.

³¹⁹ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; P. VAN EECKE, "Artikelsgewijze bespreking van de wetten elektronische handel" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, (1) 14; P. VAN EECKE, "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in P. VAN EECKE (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, (1) 9.

³²⁰ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 16; E. TERRY, "Nieuwe informatieplichten voor de dienstverleners" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, (47) 51; E. TERRY en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 308; P. VAN EECKE, "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in P. VAN EECKE (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, (1) 9.

³²¹ Bijlage V Richtlijn Elektronische Handel.

³²² Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel.

Tot slot is vereist dat een dienst wordt geleverd "langs elektronische weg".³²³ Dit is een dienst die verzonden en ontvangen wordt via elektronische apparatuur voor verwerking en de opslag van gegevens, en die geheel via draden, radio, optische middelen wordt verzonden, doorgeleid en ontvangen.³²⁴ Dit begrip is dus zeer ruim. Voorbeelden hiervan zijn verlening van toegang tot het internet, elektronische correspondentie, forumdiscussie, hosting van informatie, sites voor elektronische handel, online-animatie, certificatediensten, enz.³²⁵

1.3. Omzetting in Belgisch recht

125. Boek XII, recht van de elektronische economie van het WER behelst de relevante artikelen inzake elektronische handel. Hoofdstukken één tot en met zes van Titel 1 'Bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij' zetten de bepalingen om van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt.³²⁶

1.4. Toepassing op prijsvergelijkingsites

126. Prijsvergelijkingsites bieden in de regel diensten van de informatiemaatschappij aan. Gebruikers moeten meestal niet betalen om de informatie op de website te kunnen raadplegen. Desondanks kan het uitbaten van een vergelijkingsite worden gezien als een economische activiteit, doordat prijsvergelijkingsites hun inkomsten genereren door sponsoring (gesponsorde links) of advertenties.³²⁷ De diensten van de prijsvergelijkingsites worden verricht langs elektronische weg en op afstand. Tot slot dient de dienst te worden verricht op individueel verzoek. Enkele bedenkingen kunnen worden geformuleerd bij dit vereiste. Het onderscheid tussen een dienst op individueel verzoek en een dienst zonder individueel verzoek is niet altijd volledig duidelijk, waardoor een afbakeningsprobleem kan rijzen over het toepassingsgebied van de richtlijn. Diensten die via het internet worden geleverd, worden technisch gezien steeds op aanvraag geleverd.³²⁸ Indien het gaat om een dienst *point to point* bijvoorbeeld de onlineverkoop van goederen of diensten, waarbij de communicatie plaatsvindt tussen twee of meer vooraf geïdentificeerde partijen is er sprake van een dienst op individueel verzoek.³²⁹ Het bezoek van een

³²³ Art. 1, lid 2, a) Richtlijn Elektronische Handel; art. I. 18, 1^o WER.

³²⁴ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 14-15; P. VAN EECKE, "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in P. VAN EECKE (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, (1) 6.

³²⁵ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 15; P. VAN EECKE, "Artikelsgewijze bespreking van de wetten elektronische handel" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, (1) 15.

³²⁶ Art. XII. 1, §1, lid 1 WER.

³²⁷ S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1164.

³²⁸ P. VAN EECKE, "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in P. VAN EECKE (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, (1) 10.

³²⁹ Overweging 18 Richtlijn Elektronische Handel; Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 16; P. VAN EECKE, "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in P. VAN EECKE (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, (1) 9; R. STEENNOT, *Financiële diensten op afstand*, Brussel, Larcier, 2006, 10.

website kan tevens beschouwd worden als een dienst op individueel verzoek.³³⁰ Vergelijkingsites kunnen bijgevolg in de regel gekwalificeerd worden als “diensten van de informatiemaatschappij”.³³¹ Aldus vallen exploitanten van prijsvergelijkingsites onder het toepassingsgebied van de richtlijn. Dit leidt ertoe dat de (transparantie)verplichtingen voortvloeiend uit de richtlijn moet worden nageleefd door prijsvergelijkingsites.

2. Relevante bepalingen

2.1. Informatieverplichtingen

127. In deze context bevat de richtlijn een algemene informatieplicht ten aanzien van de dienstverlener in aanvulling op de overige informatievoorschriften van het Gemeenschapsrecht. Ten aanzien van de reeds aangehaalde informatieverplichtingen vereist de Richtlijn Elektronische Handel aanvullende informatie over het handelsregister of een ander openbaar register van de handelaar, het btw-nummer, betreffende beroepsverenigingen maatregelen om belangenconflicten te vermijden en de betreffende toezichthoudende autoriteiten.³³² Deze informatievoorschriften worden tevens vereist door de Dienstenrichtlijn (zie infra). Daarnaast vereist de richtlijn aanvullende informatie over de technische stappen om tot de sluiting van het contract te komen, het feit of het contract door de dienstverlener zal worden gearhiveerd en toegankelijk zal worden gemaakt, de technische middelen waarmee invoerfouten gecorrigeerd kunnen worden en de talen waaruit kan worden gekozen.³³³ Tot slot vereist de Richtlijn Elektronische Handel aanvullende informatie over verkoopbevorderende aanbiedingen.³³⁴

128. De voorschriften met betrekking tot de beschrijving van het product³³⁵ en de prijs³³⁶ daarentegen zijn overlappende informatievoorschriften die ook steeds weer terugkomen in andere richtlijnen.³³⁷ Daarnaast vereisen alle drie de richtlijnen, namelijk de Consumentenrichtlijn, de Dienstenrichtlijn en de Richtlijn Elektronische Handel, informatie over de naam van de handelaar³³⁸ en de contactgegevens.³³⁹

³³⁰ G. STRAETMANS, “Richtlijn 2002/65/EG betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten”, *DCCR* 2003, (3) 31, voetnoot 129.

³³¹ V. DRUENEN, “De verantwoordelijkheid van vergelijkingsites”, *Computerrecht* 2016, (14) 16.

³³² Art. 5, lid 1, d), g) en e); Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 22.

³³³ Art. 10, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 22.

³³⁴ Art. 6 Richtlijn Elektronische Handel; Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 22.

³³⁵ Art. 5, lid 1-6, lid 1 Richtlijn Consumentenrechten; art. 22, lid 1, j) Dienstenrichtlijn; art. 6, c) en d) Richtlijn Elektronische Handel.

³³⁶ Art. 5, lid 1, c) en art. 6, lid 1, e) Richtlijn Consumentenrechten; art. 22, lid 1, i) Dienstenrichtlijn; art. 5, lid 2 Richtlijn Elektronische Handel.

³³⁷ Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 22.

³³⁸ Art. 5, lid 1, b) en art. 6, lid 1, b) Richtlijn Consumentenrechten; art. 22, lid 1, a) Dienstenrichtlijn; art. 5, lid 1, a) Richtlijn Elektronische Handel.

³³⁹ Art. 5, lid 1, b) en art. 6, lid 1, c) en d) Richtlijn Consumentenrechten; art. 22, lid 1, a) en art. 27 Dienstenrichtlijn; art. 5, lid 1, b) en c) Richtlijn Elektronische Handel.

2.2. Verhouding tot andere richtlijnen

129. Wanneer een bepaling van de Richtlijn Elektronische Handel of de Dienstenrichtlijn in strijd is met een bepaling van de Richtlijn Consumentenrechten "*betreffende de inhoud van en de wijze waarop informatie dient te worden verstrekt*", heeft de bepaling van de Richtlijn Consumentenrechten voorrang.³⁴⁰ De verplichtingen vastgelegd in de Richtlijn Consumentenrechten voor buiten verkooppunten gesloten overeenkomsten en overeenkomsten op afstand zijn in beginsel uitputtend. De informatievoorschriften van de Richtlijn Consumentenrechten komen bovenop de informatievoorschriften uit hoofde van de Richtlijn Elektronische Handel en de Dienstenrichtlijn.³⁴¹

2.3. Andere bepalingen

130. Andere bepalingen die van toepassing kunnen zijn op prijsvergelijkingsites en hun exploitanten zijn onder andere art. 9 en art. 10 Richtlijn Elektronische Handel. Deze bepalingen leggen de lidstaten de verplichting op om ervoor te zorgen dat hun rechtstelsel het sluiten van contracten langs elektronische weg mogelijk maakt en ervoor te zorgen dat de regels met betrekking tot de totstandkoming van contracten geen belemmeringen vormen. Daarnaast lijsten deze bepalingen een aantal informatievoorschriften op, in aanvulling op de overige informatievoorschriften van het Gemeenschapsrecht die dienen verstrekt te worden aan de afnemer van de dienst, voordat hij zijn order plaatst.³⁴²

³⁴⁰ Art. 6, lid 8, § 2 Richtlijn Consumentenrechten; Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 23.

³⁴¹ Art. 6, lid 8, § 1 Richtlijn Consumentenrechten; Leidraad Richtlijn Consumentenrechten, 23.

³⁴² Art. 9 en art. 10 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 7 WER.

3. Aansprakelijkheid van tussenpersonen

3.1. Toepasselijke bepalingen

131. Artikelen 12 en 14 van de richtlijn bevatten een regeling die bestaat uit een vrijstelling van aansprakelijkheid van dienstverleners die als tussenpersoon optreden voor de doorgegeven informatie. Artikel 15 houdt een verbod in om diezelfde dienstverleners een algemene toezichtsverplichting op te leggen.³⁴³ Beide regelingen kunnen mogelijk van toepassing zijn op exploitanten van prijsvergelijkingsites.

3.1.1. "Mere conduit"

132. Artikel 12 van de richtlijn handelt over "*mere conduit*" (doorgeefluik). In dat geval bestaat "*een dienst van de informatiemaatschappij in het doorgeven in een communicatienetwerk van door een afnemer van de dienst verstrekte informatie, of in het verschaffen van toegang tot een communicatienetwerk*".³⁴⁴ Lidstaten zorgen ervoor dat in dergelijke gevallen de dienstverlener niet aansprakelijk is voor de doorgegeven informatie, op voorwaarde dat: het initiatief tot de doorgifte niet bij de dienstverlener ligt; de ontvanger van de doorgegeven informatie niet door de dienstverlener wordt geselecteerd en de doorgegeven informatie niet door de dienstverlener wordt geselecteerd of gewijzigd.³⁴⁵

133. De dienstverlener mag op geen enkele wijze betrokken zijn bij de doorgegeven informatie. Hij mag de informatie die hij doorgeeft niet wijzigen. Dit heeft echter geen betrekking op technische handelingen die tijdens de doorgifte plaatsvinden aangezien de integriteit van de informatie daardoor niet wordt aangetast.³⁴⁶ Een dienstverlener die met opzet met de afnemer van de dienst samenwerkt om onwettige handelingen te verrichten kan zich niet beroepen op de vrijstelling.³⁴⁷

134. Een vergelijkingssite die aanbiedingen rangschikt naar prijs of zelf actief zoekt naar informatie is geen *mere conduit*. De vergelijkingssite is op die manier behulpzaam bij het vinden van een aantrekkelijke aanbieding. Het is bijgevolg geen neutraal doorgeefluik, doordat zij zelfstandig en rechtstreek de keuze van de consument beïnvloedt.³⁴⁸ Wanneer de handelingen van de vergelijkingssite echter louter technisch, automatisch en passief zijn en hij geen kennis of controle heeft over de doorgegeven informatie, is er sprake van *mere conduit*.³⁴⁹

³⁴³ Art. 12, 14 en 15 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 17, XII. 19 en XII. 20 WER; E. TERRYEN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 329.

³⁴⁴ Art. 12, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 17, lid 1 WER.

³⁴⁵ Art. 12, lid 1, a-c) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 17, lid 1, 1^o-3^o WER

³⁴⁶ Overweging 43 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁴⁷ Overweging 44 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁴⁸ Rb. Amsterdam (NL) 7 oktober 2015.

³⁴⁹ Cass. 3 februari 2004, AR. P.03.1427.N.

3.1.2. Hosting

135. Artikel 14 van de richtlijn handelt daarentegen over situaties waarin “een dienst van de informatiemaatschappij bestaat in de opslag van de door een afnemer van de dienst verstrekte informatie”.³⁵⁰ Wat betreft vergelijkingssites gaat het om “hosting” van informatie door exploitanten van prijsvergelijkingssites verkregen door leveranciers waarvan de goederen of diensten worden vergeleken.³⁵¹

136. De dienstverlener is niet aansprakelijk voor de op verzoek van de afnemer van de dienst opgeslagen informatie indien aan een van de volgende voorwaarden is voldaan: vooreerst mag de dienstverlener geen daadwerkelijk kennis hebben van de onrechtmatige activiteit of informatie en, wanneer het een schadevergoedingsvordering betreft, mag hij geen kennis hebben van feiten of omstandigheden waaruit het onrechtmatige karakter van de activiteit of informatie duidelijk blijkt.³⁵² Hieruit volgt dat de *hostprovider* niet vrijgesteld zal zijn van civielrechtelijke aansprakelijkheid, wanneer hij zich bewust was van de feiten of omstandigheden waaruit de onrechtmatige of onjuiste activiteit duidelijk blijkt, zelfs indien daadwerkelijke kennis in hoofde van de *hostprovider* ontbreekt. Om daarentegen vrijgesteld te zijn van strafrechtelijke aansprakelijkheid, is het voldoende dat hij geen daadwerkelijk kennis heeft van de onrechtmatige activiteit of informatie.³⁵³ Vervolgens moet de dienstverlener, zodra hij van het bovenbedoelde daadwerkelijk kennis heeft of beseft krijgt, prompt handelen om de informatie te verwijderen of de toegang daartoe onmogelijk te maken³⁵⁴. Dus de *hostprovider* kan slechts aansprakelijk gesteld worden voor het niet snel handelen om de onrechtmatige of onjuiste informatie te verwijderen of de toegang ertoe te blokkeren, mits kennis ervan.³⁵⁵ Tot slot mag de afnemer van de dienst niet op gezag of onder toezicht van de dienstverlener handelen.³⁵⁶ Deze uitzondering is alleszins niet van toepassing op prijsvergelijkingssites. Hieronder zullen de verschillende begrippen die belangrijk zijn voor de aansprakelijkheidsvrijstelling nader worden toegelicht.

137. Het gebruik van de term “onwettig” is echter ongelukkig. In Frankrijk wordt er gesproken over “une information illicite”.³⁵⁷ Rechtsleer heeft reeds gesteld dat de term “onrechtmatig” een betere vertaling was geweest. In het vervolg van de bespreking zal deze vertaling dan ook worden toegepast.³⁵⁸

³⁵⁰ Art. 14, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁵¹ *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 282, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

³⁵² Art. 14, lid 1, a) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, §1, 1° WER.

³⁵³ S. DE POURCQ, “De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews” *TPR* 2014, (1157) 1177.

³⁵⁴ Art. 14, lid 1, b) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, §1, 2° WER.

³⁵⁵ C. VERDURE, “Les hébergeurs de sites web: victimes ou régulateurs de la société de l’information?”, *DCCR* 2005, (31) 39; P. VAN EECKE, “De nieuwe wetgeving inzake elektronische handel. Een eerste commentaar”, *RW* 2003-04, (321) 338; S. DE POURCQ, “De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews” *TPR* 2014, (1157) 1177.

³⁵⁶ Art. 14, lid 2 Richtlijn Elektronische Handel en art. XII. 19, §2 WER.

³⁵⁷ Art. 6. I.-3 Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l’économie numérique.

³⁵⁸ C. DE PRETER, “Wie heeft nog boodschap aan de boodschap? De aansprakelijkheid van tussenpersonen onder de wet elektronische handel”, *AM* 2003, (256) 258; J. DEENE, “Aansprakelijkheid vza internet service providers”, *NJW* 2005, (722) 727; M. SCHELLEKENS, *Aansprakelijkheid van internetaanbieders*, doctoraatsthesis Katholieke Universiteit Brabant, 2001, 216.

3.1.2.1. Kennisgeving door benadeelde

138. Wanneer de dienstverlener kennis heeft van vermeende onrechtmatige activiteiten of informatie uitgaande van de dienstafnemer, dient hij de bevoegde gerechtelijke of administratieve autoriteiten daarvan onverwijld op de hoogte te brengen.³⁵⁹ De dienstverlener zal vaak op de hoogte zijn van de vermeende onrechtmatige activiteit of informatie doordat de benadeelde persoon hem hiervan in kennis heeft gesteld.³⁶⁰ Er bestaat echter geen Europese *notice-and-action* procedure.³⁶¹ Zo een procedure bepaalt de inhoudelijke en vormelijke vereisten van dergelijke kennisgeving en hoe de dienstverlener hierop moet reageren.³⁶²

139. De richtlijn geeft de lidstaten wel de mogelijkheid om zelf procedures vast te stellen om informatie te verwijderen of de toegang daartoe onmogelijk te maken.³⁶³ De Belgische wetgever heeft hier gebruik van gemaakt. Wanneer de dienstverlener daadwerkelijk kennis krijgt van een onrechtmatigheid, handelt hij overeenkomstig de procedure bepaald in paragraaf 3 van artikel XII. 19 WER.³⁶⁴ Hij dient de onrechtmatigheid onverwijld te melden aan de procureur des Konings, die de nodige maatregelen neemt overeenkomstig artikel 39*bis* van het Wetboek Strafvordering.³⁶⁵

140. De rechtspraak en rechtsleer hebben alleszins verduidelijkt aan welke voorwaarden een kennisgeving moet voldoen.³⁶⁶ Een kennisgeving moet voldoende nauwkeurig en onderbouwd zijn, opdat de *hostprovider* verplicht wordt om actie te ondernemen - aldus het Hof van Justitie.³⁶⁷ Daarnaast dient volgens Belgische rechtsleer de kennisgevende persoon in elk geval de plaats van de beweerde onrechtmatige informatie te verduidelijken.³⁶⁸

3.1.2.2. Kennis van onrechtmatige activiteit of informatie

141. De promptte reactie van de handelaar wordt afhankelijk gesteld van diens kennis van de onrechtmatige activiteit of informatie.³⁶⁹ De meerderheid in de rechtsleer is van mening dat de dienstverlener dient te reageren wanneer hij kennis heeft van de onrechtmatigheid van bepaalde informatie of activiteiten. De loutere kennis van het bestaan van informatie volstaat dus niet.³⁷⁰ Volgens de memorie van toelichting bij de Belgische wet is er pas een reactie vereist indien de

³⁵⁹ Art. 15, lid 2 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 20, §2, lid 1 WER.

³⁶⁰ C. VERDURE, "Les hébergeurs de sites web: victimes ou régulateurs de la société de l'information?", *DCCR* 2005, (31) 44; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1178.

³⁶¹ Commission staf working document: online services, including e-commerce in the Single Market, SEC(2011)1641 def., 39; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1178.

³⁶² S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1177.

³⁶³ Art. 14, lid 3 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁶⁴ Art. XII. 19, §1, 2° WER.

³⁶⁵ Art. XII. 19, §3 WER.

³⁶⁶ S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1179.

³⁶⁷ HvJ C-324/09, *L'Oréal SA e.a. v. eBay International AG e.a.*, 2011, § 22.

³⁶⁸ C. DE PRETER, "Nieuwe aansprakelijkheidsregels voor de dienstverleners" in P. VAN EECKE en J. DUMORTIER (eds.), *Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Die Keure, Brugge, 2003, (211) 220; P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 364-365; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1179-1180; T. DE MEESE EN K. JANSSENS, *Jb. Hand.* 2009, (500) 502-503.

³⁶⁹ Art. 14, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, § 1 WER.

³⁷⁰ M. SCHELLEKENS, *Aansprakelijkheid van internetaanbieders*, doctoraatsthesis Katholieke Universiteit Brabant, 2001, 222-223; P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 374; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1181.

informatie kennelijk onrechtmatig is.³⁷¹ Dit is het geval wanneer de informatie revisionistisch, pedofiel of ontegensprekelijk beledigend is.³⁷²

142. In haar arrest *L'Oréal/eBay* geeft het Hof van Justitie aan dat er alleen kennis "na een op eigen initiatief verricht onderzoek" kan worden verkregen of wanneer "het bestaan van een dergelijke activiteit of van dergelijke informatie hem ter kennis wordt gebracht".³⁷³ De richtlijn verbiedt het opleggen van een onderzoeksplicht.³⁷⁴ Een *hosting provider* zal bijgevolg kennis verkrijgen van onrechtmatige informatie door middel van meldingen afkomstig van gebruikers.

143. De dienstverlener zal zelf moeten oordelen of de kwestieuze informatie duidelijk, manifest of onmiskenbaar onrechtmatig is, wanneer een rechterlijk bevel ontbreekt.³⁷⁵ Het risico bestaat erin dat dienstverleners elke informatie die wordt gemeld als onrechtmatig gaan verwijderen uit angst voor aansprakelijkheid.³⁷⁶

144. Prijsvergelijkingsites die hun gegevens verzamelen middels het doorzoeken van het internet met behulp van *scraping* zullen evenwel vaak geen kennis hebben over de onrechtmatigheid van de doorgegeven informatie.³⁷⁷ Het bestaan van een dergelijke activiteit of van dergelijke informatie kan de prijsvergelijkingsite ter kennis worden gebracht, maar daarvoor dienen de contactgegevens van de vergelijkeningsite beschikbaar te zijn, wat niet altijd het geval is.³⁷⁸

3.1.2.3. Prompte reactie

145. De dienstverlener die daadwerkelijk kennis heeft van onrechtmatige informatie of activiteiten of zich bewust is van dergelijke informatie of activiteiten, is verplicht om deze informatie te verwijderen of de toegang ertoe onmogelijk te maken.³⁷⁹ De richtlijn stelt daarbij dat deze reactie dient te gebeuren met respect voor het principe van de vrijheid van meningsuiting en overeenkomstig de nationale regelgeving.³⁸⁰ In België dient de dienstverlener de procureur des Konings op de hoogte te brengen wanneer hij daadwerkelijk kennis krijgt van een onrechtmatige activiteit of informatie.³⁸¹ Daarnaast kan hij enkel maatregelen nemen om de toegang tot de

³⁷¹ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 48; P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 374.

³⁷² Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 48.

³⁷³ HvJ C-324/09, *L'Oréal e.a. v. eBay*, 2011, §122.

³⁷⁴ Overweging 17 en art. 15 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁷⁵ P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 374; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1183.

³⁷⁶ Commission staf working document: online services, including e-commerce in the Single Market, SEC(2011)1641 def., 39; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1183.

³⁷⁷ Y. VAN DEN BRANDE, "Scrapen: het verzamelen van *on-line* publiekelijk beschikbare gegevens", *AM* 2009, (608) 608.

³⁷⁸ HvJ C-324/09, *L'Oréal e.a. v. eBay*, 2011, §122.

³⁷⁹ Art. 14, lid 1, b) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, § 1, 2° WER.

³⁸⁰ Overweging 46 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁸¹ Art. XII. 19, § 3, lid 1 WER; P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 375-376; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1185.

informatie te verhinderen zolang de procureur des Konings geen beslissing heeft genomen.³⁸² Tot slot bepaalt de memorie van toelichting bij de Belgische wetgeving dat het niet de bedoeling is dat de dienstverlener beveiligings- of filterprocedures installeert of een minimum aantal steekproeven uitvoert.³⁸³

3.2. Aansprakelijkheidsvrijstellingen

146. De vrijstelling is van toepassing op drie specifieke activiteiten, namelijk *mere* conduit, *caching* en *hosting*.³⁸⁴ De aansprakelijkheidsvrijstellingen zijn enkel van toepassing op gevallen waarin de activiteit van de aanbieder van diensten van de informatiemaatschappij gelimiteerd is tot het technische proces van de werking en het verstrekken van toegang tot een communicatienetwerk waarop door derden verschaft informatie wordt overgebracht of tijdelijk wordt bewaard, met als enig doel de doorgifte efficiënter te maken.³⁸⁵ De activiteit van een tussenpersoon moet volgens het Hof van Cassatie “*een louter technisch, automatisch en passief karakter*” hebben. Dit betekent dat de tussenpersoon “*noch kennis noch controle heeft over de informatie die wordt doorgegeven of opgeslagen*”.³⁸⁶ De categorieën *mere* conduit en *hosting* die van belang zijn voor dit onderzoek genieten dus een specifieke en voorwaardelijke bescherming ten aanzien van de onrechtmatige informatie die ze voor derden overdragen of opslaan.³⁸⁷ Dit aansprakelijkheidsregime voorziet een bescherming tegen de onbeperkte toepassing van de algemene wettelijke aansprakelijkheidsregels, zowel burgerrechtelijk (contractueel en buitencontractueel) als strafrechtelijk.³⁸⁸

147. De regeling bestaat voornamelijk uit een aantal algemene preventieve vrijstellingen.³⁸⁹ Er is echter geen sprake van een algemene toezichtverplichting om toe te zien op de informatie die zij doorgeven of opslaan. Daarnaast is er ook geen plicht om actief te zoeken naar feiten of omstandigheden die wijzen op onrechtmatige activiteiten.³⁹⁰ Het niet vaststellen en adverteren van onrechtmatige informatie kan bijgevolg niet worden toegerekend aan de tussenpersoon als onzorgvuldigheid. Afhankelijk van de functie van de tussenpersoon verleent de richtlijn in enkele

³⁸² Art. XII. 19, § 3, lid 2 WER; P. GUNST en P. VAN EECKE, “Aansprakelijkheid van dienstverleners”, in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 376; S. DE POURCQ, “De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews” *TPR* 2014, (1157) 1185.

³⁸³ Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001, 48.

³⁸⁴ Overweging 42, 43 en 46 Richtlijn Elektronische Handel; C. DE PRETER, “Wie heeft nog boodschap aan de boodschap? De aansprakelijkheid van tussenpersonen onder de wet elektronische handel”, *AM* 2003, (256) 258.

³⁸⁵ Overweging 42 Richtlijn Elektronische Handel.

³⁸⁶ Overweging 42 Richtlijn Elektronische Handel; Cass. 3 februari 2004, AR. P.03.1427.N.

³⁸⁷ G. SOMERS en J. DUMORTIER, “Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)”, *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁸⁸ Eerste Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (“Richtlijn inzake elektronische handel”), COM(2003) 0702 def, 14; A. STROWEL, N. IDE en F. VERHOESTRAETE, “La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l’Internet”, *JT* 2001, (133) 141; G. SOMERS en J. DUMORTIER, “Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)”, *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49; P. VAN EECKE, “Online service providers and liability: a plea for a balanced approach”, *CMLR* 2011, (1455) 1463; S. DE POURCQ, “De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews” *TPR* 2014, (1157) 1165.

³⁸⁹ G. SOMERS en J. DUMORTIER, “Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)”, *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁹⁰ Art. 15, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 20, lid 1 WER.

specifieke vrijstellingen. Om de vrijstelling te kunnen genieten moet een aantal voorwaarden voldaan zijn.³⁹¹

148. Kort samengevat geniet de *access provider* volledige bescherming indien hij op geen enkele wijze actief betrokken is bij de doorgifte van de informatie.³⁹² De *hosting* provider geniet ook volledige bescherming op voorwaarde dat hij informatie op verzoek van een klant opslaat en geen daadwerkelijke kennis heeft van de onrechtmatige activiteit of informatie.³⁹³ De *host* moet wel vanaf het moment van daadwerkelijke kennis kunnen aantonen dat hij de informatie prompt heeft verwijderd of de toegang ertoe onmogelijk heeft gemaakt.³⁹⁴ Er moet echter voor worden opgelet dat *service providers* uit vrees voor aansprakelijkheid voor het tonen van onrechtmatige informatie preventief geen strenge censuur beginnen doorvoeren.³⁹⁵ Dit zou wel eens in strijd kunnen zijn met het recht op vrije meningsuiting.³⁹⁶

3.3. Aansprakelijkheid van vergelijkingsites voor onrechtmatige informatie

149. De hierboven besproken wetgeving is bijzonder relevant voor vergelijkingsites, doordat de uitoefening van informatievrijheid en ondernemingsvrijheid vaak botst met rechten van derden. In dergelijke gevallen rijst de vraag wie aansprakelijk moet gehouden worden voor onrechtmatig materiaal en schadelijke handelingen en in welke mate deze aansprakelijkheid beperkt en overgedragen kan worden.³⁹⁷ De centrale vraag hier is of een vergelijkingsite kan gekwalificeerd worden als *host* en of deze sites aansprakelijkheid kunnen oplopen wanneer de consument onvoldoende of onjuiste informatie bijvoorbeeld verkeerde prijzen heeft ontvangen. De informatie afkomstig van de handelaar kan namelijk schade toebrengen aan de consument.

150. Er is sprake van *hosting* wanneer informatie die een afnemer van de dienst heeft gecreëerd, op diens eigen verzoek wordt opgeslagen.³⁹⁸ Een dienstverlener oefent dus slechts een louter technische activiteit uit, zoals het aanbieden van ruimte op een server aan handelaars of personen om er hun website op te plaatsen.³⁹⁹ In het Eerste Verslag van de Commissie over de toepassing van de Richtlijn Elektronische Handel wordt echter bepaald dat "*de in de richtlijn genoemde aansprakelijkheidsbeperkingen gelden voor bepaalde duidelijk afgebakende activiteiten die door tussenpersonen op het internet worden uitgevoerd, veeleer dan voor categorieën dienstverleners of*

³⁹¹ G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁹² Art. 12 lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 17 WER; G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁹³ Art. 14, lid 1, a) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, §1, 1° WER; G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁹⁴ Art. 14, lid 1, b) Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, §1, 2° WER; G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 49.

³⁹⁵ J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 727.

³⁹⁶ Art. 10 EVRM; J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 724.

³⁹⁷ G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, 48.

³⁹⁸ Art. 14, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel; art. XII. 19, § 1 WER.

³⁹⁹ P. GUNST en P. VAN EECKE, "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in P. VAN EECKE (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, (360) 67; P. VAN EECKE, "Online service providers and liability: a plea for a balanced approach", *CMLR* 2011, (1455) 1463; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1168.

soorten informatie".⁴⁰⁰ Uit datzelfde verslag blijkt dat artikel 14 een ruimer toepassingsgebied heeft en ook bedoeld is voor bulletin boards en chatrooms.⁴⁰¹

151. Een dienstverlener kan volgens een arrest het Hof van Cassatie van 3 februari 2004 beschouwd worden als *hostprovider* indien zijn handelingen louter technisch, automatisch en passief van aard zijn.⁴⁰² Volgens dit arrest is vereist dat de dienstverlener geen kennis heeft van of controle heeft over de informatie die wordt opgeslagen.⁴⁰³ Het Hof baseert zich hierbij duidelijk op overweging 42 van de richtlijn. Er zijn echter verschillende auteurs van mening dat deze overweging niet van toepassing is op hostingactiviteiten.⁴⁰⁴ Ook stelt het Hof van Justitie net zoals het Hof van Cassatie dat artikel 14 Richtlijn Elektronische Handel enkel van toepassing is indien de dienstverlener "geen actieve rol heeft waardoor hij kennis heeft van of controle heeft over" de opgeslagen informatie.⁴⁰⁵ Wat betreft de veilingsite eBay bijvoorbeeld is er volgens het Hof van Justitie wel degelijk sprake van een actieve rol als de dienstverlener de aanbiedingen bevordert of zorgt voor de optimalisatie van de wijze waarop de verkoopaanbiedingen worden getoond.⁴⁰⁶

152. Uit deze rechtspraak lijkt te volgen dat de uitbaters van prijsvergelijkingsites waarop consumenten producten kunnen vergelijken niet beantwoorden aan de omschrijving van artikel 14, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel. Ook in de Skyscanner rechtspraak werd gesteld dat een vergelijkingsite van vliegtickets geen beroep kon doen op de aansprakelijkheidsvrijstelling van artikel 14, lid 1 Richtlijn Elektronische Handel. De handelsactiviteiten van Skyscanner bleven niet beperkt tot het enkele verder verspreiden van informatie van derden. De informatie werd niet in haar oorspronkelijke vorm openbaar gemaakt of opgeslagen, maar op uniforme wijze, passend in de door hem voor zijn website gekozen opmaak, tot één geheel getransformeerd. De vliegtickets werden gerangschikt op prijs en de aanbiedingen werden aangeprezen als de goedkoopste. Er was dus sprake van een actieve rol als dienstverlener doordat de aanbiedingen van reisorganisator Govolo werden bevordert en de wijze waarop verkoopaanbiedingen werden getoond werd geoptimaliseerd door Skyscanner. Het CvB voerde tevens aan dat Skyscanner zich differentieerde van *hostingproviders*, omdat Skyscanner zelfstandig onderzoek doet naar de juistheid van de door derden bezorgde gegevens. Dit argument alleen is niet valabel om de aansprakelijkheidsvrijstelling

⁴⁰⁰ Eerste Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), COM(2003) 0702 def, 14, voetnoot 64.

⁴⁰¹ Eerste Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), COM(2003) 0702 def, 14

⁴⁰² Cass. 3 februari 2004, P.03.1427.N.

⁴⁰³ Cass. 3 februari 2004, P.03.1427.N.; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1169.

⁴⁰⁴ Cass. 3 februari 2004, P.03.1427.N, noot S. DE SCHRIJVER; P. VAN EECKE, "Online service providers and liability: a plea for a balanced approach", *CMLR* 2011, (1455) 1463; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1169.

⁴⁰⁵ HvJ C-236/08 tot en met C-238/08, *Google France SARL, Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA, en Google France SARL v. Viaticum SA, Luteciel SARL, en Google France SARL v. Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL*, 2010; HvJ C-324/09, *L'Oréal SA e.a. v. eBay International AG e.a.*, 2011, § 113 en 116.

⁴⁰⁶ HvJ C-324/09, *L'Oréal SA e.a. v. eBay International AG e.a.*, 2011, § 116; C. WENDEHORST, "Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive", *EuCML* 2016, 30; S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1169.

uit te sluiten. Er bestaat rechtsonzekerheid over de kwalificatie als hostingprovider van een dienstverlener indien deze de informatie controleert.⁴⁰⁷

153. Hosting vormt een louter technisch proces, maar terecht kan de vraag worden gesteld zoals advocaat-generaal M. Poiares Madura in zijn conclusie stelt waarom reclameactiviteiten niet als hostdiensten kunnen worden gekwalificeerd.⁴⁰⁸ Reclameactiviteiten veranderen volgens hem niets aan het feit dat bepaalde inhoud wordt opgeslagen in het kader van diensten van de informatiemaatschappij. Het maakt niet uit of dit gebeurt voor reclame of voor andere activiteiten waarop deze diensten betrekking hebben. Diensten van de informatiemaatschappij bestaan zelden uit activiteiten die uitsluitend technisch zijn en zijn vaak verbonden aan andere activiteiten die zorgen voor de financiële ondersteuning ervan.⁴⁰⁹

154. De aansprakelijkheid van vergelijkingssites zal dus moeten worden beoordeeld aan de hand van het algemene leerstuk van de onrechtmatige daad, door middel van het zorgvuldigheidscriterium.⁴¹⁰ Rechthebbenden dienen het bewijs te leveren van de schade, van een toerekenbare fout in hoofde van de *service provider* en dienen tot slot het causaal verband aan te tonen tussen de fout van de *service provider* en hun geleden schade.⁴¹¹ Traditioneel bestaat de fout uit een overtreding van een wettelijke norm of uit een inbreuk op de zorgvuldigheidsplicht. Er zal weinig twijfel bestaan over de aansprakelijkheid, wanneer een wettelijke norm wordt overtreden.⁴¹² De aansprakelijkheid op grond van een inbreuk op de zorgvuldigheidsplicht is minder evident.⁴¹³ Nationaal recht zal bepalen in welke mate dienstverleners die door afnemers van hun dienst verstrekte informatie toegankelijk maken, zich dienen te houden aan zorgvuldigheidsverplichtingen die redelijkerwijs van hen verwacht mogen worden en die bij nationale wet zijn vastgesteld. Het is aan de lidstaten om nadere invulling te geven aan de zorgvuldigheidsnormen. De richtlijn laat hiertoe de nodige ruimte.⁴¹⁴

⁴⁰⁷ S. DE POURCQ, "De aansprakelijkheid van bookingssites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, (1157) 1173.

⁴⁰⁸ HvJ C-236/08 tot en met C-238/08, *Google France SARL, Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA, en Google France SARL v. Viaticum SA, Luteciel SARL, en Google France SARL v. Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL*, 2010, concl. M. POIARES MADURA.

⁴⁰⁹ HvJ C-236/08 tot en met C-238/08, *Google France SARL, Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA, en Google France SARL v. Viaticum SA, Luteciel SARL, en Google France SARL v. Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL*, 2010, concl. M. Poiares Madura, § 140.

⁴¹⁰ Aanpassing van het Burgerlijk Wetboek, het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering, het Wetboek van Strafrecht en de Wet op de economische delicten ter uitvoering van richtlijn nr. 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (PbEG L 178) (Aanpassingswet richtlijn inzake elektronische handel), Kamerstukken II 2001/02, 28 197, nr. 3, 47.

⁴¹¹ Art. 1382-1383 BW; J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 724.

⁴¹² Brussel 7 oktober 2003, *IRDI* 2004, afl. 1, 47; J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 724.

⁴¹³ J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 724.

⁴¹⁴ Overweging 48 Richtlijn Elektronische Handel; Aanpassing van het Burgerlijk Wetboek, het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering, het Wetboek van Strafrecht en de Wet op de economische delicten ter uitvoering van richtlijn nr. 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (PbEG L 178) (Aanpassingswet richtlijn inzake elektronische handel), Kamerstukken II 2001/02, 28 197, nr. 3, 27-28; Hoge Raad (NL) 25 november 2005; BGH (DE) 11 maart 2004.

3.4. Tussentijdse besluit

155. De Richtlijn Elektronische Handel trachtte met zijn aansprakelijkheidsregeling duidelijkheid en rechtszekerheid te scheppen inzake de aansprakelijkheid van tussenpersonen.⁴¹⁵ De doelstelling van de richtlijn is echter niet bereikt, de beschrijvingen van de verschillende categorieën tussenpersonen zijn achterhaald en stroken niet met de gewijzigde technologische omstandigheden. Verder zijn ook de voorwaarden voor een vrijstelling van aansprakelijkheid niet volledig duidelijk en heerst er twijfel over de mate waarin de richtlijn toestaat om verplichtingen op te leggen aan de beschermde tussenpersonen.⁴¹⁶

4. Verhouding met richtlijn 96/9/EG betreffende de rechtsbescherming van databanken

4.1. Toepassingsgebied

156. Richtlijn 96/9/EG betreft de rechtsbescherming van databanken.⁴¹⁷ Een databank is "een verzameling van werken, gegevens of andere zelfstandige elementen, systematisch of methodisch geordend, en afzonderlijk met elektronische middelen of anderszins toegankelijk".⁴¹⁸ Het begrip heeft een ruime reikwijdte, vrij van overwegingen van formele, technische of materiële aard.⁴¹⁹

4.2. Dubbele bescherming

4.2.1. Auteursrechtelijke bescherming

157. De auteursrechtelijke bescherming van databanken wordt geregeld in hoofdstuk twee van de richtlijn.⁴²⁰ Volgens art. 3, lid 1 van de richtlijn geldt die bescherming voor databanken die door de keuze of de rangschikking van de gegevens/informatie een eigen intellectuele schepping van de maker vormen.⁴²¹ Deze bescherming betreft niet de inhoud van die databanken en laat de bestaande rechten op die inhoud onverlet.⁴²² Deze bescherming heeft dus enkel betrekking op de structuur van de databank.⁴²³

⁴¹⁵ Proposal for a European Parliament and Council Directive on certain legal aspects of electronic commerce in the internal market, COM(1998) 586 inal, 12, www.edis.sk/ekes/ecommm_legalen.pdf; E. TERRYEN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 329.

⁴¹⁶ E. TERRYEN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 329-330.

⁴¹⁷ Art. 1, lid 1 Richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, (Hierna: Databankrichtlijn).

⁴¹⁸ Overweging 17 en art. 1, lid 2 Databankrichtlijn.

⁴¹⁹ HvJ C-444/02, *Fixtures Marketing Ltd v. Organismos prognostikon agonon podosfairou AE (OPAP)*, 2004.

⁴²⁰ Art. 3-6 Databankrichtlijn.

⁴²¹ Art. 3, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴²² Art. 3, lid 2 Databankrichtlijn.

⁴²³ Overweging 15 Databankrichtlijn.

158. Artikel 5 somt de handelingen op waartoe de maker van een databank het exclusieve recht heeft.⁴²⁴ De rechtmatige gebruiker kan zonder toestemming van de maker van de databank alle in artikel 5 bedoelde handelingen verrichten die noodzakelijk zijn om toegang te krijgen tot de databank en die dienen om normaal gebruik te maken van de inhoud van de databank.⁴²⁵ Elk hiermee strijdig contractueel beding is nietig.⁴²⁶

4.2.2. *Sui generis* bescherming

159. De richtlijn voorziet ook in een bescherming door een specifiek "*sui generis*" recht, een eigen databankrecht.⁴²⁷ Deze bescherming geldt voor databanken waarvan de verkrijging, de controle of de presentatie van de inhoud in kwalitatief of kwantitatief opzicht getuigt van een substantiële investering. Indien dit het geval is heeft de fabrikant van een databank het recht om de opvraging en/of het hergebruik van het geheel of een in kwalitatief of kwantitatief opzicht substantieel deel van die inhoud te verbieden.⁴²⁸ Hier wordt dus voorzien in een bescherming van de inhoud van de databank. Het begrip "substantiële investering" wordt niet gedefinieerd in de richtlijn. Volgens het Hof van Justitie heeft die substantiële investering betrekking op de "*investering ten behoeve van het aanleggen van deze databank als zodanig*" en duidt het begrip op "*de middelen die worden aangewend om bestaande elementen te verkrijgen en in deze databank te verzamelen, met uitsluiting van de middelen die worden aangewend voor het creëren van die elementen*".⁴²⁹ Het doel van dit recht is de investeringen in de sector beschermen en vermijden dat concurrenten de inhoud van de databanken simpelweg zouden overnemen.⁴³⁰

160. De rechthebbende is de fabrikant die onderdaan is van een lidstaat of zijn gewone verblijfplaats op het grondgebied van de Gemeenschap heeft.⁴³¹ De fabrikant van een databank is de persoon die het initiatief neemt tot en het risico draagt van de investeringen.⁴³² Het is dus niet vereist dat de rechthebbende ook de maker van de databank is. Het bijzondere recht om opvraging en/of hergebruik van de inhoud of een substantieel deel ervan te verbieden, is niet alleen gericht tegen de fabricage van een parasiterend concurrerend product, maar ook tegen de gebruiker die door zijn handelingen in kwalitatief of kwantitatief opzicht substantiële schade berokkent aan de investering.⁴³³

161. De begrippen opvraging en hergebruik worden verduidelijkt in artikel 7, lid 2 Databankrichtlijn. Onder opvraging wordt verstaan "*het permanent of tijdelijk overbrengen van de inhoud van een databank of een substantieel deel ervan op een andere drager, ongeacht op welke wijze en in welke vorm*".⁴³⁴ Hergebruik wordt omschreven als "*elke vorm van het aan het publiek*

⁴²⁴ Art. 5 Databankrichtlijn.

⁴²⁵ Art. 6, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴²⁶ Art. 15 Databankrichtlijn.

⁴²⁷ Art. 7-11 Databankrichtlijn.

⁴²⁸ Art 7, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴²⁹ HvJ C-203/02, *The British Horseracing Board Ltd e.a. v. William Hill Organization Ltd*, 2004, § 30-31.

⁴³⁰ Belgian Federal Government, *De bescherming van databanken door het intellectuele eigendomsrecht*, http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/Intellectuele_Eigendom/Rechtsbescherming_databanken/bescherming_door_ie/#.VyIZrVvYQnPB.

⁴³¹ Overweging 56 Databankrichtlijn.

⁴³² Overweging 41 Databankrichtlijn.

⁴³³ Overweging 42 Databankrichtlijn.

⁴³⁴ Art. 7, lid 2, a) Databankrichtlijn.

*ter beschikking stellen van de inhoud van een databank of een substantieel deel ervan, door verspreiding van kopieën, verhuur, on line transmissie of in een andere vorm”.*⁴³⁵

162. De rechten en verplichtingen van de rechtmatige gebruiker met betrekking tot een databank die op enigerlei wijze aan het publiek ter beschikking is gesteld, worden bepaald in artikel 8 Databankrichtlijn.⁴³⁶ De fabrikant van de databank mag de rechtmatige gebruiker niet verhinderen niet-substantiële delen van de inhoud van de databank op te vragen en/of te hergebruiken.⁴³⁷ De rechtmatige gebruiker mag vooreerst geen handelingen verrichten die in strijd zijn met een normale exploitatie van die databank of waardoor ongerechtvaardigde schade wordt toegebracht aan de rechtmatige belangen van de fabrikant van de databank.⁴³⁸ Daarnaast mag de rechtmatige gebruiker de houder van een auteursrecht of een naburig recht op in die databank vervatte werken of prestaties geen nadeel berokkenen.⁴³⁹ Elk hiermee strijdig contractueel beding is nietig.⁴⁴⁰

4.2.3. Omzetting in Belgisch recht

163. De omzetting van de databankrichtlijn in de Belgische wetgeving is gebeurd door twee wetten. De bescherming van databanken door het auteursrecht is geregeld door de wet van 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en de naburige rechten.⁴⁴¹ De *sui generis* bescherming van databanken is geregeld in de wet van 31 augustus 1998 betreffende de rechtsbescherming van databanken.⁴⁴²

4.3. Arrest Ryanair

164. In haar arrest van 15 januari 2015 oordeelde het Hof van Justitie dat prijsvergelijkingsites hun gegevens niet zomaar mogen halen van sites in *casu*, de sites van vliegtuigmaatschappijen, wanneer er algemene voorwaarden zijn die het gebruik van deze gegevens verbieden. Het is dus toegestaan het gebruik van een databank te beperken in de algemene voorwaarden. Dit echter op voorwaarde dat de databank in kwestie niet beschermd is door het auteursrecht of het databankrecht.⁴⁴³

4.3.1. Relevante feiten

165. PR Aviation is de exploitant van een website waarop consumenten vluchtgegevens kunnen doorzoeken, prijzen kunnen vergelijken en tegen betaling van een provisie een vlucht kunnen boeken. De gegevens die nodig zijn voor prijsvergelijking worden door PR Aviation langs geautomatiseerde weg gehaald uit verschillende databanken, waaronder de website van Ryanair, via het zogenaamde “*screen scraping*”. Evenwel dienen bezoekers om toegang te krijgen tot de

⁴³⁵ Art. 7, lid 2, b) Databankrichtlijn.

⁴³⁶ Art. 8 Databankrichtlijn.

⁴³⁷ Art. 8, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴³⁸ Art. 8, lid 2 Databankrichtlijn.

⁴³⁹ Art. 8, lid 3 Databankrichtlijn.

⁴⁴⁰ Art. 15 Databankrichtlijn.

⁴⁴¹ Wet 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en naburige rechten, *BS* 27 juli 1994, *BS* 5 en 22 november 1994.

⁴⁴² Wet van 31 augustus 1998 houdende omzetting in Belgisch recht van de richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, *BS* 14 november 1998.

⁴⁴³ HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

website van Ryanair de algemene voorwaarden van Ryanair te aanvaarden. Deze algemene voorwaarden van Ryanair verbieden uitdrukkelijk het gebruik van geautomatiseerde systemen of software om gegevens aan de website te onttrekken voor commerciële doeleinden, tenzij daarvoor een overeenkomst bestaat. Ryanair beschuldigt PR Aviation van een inbreuk op de rechten die hij heeft ten aanzien van haar gegevensverzameling en van een inbreuk op de algemene voorwaarden.⁴⁴⁴

4.3.2. Toepasselijke bepalingen

166. Doordat het begrip databank een ruime reikwijdte heeft, kunnen vluchtgegevens op de website van een vliegtuigmaatschappij beschouwd worden als een databank.⁴⁴⁵ Het feit dat een databank voldoet aan de definitie van art. 1, lid 2 van richtlijn 96/9 staat niet in de weg om te oordelen dat de databank niet binnen de werkingssfeer van de bepalingen van die richtlijn met betrekking tot het auteursrecht en/of het recht *sui generis* valt, wanneer zij niet voldoet aan de in art. 3, lid 1 van de richtlijn genoemde voorwaarde voor bescherming door het auteursrecht of aan de in art. 7, lid 1 van de richtlijn bepaalde voorwaarde voor bescherming door het recht *sui generis*.⁴⁴⁶ Indien beide vormen van rechtsbescherming niet van toepassing zijn, geldt voor die databank geen bescherming. In dat geval is de eigenaar van de databank niet verplicht toegang te verschaffen tot en het normaal gebruik mogelijk te maken van de inhoud van de databank.⁴⁴⁷

167. Databanken worden beschermd door het vrije gebruik van derden aan banden te leggen. Niet elke opvraging en/of hergebruik van de inhoud van een beschermde databank is verboden. Handelingen die een normaal gebruik van de databank uitmaken zijn toegestaan, zoals de opvraging en/of het hergebruik van substantiële delen van de inhoud van een databank die bij wet zijn toegestaan.⁴⁴⁸ Artikel 15 van de Databankrichtlijn bepaalt dat elk hiermee strijdig contractueel beding nietig is. Het is de databankhouder niet toegestaan het normaal gebruik van zijn beschermde databank contractueel, in zijn algemene voorwaarden uit te sluiten.⁴⁴⁹

168. De opvraging en/of het hergebruik van de databank of het systematisch opvragen van een “in kwalitatief of kwantitatief opzicht substantieel deel van de inhoud” van databanken is echter geen normaal gebruik en is dan ook verboden, tenzij men het voorafgaande akkoord van de eigenaar van de databank heeft bekomen.⁴⁵⁰ Zoals hierboven vermeld, geldt deze beperking niet, wanneer de databank niet voldoet aan de voorwaarden voor bescherming onder de Databankrichtlijn.

⁴⁴⁴ HvJ nr. C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

⁴⁴⁵ Art. 1, lid 2 Databankrichtlijn; HvJ C-444/02, *Fixtures Marketing Ltd v. Organismos prognostikon agonon podofairou AE (OPAP)*, 2004.

⁴⁴⁶ HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

⁴⁴⁷ Art. 6, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴⁴⁸ H. VANHEES, *De juridische bescherming van databanken*, Antwerpen, Kluwer, 2001, 23.

⁴⁴⁹ Art. 6, lid 1 en art. 8 en art. 15 Databankrichtlijn; HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

⁴⁵⁰ HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

4.3.3. Het oordeel van het Hof van Justitie

169. Het Hof van Justitie leidde uit de structuur van de Databankrichtlijn af dat deze geen toepassing vindt wanneer er noch sprake is van auteursrechtelijke bescherming, noch sprake is van een substantiële investering in de databank. Dergelijke contractuele beperkingen zijn volgens het Hof slechts uitgesloten voor databanken die auteursrechtelijke of databankrechtelijke bescherming genieten.⁴⁵¹

Het Hof was *in casu* van mening dat er geen sprake was van intellectuele schepping en geen substantiële investering nodig was voor verkrijging, controle of presentatie van de inhoud van de databank. Ryanair kan bijgevolg het gebruik van haar databank beperken door haar algemene voorwaarden.⁴⁵²

4.3.4. Gevolgen van het arrest Ryanair

170. In navolging van dit arrest ondervinden exploitanten van websites zoals PR Aviation die langs geautomatiseerde weg hun gegevens uit verschillende databanken halen een aanzienlijk nadeel. Zelfs wanneer een databank niet op grond van de Databankrichtlijn wordt beschermd, kan het gebruik door derden van data toch nog verboden worden door contractuele beperkingen in de algemene voorwaarden op te nemen.⁴⁵³ In het verlengde hiervan, rijst de vraag of de *scraper* kennis heeft genomen van de algemene voorwaarden en deze bijgevolg aanvaardt. Om toegang te krijgen tot de website dienen bezoekers echter de toepasselijkheid van de algemene voorwaarden te aanvaarden door een daartoe bestemmende *tick box* aan te vinken. Bij de *scraper* zal in tegenstelling tot een gewone bezoeker weliswaar geen *tick box* verschijnen waarmee hij kan instemmen met de algemene voorwaarden.⁴⁵⁴

171. Ryanair kan dus het gebruiksrecht van zijn niet beschermde databank begrenzen door algemene voorwaarden te stellen, ook als het om "normaal gebruik" gaat, indien hij daarbij een belang heeft.⁴⁵⁵ Wanneer tickets enkel via de website van Ryanair zelf aangekocht worden, kan Ryanair via haar website consumenten ook extra betalende diensten aanbieden. Dit strookt echter niet met het doel van de regelgevers bij het opstellen van de regelgeving. Het idee achter het databankenrecht was immers ondernemers de kans geven hun investering terug te verdienen. Het ontwikkelen van databanken en het vermarkten ervan zou de (kennis)economie en samenleving tevens ten goede moeten komen.⁴⁵⁶

⁴⁵¹ Art. 3, lid 1 Databankrichtlijn.

⁴⁵² HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

⁴⁵³ HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

⁴⁵⁴ HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015; I. OVERING, "Noot: Ryanair versus PR Aviation. Even kort door de bocht", *ICTRecht*, 2015, 30-31.

⁴⁵⁵ Art. 24a Wet van 8 juli 1999, houdende aanpassing van de Nederlandse wetgeving aan richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, *Stb.* 1999, 303.

⁴⁵⁶ I. OVERING, "Noot: Ryanair versus PR Aviation. Even kort door de bocht", *ICTRecht*, 2015, 30-31.

5. Besluit

172. Door de invoering van nieuwe online toepassingen zijn er nieuwe ontwikkelingen op het vlak van informatieverbreiding via internet waar te nemen. Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een reeks van nieuwe diensten. Tevens is er een toename vast te stellen van websites die informatie uit verschillende online bronnen samenvoegen onder meer via *screen scraping* of hiernaar verwijzen. Op die manier willen zij de gebruiker, in dit geval de consument een meerwaarde verschaffen. De uitoefening echter hiervan botst regelmatig met andere rechten van derden. Het kan gaan om immateriële rechten, maar ook om rechten van economische aard zoals auteursrechten en databankrechten zoals besproken in het arrest van Ryanair.⁴⁵⁷ Databanken spelen een essentiële rol bij de ontwikkeling van de informatiemarkt. Zij zijn onontbeerlijk voor het toegankelijk maken en exploiteren van informatie.⁴⁵⁸ De hoeveelheid informatie die jaarlijks wordt voortgebracht en verwerkt groeit en er moet bijgevolg geïnvesteerd worden in geavanceerde informatiebeheerssystemen.⁴⁵⁹

173. Concreet zal geval per geval gekeken moeten worden of een website effectief een inbreuk vormt op de rechten van derden en schade tot gevolg heeft. Het antwoord hierop is niet altijd evident. In de praktijk komt het er op neer een redelijk evenwicht te vinden tussen de verschillende belangen en rechten van partijen. De vraag hoe ver dienstverlenende tussenpersonen moeten gaan om onrechtmatige handelingen via hun diensten te voorkomen moet in dezelfde lijn worden beantwoord. Het doel dat de Europese wetgever met de richtlijn elektronische handel nastreefde, namelijk een evenwicht tot stand brengen wat betreft de aansprakelijkheid van *mere conduit* en *hosting providers* is echter niet geheel verwezenlijkt.⁴⁶⁰ In de meeste gevallen kunnen vergelijkingssites zich niet verschuilen achter het feit dat zij de informatie verkrijgen van derden, zeker als zij de informatie zelf verwerven van derden. In dergelijk geval kunnen zij geen aanspraak maken op de vrijstelling van art. 14 Richtlijn Elektronische Handel.⁴⁶¹

174. Daarnaast vertonen zowel de richtlijn, als de Belgische wet een belangrijke tekortkoming, namelijk de afwezigheid van een *notice-and-action* procedure.⁴⁶² Er is geen sprake van een aansprakelijkheidsvrijstelling bij *hosting* wanneer de tussenpersoon niet "*prompt handelt om de informatie te verwijderen of de toegang onmogelijk te maken*" vanaf het moment dat hij "*daadwerkelijk kennis krijgt van het onrechtmatige karakter van de informatie*".⁴⁶³ Overigens stelt overweging 46 van de Richtlijn Elektronische Handel dat de verwijdering of het ontoegankelijk maken dient te gebeuren met inachtneming van het beginsel van de vrijheid van meningsuiting.⁴⁶⁴ Deze vereiste maakt het de *host providers* er niet makkelijker op. Het inrichten van dergelijke procedure moet doelmatig zijn.⁴⁶⁵ Een *notice-and-action* procedure bepaalt de voorwaarden voor

⁴⁵⁷ G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 47.

⁴⁵⁸ Overweging 9 Databankrichtlijn.

⁴⁵⁹ Overweging 10 Databankrichtlijn.

⁴⁶⁰ Overweging 41 Richtlijn Elektronische Handel.

⁴⁶¹ Art. XII. 19 WER; 6:196c lid 4 BW.

⁴⁶² E. TERRYEN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYEN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 330; J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 728.

⁴⁶³ Art. 14 Richtlijn Elektronische Handel; XII. 19, §1, 2° WER.

⁴⁶⁴ Overweging 46 Richtlijn Elektronische Handel.

⁴⁶⁵ J. DEENE, Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, nr. 115, (722) 728.

een kennisgeving en de verplichtingen voor de dienstverlener die daaruit voortvloeien. Er bestaat geen Europese *notice-and-action* procedure. Ook in België wordt er niet voorzien in dergelijke mogelijkheid.⁴⁶⁶ Desondanks beschikken een aantal lidstaten wel over een nationale procedure, maar de diversiteit in de toepassingsvoorwaarden zorgt ook voor rechtsonzekerheid.⁴⁶⁷

175. Het is dus aan te raden een juridische risicoanalyse te maken en de nodige contractuele documenten en algemene voorwaarden op te stellen.⁴⁶⁸ Vergelijkingsites kunnen om aansprakelijkheid te voorkomen best zelf het initiatief nemen om na te gaan of de informatie die zij verkrijgen van derden juist is en onmiddellijk op te treden wanneer blijkt dat dit niet het geval is. Vervolgens is het verstandig om maatregelen te nemen in hun overeenkomsten met aanbieders. Zo kan het bijvoorbeeld gaan om een beding dat bepaalt dat de verstrekte informatie correct en in overeenstemming met de wetgeving moet zijn. Daarnaast kan de overeenkomst ook een clausule bevatten die voorziet in de vrijwaring voor de schade veroorzaakt door het tonen van onjuiste, onvolledige of misleidende informatie.⁴⁶⁹

⁴⁶⁶ E. TERRYN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 330.

⁴⁶⁷ E. TERRYN en J. GODDAER, "Boek XII Recht van de Elektronische Economie" in B. KEIRSBILCK en E. TERRYN (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (303) 330-331.

⁴⁶⁸ G. SOMERS en J. DUMORTIER, "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, afl. 2, (47) 56.

⁴⁶⁹ V. DRUENEN, "De verantwoordelijkheid van vergelijkingsites", *Computerrecht* 2016, (14) 20.

Hoofdstuk 5: De Dienstenrichtlijn

1. Toepassingsgebied

176. Er zijn verschillende informatieverplichtingen waaraan dienstverrichters moeten voldoen. Deze regels vloeien voort uit de Dienstenrichtlijn. Deze richtlijn is van toepassing op diensten die “gewoonlijk tegen vergoeding geschieden” zoals bedoeld in art. 50 EG-Verdrag.⁴⁷⁰ De vraag is of deze regels van toepassing zijn op prijsvergelijkingssites.

1.1. Toepassing op prijsvergelijkingssites

177. Over het algemeen wordt voor het gebruik van vergelijkingssites immers geen vergoeding betaald door consumenten. Niettemin wordt verondersteld dat deze regels ook van toepassing zijn op vergelijkingssites.⁴⁷¹ De wetgever heeft bij de invoering van deze regels verduidelijkt dat uit de rechtspraak van het Hof van Justitie blijkt dat een wezenlijk kenmerk van de vergoeding is dat zij de economische tegensprestatie voor de betrokken dienst vormt.⁴⁷² Er wordt niet vereist dat er daadwerkelijk voor de dienst wordt betaald door degene ten behoeve van wie de dienst wordt verricht (de afnemer), in *casu* de gebruiker van de vergelijkingssite – de consument.⁴⁷³ Het is dus voldoende dat er op één of andere manier een vergoeding wordt betaald. Bijgevolg is het niet van belang of dit rechtstreeks of onrechtstreeks gebeurt. Het gaat de facto om iedere economische activiteit die kan worden gekwalificeerd als een dienst.⁴⁷⁴ Verder blijkt uit overweging 33 van de Dienstenrichtlijn dat daaronder ook diensten vallen die op afstand worden verricht. Overweging 33 stelt dat het kan gaan om diensten “die op afstand kunnen worden verricht, waaronder via het internet”.⁴⁷⁵

In de meeste gevallen verdienen prijsvergelijkingssites geld aan het aanbieden van hun dienst. Zij worden vaak betaald door de aanbieder van de producten. Daarnaast kunnen zij ook inkomsten genereren uit reclame. In beginsel vallen prijsvergelijkingssites dus onder de regels van dienstverrichters.⁴⁷⁶ Daarbij moet worden opgemerkt dat bepaalde diensten zijn uitgezonderd van het toepassingsgebied van de Dienstenrichtlijn.⁴⁷⁷ Ook is de richtlijn enkel van toepassing op

⁴⁷⁰ Art. 4, 1) Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt (Hierna: Dienstenrichtlijn); Dienst wordt omschreven als ‘elke economische activiteit, anders dan in loondienst, die gewoonlijk tegen vergoeding geschiedt’ in art. I. 2, 5° WER ; art. 57 VWEU.

⁴⁷¹ V. DRUENEN, “De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites”, *Computerrecht* 2016, (14) 15.

⁴⁷² V. DRUENEN, “De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites”, *Computerrecht* 2016, (14) 15.

⁴⁷³ Afnemer wordt gedefinieerd als ‘iedere natuurlijke persoon die onderdaan is van een lidstaat of die rechten heeft die hem communautaire besluiten zijn verleend, of iedere rechtspersoon in de zin van artikel 54 van het VWEU die in een lidstaat is gevestigd en, al dan niet voor beroepsdoeleinden, van een dienst gebruik maakt of wil maken’ in art. I. 2, 7° WER; HvJ C-157/99, *B.S.M. Geraets-Smits v Stichting Ziekenfonds VGZ and H.T.M. Peerbooms v Stichting CZ Groep Zorgverzekeringen*, 2001, § 58; V. DRUENEN, “De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites”, *Computerrecht* 2016, (14) 15.

⁴⁷⁴ Implementatie van Europese regelgeving betreffende het verkeer van diensten op de interne markt (Dienstenwet), Kamerstukken II 2007/08, 31579, nr. 3, 82.

⁴⁷⁵ Overweging 33 Dienstenrichtlijn.

⁴⁷⁶ V. DRUENEN, “De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites”, *Computerrecht* 2016, (14) 15.

⁴⁷⁷ Art. 2, lid 2 Dienstenrichtlijn; art. III. 1, §2 WER.

diensten van dienstverrichters die in een lidstaat zijn gevestigd.⁴⁷⁸ Zowel de aanbieder van de vergelijkingssite als de afnemer moeten gevestigd zijn in een lidstaat van de Europese Unie.⁴⁷⁹

1.2. Omzetting in Belgisch recht

178. Boek III, vrijheid van vestiging, dienstverlening en algemene verplichtingen van ondernemingen van het WER omvat de relevante artikelen die voortvloeien uit de Dienstenrichtlijn. Hoofdstuk 1 'informatie, transparantie en niet-discriminatie' van Titel 3 van Boek III omvat de algemene verplichtingen van ondernemingen (art. III. 74-79 WER) die relevant zijn voor prijsvergelijkingssites.

2. Relevante bepalingen

179. Artikel 22 van de Dienstenrichtlijn is voornamelijk van belang voor vergelijkingssites.⁴⁸⁰ Uit deze bepaling volgen verschillende informatieplichten. Een dienstverrichter moet onder meer de volgende informatie verschaffen: indien van toepassing zijn inschrijvingsnummer in een handelsregister of vergelijkbaar register; indien onderworpen aan btw, zijn btw-identificatienummer; betreffende beroepsverenigingen maatregelen om belangenconflicten te vermijden en de betreffende toezichthoudende autoriteiten.⁴⁸¹ De dienstenrichtlijn vereist daarnaast aanvullende informatie over contractuele bepalingen betreffende het toepasselijke recht en de bevoegde rechter alsook over hun verzekering en waarborgen, hun geografische dekking en de adresgegevens van de verzekeraar of de borg.⁴⁸² Op grond van de Dienstenrichtlijn moet bepaalde informatie slechts op verzoek van de afnemer worden verschaft.⁴⁸³

180. De manier waarop deze informatie moet worden verstrekt, is niet bepaald door de richtlijn, maar moet in ieder geval op een heldere, ondubbelzinnige wijze gebeuren. Daarnaast moet de informatie tijdig worden meegedeeld of beschikbaar gesteld. Dit wil zeggen voor de sluiting van het contract of, indien er geen schriftelijk contract is, voor de verrichting van de dienst.⁴⁸⁴

181. De te verstrekken informatie bedoeld in art. III. 74 WER is identiek aan de bepalingen van de Dienstenrichtlijn.⁴⁸⁵ De Belgische wetgever geeft de onderneming de keuze om de gegevens van art. III. 74 WER op één van de volgende manieren te verstrekken aan de afnemer: ze worden rechtstreeks verstrekt aan de afnemer; ze worden voor de afnemer gemakkelijk toegankelijk gemaakt op de plaats waar de ondernemingsactiviteit wordt verricht of de overeenkomst wordt gesloten; ze worden voor de afnemer gemakkelijk toegankelijk gemaakt op een door de onderneming meegedeeld elektronisch adres of opgenomen in elk door de onderneming verstrekt informatiedocument waarin haar activiteiten in detail worden beschreven.⁴⁸⁶

⁴⁷⁸ Art. 2, lid 1 Dienstenrichtlijn; art. I. 2, 3° WER.

⁴⁷⁹ Art. 4, lid 3 Dienstenrichtlijn; art. I. 2, 7° WER.

⁴⁸⁰ Art. III. 74 WER.

⁴⁸¹ Art. 22, lid 1, a)-d) Dienstenrichtlijn en art. 22, lid 3, c) Dienstenrichtlijn; art. III. 74, 1°-5° WER.

⁴⁸² Art. 22, lid 1, g) en k) Dienstenrichtlijn.

⁴⁸³ Art. 22, lid 3 Dienstenrichtlijn.

⁴⁸⁴ Art. 22, lid 4 Dienstenrichtlijn; art. III. 77 WER

⁴⁸⁵ Zie art. 22, lid 1 Dienstenrichtlijn.

⁴⁸⁶ Art. III. 75, 1°-4° WER.

182. Opmerkelijk is dat de mededeling van gegevens en voornamelijk van de algemene voorwaarden en de bepalingen die de onderneming gebruikt, via een website worden geaccepteerd als voldoende vorm van kennisgeving. Op die manier wordt de afnemer geacht kennis te hebben van de algemene voorwaarden en bepalingen die de onderneming hanteert.⁴⁸⁷ Daarentegen geldt in het gemeen recht dat de mededeling op een website niet volstaat om te vermoeden dat de tegenpartij kennis heeft of een voldoende mogelijkheid van kennisname had van algemene voorwaarden en andere, verplicht te verstrekken informatie.⁴⁸⁸ Gegevens op een website voldoen zeker niet aan deze vereiste, wanneer de wetgever eist dat de informatie op een beschikbare en toegankelijke duurzame drager worden verstrekt.⁴⁸⁹ Indien de afnemer een consument is, volstaat het louter publiceren van de algemene voorwaarden op de website niet voor kennisgeving van de algemene voorwaarden met het oog op de aanvaarding ervan. Art. VI. 83, 26° WER stelt dat *“elk beding dat op onweerlegbare wijze de instemming van de consument vaststelt met bedingen waarvan hij niet daadwerkelijk kennis heeft kunnen nemen voor het sluiten van de overeenkomst, verboden en nietig is”*. Met betrekking tot de tegenwerpelijheid van de algemene voorwaarden is bijgevolg een daadwerkelijke instemming van de consument vereist.⁴⁹⁰

⁴⁸⁷ Art. XII. 7, § 2 WER stelt dat de algemene voorwaarden op zodanige wijze moeten worden ter beschikking gesteld zodat de afnemer deze kan opslaan en kan weergeven; L. BALLON, “Boek III Vrijheid van vestiging, dienstverlening en algemene verplichtingen van de ondernemingen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (65) 102.

⁴⁸⁸ Vred. Zomergem 11 maart 2011, *RW* 2011-12, 1348; Voorz. Kh. Brussel 23 april 2008, T. Verz. 2008, 254, noot R. Steennot en L. Van Den Steen; L. BALLON, “Boek III Vrijheid van vestiging, dienstverlening en algemene verplichtingen van de ondernemingen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (65) 102.

⁴⁸⁹ R. Steennot, “Overzicht van rechtspraak. Consumentenbescherming 2003-2007”, *TPR* 2009, (229) 328; Voorz. Kh. Brussel 5 maart 2008, *Jb. Hand.* 2008, 351; L. BALLON, “Boek III Vrijheid van vestiging, dienstverlening en algemene verplichtingen van de ondernemingen” in B. KEIRSBILCK en E. TERRY (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, (65) 102.

⁴⁹⁰ K. DE VULDER en D. ROMBOUTS, “De elektronische algemene voorwaarden en hun tegenstelbaarheid”, in S. ONGENA (ed.), *Algemene voorwaarden*, Mechelen, Kluwer, 2006, 50.

Hoofdstuk 6: De Richtlijn Oneerlijke Bedingen

1. Toepassingsgebied

1.1. Personeel toepassingsgebied

183. Wanneer consumenten rechtstreeks een overeenkomst hebben gesloten met de exploitant van de vergelijkingssite bijvoorbeeld door het boeken van een hotel via een *hotel booking* site, zal de Richtlijn Oneerlijke Bedingen van toepassing zijn.⁴⁹¹ De richtlijn is namelijk van toepassing op oneerlijke bedingen in overeenkomsten tussen een verkoper en een consument.⁴⁹²

1.2. Materieel toepassingsgebied

184. De richtlijn stelt de eis dat bedingen in overeenkomsten met consumenten eerlijk dienen te zijn. Als oneerlijk worden beschouwd bedingen die in strijd zijn met de goede trouw en het evenwicht tussen de uit de overeenkomst voortvloeiende rechten en verplichtingen van de partijen ten nadele van de consument aanzienlijk verstoren. Dit geldt voor bedingen waarover niet afzonderlijk werd onderhandeld.⁴⁹³ Als remedie bepaalt de richtlijn dat oneerlijke bedingen in overeenkomsten tussen een verkoper en een consument, de consument niet binden. Niettemin blijft de overeenkomst voor partijen bindend, mits de overeenkomst kan voortbestaan zonder de oneerlijke bedingen.⁴⁹⁴

1.2.1. Algemene toetsingsnorm

185. Een onrechtmatig beding wordt in art. I. 8, 22° WER omschreven als "*elke beding of elke voorwaarde in een overeenkomst tussen een onderneming en een consument die, alleen of in samenhang met een of meer andere bedingen of voorwaarden, een kennelijk onevenwicht scheidt tussen de rechten en plichten van de partijen ten nadele van de consument*".⁴⁹⁵ Deze bepaling dient samen gelezen te worden met art. VI. 82 WER.⁴⁹⁶ Dit artikel bepaalt enerzijds de elementen waarmee rekening moet worden gehouden bij de beoordeling van het onrechtmatige karakter van een beding van een overeenkomst.⁴⁹⁷ Anderzijds bepaalt het artikel dat de beoordeling van het onrechtmatig karakter van bedingen geen betrekking heeft op de bepaling van het eigenlijk voorwerp van de overeenkomst, noch op de gelijkwaardigheid van enerzijds de prijs of vergoeding, en anderzijds de als tegenprestatie te leveren goederen of te verrichten diensten, voor zover die

⁴⁹¹ Richtlijn 93/13/EEG van de Raad van 5 april 1993 betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, *Pb. L.* 21 april 1993, afl. 95 (Hierna: Richtlijn Oneerlijke Bedingen).

⁴⁹² Art. 1, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Bedingen.

⁴⁹³ Art. 3, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Bedingen; art. I. 8, 22° WER.

⁴⁹⁴ Art. 6, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Bedingen, art. VI. 84, § 1 WER.

⁴⁹⁵ Art. 2, a) Richtlijn Oneerlijke Bedingen; art. I. 8, 22° WER.

⁴⁹⁶ R. STEENNOT, "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (145) 145.

⁴⁹⁷ Art. 4, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Bedingen; art. VI. 82, lid 1 WER.

bedingen duidelijk en begrijpelijk zijn geformuleerd.⁴⁹⁸ Op die manier beperkt art. VI. 82 WER de toetsingsmogelijkheden van de bedingen en voorwaarden.⁴⁹⁹

1.2.2. Zwarte lijst

186. Naast de algemene toetsingsnorm van art. I. 8, 22° WER dient bij de beoordeling van het onrechtmatig karakter van een beding in een overeenkomst ook rekening gehouden te worden met de zwarte lijst opgenomen in art. VI. 83 WER.⁵⁰⁰ De in de zwarte lijst opgenomen bedingen en voorwaarden of de combinaties van bedingen en voorwaarden zijn in elk geval onrechtmatig.⁵⁰¹ Contractuele bedingen of voorwaarden zullen bijgevolg eerst aan de zwarte lijst getoetst worden. Indien een beding of voorwaarde niet als onrechtmatig kan worden gekwalificeerd op grond van de zwarte lijst, dan zal vervolgens worden getoetst aan de algemene norm.⁵⁰² De consument geniet dus een dubbele bescherming. Die bescherming bestaat namelijk enerzijds uit een lijst van verboden bedingen (de zwarte lijst) en anderzijds uit een algemene norm.

1.3. Omzetting in Belgisch recht

187. De bepalingen inzake onrechtmatige bedingen uit Hoofdstuk 6 van Titel 3 'overeenkomsten met consumenten' van Boek VI betreffen de omzetting van de Europese Richtlijn Oneerlijke Bedingen. Het ontbreken van een zwarte lijst in de Europese Richtlijn Oneerlijke Bedingen is een merkwaardig verschil tussen de Europese richtlijn en de Belgische wetgeving. De Europese richtlijn bevat slechts een indicatieve en niet uitputtende lijst van bedingen.⁵⁰³ Daarnaast heeft de Belgische wetgever gekozen voor striktere regels die meer bescherming bieden aan consumenten. Zo is het toepassingsgebied bijvoorbeeld uitgebreid tot onderhandelde bedingen. De indicatieve en niet uitputtende lijst van de Richtlijn Oneerlijke Bedingen is dus uitgebreid en bevat bedingen die in elk geval onrechtmatig zijn.⁵⁰⁴

⁴⁹⁸ Art. 4, lid 2 Richtlijn Oneerlijke Bedingen; art. VI. 82, lid 3 WER.

⁴⁹⁹ R. STEENNOT, "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (145) 145.

⁵⁰⁰ R. STEENNOT, "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (145) 145.

⁵⁰¹ Art. VI. 83 WER.

⁵⁰² R. STEENNOT, "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (145) 146.

⁵⁰³ Art. 3, lid 3 Richtlijn Oneerlijke Bedingen R. STEENNOT, "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (145) 146.

⁵⁰⁴ Art. VI. 83 WER.

Hoofdstuk 7: Prijsindicatierichtlijn

1. Toepassingsgebied

188. De Prijsindicatierichtlijn voert een algemene verplichting tot prijsaanduiding. De richtlijn heeft tot doel de verkoper, namelijk "iedere natuurlijke of rechtspersoon die producten verkoopt of te koop aanbiedt in het kader van zijn handels-, beroeps- of bedrijfsactiviteit", te verplichten te voorzien in de aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid van de producten die hij aan de consument aanbiedt.⁵⁰⁵ De richtlijn is alleen van toepassing op goederen, maar in een aantal lidstaten is de uitvoering ervan uitgebreid tot diensten.⁵⁰⁶

1.1. Toepassing op prijsvergelijkingsites

189. De verplichting geldt bij het te koop aanbieden goederen. Wat betreft reclame geldt de verplichting tot prijsaanduiding eveneens op voorwaarde dat de reclame de aard van de aangeboden producten precies weergeeft en uitnodigt om een contract te sluiten zowel in B2C als in B2B-relaties.⁵⁰⁷ Deze richtlijn is dus enkel van toepassing op vergelijkingssites die goederen rechtstreeks via hun websites verkopen of te koop aanbieden.⁵⁰⁸ Prijsvergelijkingsites waar consumenten goederen kunnen aankopen hebben bijgevolg de verplichting tot aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid.⁵⁰⁹ Deze verplichting levert een aanzienlijke bijdrage tot een betere voorlichting van de consument. Dit biedt de consument op eenvoudige wijze de optimale mogelijkheden om de prijs van de producten te beoordelen en te vergelijken. Daarnaast laat een ondubbelzinnige prijsaanduiding de consument toe zonder aarzeling of zonder vragen de prijs vast te stellen.⁵¹⁰ Op die manier kan de consument op basis van eenvoudige vergelijkingen weloverwogen keuzes maken.⁵¹¹ Deze verplichting draagt tot slot ook bij tot de verwezenlijking van de doelstelling van vergelijkingssites, namelijk het vereenvoudigen van het keuzeproses van de consument.

⁵⁰⁵ Art. 1 en art. 2, d) Richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten, *Pb. L.* 18 maart 1998, afl. 80 (Hierna: Prijsindicatierichtlijn); M. DE WITTE EN A. VERMEERSCH., *Europees Consumentenrecht*, Antwerpen, Maklu, 2004, 152.

⁵⁰⁶ Art. 1 Prijsindicatierichtlijn; Bijvoorbeeld België, Duitsland, Hongarije, Polen en Letland.

⁵⁰⁷ Art. VI. 3, § 1, lid 1 en art. VI. 105, 1^o, b) WER; Mededeling van de Commissie aan de Raad en het Europees Parlement over de toepassing van Richtlijn 1998/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten, COM(2006)325 def (Hierna: Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 8-9; Brussel 20 mei 1999, *DCCR* 1998-99, 362; Brussel 8 december 1998, *Jb. Hand.* 1998, 61, noot H. DE BAUW; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 100.

⁵⁰⁸ *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 282, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

⁵⁰⁹ R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 97.

⁵¹⁰ Art. 2 Prijsindicatierichtlijn; R. STEENNOT en S. DEJONGHE, *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 101.

⁵¹¹ Overweging 6 Prijsindicatierichtlijn.

1.2. Omzetting in Belgisch recht

190. Boek VI, marktpraktijken en consumentenbescherming van het WER behelst de bepalingen die voortvloeien uit de Prijsindicatierichtlijn. Hoofdstuk 2 'prijsaanduiding' van Titel 2 'informatie van de markt' bevat de omzetsbepalingen, namelijk art. VI. 3-7 WER.

2. Relevante bepalingen

191. Hoofdstuk 2 'prijsaanduiding' van Titel 2 'informatie van de markt' van Boek VI WER schrijft een aantal voorwaarden voor. Verkopers zijn verplicht om de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid ondubbelzinnig, gemakkelijk herkenbaar en goed leesbaar mee te delen.⁵¹² Openbare verkopen zijn uitgezonderd van deze plicht.⁵¹³ Het doel hiervan is de voorlichting van de consument te verbeteren en prijsvergelijking te vergemakkelijken.⁵¹⁴

192. Daarnaast moet de aangeduide prijs de door de consument totaal te betalen prijs zijn, dit is de basisprijs/eenheidsprijs van het goed, vermeerderd met de belasting over de toegevoegde waarde, alle overige taksen en de kosten van alle diensten die door de consument verplicht moeten worden bijbetaald.⁵¹⁵ Verder dienen prijzen vermeld te worden in euro.⁵¹⁶ Artikel VI. 6 bepaalt tot slot dat elke reclame voor consumenten, die gewag maakt van een prijs deze vermeldt in overeenstemming met VI. 4 en VI. 5, alsmede de bijzondere regels aangewezen door de Koning inzake de prijsaanduiding indien van toepassing.⁵¹⁷

3. Band met andere wetgeving

193. De richtlijn bevat een minimale-harmonisatiebepaling die de lidstaten niet belet om bepalingen aan te nemen of te handhaven die uit het oogpunt van consumentenverlichting en prijsvergelijking gunstiger zijn.⁵¹⁸

194. Daarnaast wordt voor reclame voor consumentenproducten een specifieke inhoud opgelegd, die moet worden gecoördineerd met de algemene voorschriften van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.⁵¹⁹ Een handelspraktijk wordt volgens de richtlijn oneerlijke handelspraktijken als misleidend beschouwd als deze *"in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naargelang de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen"*.⁵²⁰ Bovendien wordt toegelicht dat *"overeenkomstig de communautaire wetgeving*

⁵¹² Art. 2, a)-b) Prijsindicatierichtlijn.

⁵¹³ Art. 4, lid 1 Prijsindicatierichtlijn; art. VI. 3, § 1, lid 1 WER.

⁵¹⁴ Art. 1 Prijsindicatierichtlijn.

⁵¹⁵ Art. VI. 4 WER.

⁵¹⁶ Art. VI. 5 WER.

⁵¹⁷ Art. 3, lid 4 Prijsindicatierichtlijn; art. VI. 6 en art. VI. 7, 1^o WER

⁵¹⁸ Art. 10 Prijsindicatierichtlijn; Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 5.

⁵¹⁹ Art. 3, lid 4 Prijsindicatierichtlijn; Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 9.

⁵²⁰ Art. 7, lid 1 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 9.

vereiste informatie met betrekking tot commerciële communicatie, inclusief reclame en marketing, als essentieel wordt beschouwd".⁵²¹ Bijlage II van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken vermeld uitdrukkelijk artikel 3, lid 4 Prijsindicatierichtlijn.⁵²² Hieruit volgt dat het niet aanduiden van de verkoopprijs of prijs per meeteenheid in reclame voor consumentenproducten die onder de Prijsindicatierichtlijn vallen ook automatisch een inbreuk vormt op de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.⁵²³

⁵²¹ Art. 7, lid 5 Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 9.

⁵²² Bijlage II Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

⁵²³ Bijlage II Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken; Mededeling Commissie betreffende prijsaanduiding, 9.

Deel 4 - Conclusie

195. Prijsvergelijkingsites zijn potentieel een belangrijke bron van informatie voor consumenten. De consument kan met behulp van prijsvergelijkingsites zich gemakkelijk informeren over producten. Voor vergelijkingssites bestaat op dit moment nog weinig specifieke regelgeving, desondanks zijn prijsvergelijkingsites gebonden aan bepaalde regels.

196. In de eerste plaats moeten vergelijkingssites diverse informatieplichten naleven die voortvloeien uit de verschillende Europese richtlijnen, zoals de Richtlijn Consumentenrechten, de Richtlijn Elektronische Handel en de Dienstenrichtlijn. In de regel beschikken consumenten niet over een bijzondere kennis over de producten die zij wensen aan te kopen. Door het verschaffen van correcte en volledige informatie kan de kennis van de consument worden vergroot en wordt op die manier het handelsverkeer en de efficiënte afhandeling van transacties bevorderd.⁵²⁴ Deze informatieverplichting stelt de consument in staat om een weloverwogen beslissing te nemen.⁵²⁵

197. Verder kunnen vergelijkingssites worden beschouwd als "handelaar" in de zin van de Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken. Vergelijkingssites dienen zich bijgevolg in elk geval te houden aan de bepalingen van de richtlijn, wanneer zij eigen producten aanbieden. Bovendien moeten zij de regels over oneerlijke handelspraktijken ook naleven, indien zij producten van derden aanbieden, namelijk wanneer zij namens een derde optreden. Echter bestaat er onduidelijkheid over het toepassingsgebied van het begrip handelspraktijk. Tegenstrijdige rechterlijke uitspraken zorgen voor rechtsonzekerheid.

198. Over de kwalificatie van prijsvergelijkingsites als vergelijkende reclame bestaat discussie. Een verduidelijking van het begrip is bijgevolg aangewezen. Verder is het wenselijk om het toepassingsgebied van de wetgeving vergelijkende reclame te verruimen zodat prijsvergelijkingsites hier ook onder vallen. Vergelijkende reclame is geoorloofd als het niet misleidend is. Bij verruiming van het toepassingsgebied moeten prijsvergelijkingsites dan zowel de bepalingen van vergelijkende reclame als de bepalingen van misleidende reclame naleven. Op deze manier wordt de bescherming van gebruikers (consumenten) van deze sites immers verbeterd.

199. Vervolgens kunnen vergelijkingssites zich in de meeste gevallen niet beroepen op de aansprakelijkheidsvrijstelling van de Richtlijn Elektronische Handel, wanneer zij informatie verkrijgen van derden. Vergelijkingssites kunnen om aansprakelijkheid te voorkomen best zelf het initiatief nemen om na te gaan of de informatie die zij verkrijgen van derden juist is en onmiddellijk op te treden wanneer blijkt dat dit niet het geval is. Vervolgens is het verstandig om maatregelen te nemen in hun overeenkomsten met aanbieders.

⁵²⁴ G. HEIRMAN, "De algemene informatie verplichting t.a.v. consumenten in het Wetboek van Economisch Recht (art. VI. 2 WER)" in G. STRAETMANS en R. STEENNOT (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, (57) 57.

⁵²⁵ I. SAMOY en E. TERRY, "Informatie aan consumenten in het Voorstel voor een Richtlijn Consumentenrechten", *DCCR 2009*, (36) 37.

200. Tot slot kan gesteld worden dat het huidige wetgevingskader geen voldoende bescherming biedt aan consumenten. De bestaande wetgeving die van toepassing is op vergelijkingssites is verspreid over verschillende Europese richtlijnen. Het is voor consumenten moeilijk om nog het overzicht te bewaren. Bovendien bestaat er onduidelijkheid over de exacte draagwijdte van verschillende begrippen.

Bibliografie

Wetgeving

1. Europese wetgeving

Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden, *BS* 19 augustus 1955.

Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, *Pb. C.* 9 mei 2008, nr. 115, 47.

Richtlijn Raad nr. 84/450 van 10 september 1984 betreffende het nader tot elkaar brengen van de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen der lidstaten inzake misleidende reclame, *Pb. L* 19 september 1984, afl. 250.

Richtlijn 85/577/EEG van de Raad van 20 december 1985 betreffende de bescherming van de consument bij buiten verkoopruimten gesloten overeenkomsten, *Pb. L.* 31 december 1985, afl. 372 (ingetrokken bij richtlijn 2011/83).

Richtlijn 93/13/EEG van de Raad van 5 april 1993 betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, *Pb. L.* 21 april 1993, afl. 95.

Richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, *Pb. L.* 27 maart 1996, afl. 77.

Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 1997 betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten, *Pb. L* 4 juni 1997, afl. 144.

Richtlijn Europees Parlement en Raad nr. 97/55 van 6 oktober 1997 tot wijziging van Richtlijn 84/455 inzake misleidende reclame, ten einde ook elke vergelijkende reclame te regelen, *Pb. L.* 23 oktober 1997, afl. 290.

Richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten, *Pb. L.* 18 maart 1998, afl. 80.

Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften, *Pb. L.* 5 augustus 2008, afl. 217.

Richtlijn 98/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 juli 1998 tot wijziging van Richtlijn 98/34/EG betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften, *Pb. L.* 5 augustus 1998, afl. 217.

Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), *Pb. L.* 17 juli 2000, afl. 178.

Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad ("Richtlijn oneerlijke handelspraktijken"), *Pb. L.* 11 juni 2005, afl. 149.

Richtlijn 2006/114/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame, *Pb. L.* 27 december 2006, afl. 376.

Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt, *Pb. L.* 27 december 2006, afl. 376.

Richtlijn 2008/122/EG van het Europees Parlement en de Raad van 14 januari 2009 betreffende de bescherming van de consumenten met betrekking tot bepaalde aspecten van overeenkomsten betreffende gebruik in deeltijd, vakantieproducten van lange duur, doorverkoop en uitwisseling, *Pb. L.* 3 februari 2009, afl. 33.

Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad, *Pb. L.* 22 november 2011, afl. 304.

Verordening 1008/2008/EG van het Europees Parlement en de Raad van 24 september 2008 inzake gemeenschappelijke regels voor de exploitatie van luchtdiensten in de Gemeenschap, *Pb. L.* 31 oktober 2008, afl. 293.

Verordening (EU) Nr. 1215/2012 van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2012 betreffende de rechterlijke bevoegdheid, de erkenning en de tenuitvoerlegging van beslissingen in burgerlijke en handelszaken, *Pb. L.* 20 december 2012, afl. 351.

2. Belgische wetgeving

Burgerlijk Wetboek, *BS* 21 maart 1804.

Wet 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en naburige rechten, *BS* 27 juli 1994, *BS* 5 en 22 november 1994.

Wet van 31 augustus 1998 houdende omzetting in Belgisch recht van de richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, *BS* 14 november 1998.

Wet van 25 mei 1999, *BS* 23 juni 1999.

Wetboek van Economisch Recht 28 februari 2013, *BS* 29 maart 2013.

Memorie van toelichting bij de wetsontwerp betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, *Parl.St.* Kamer 2002-03, nr. 2100/001.

Memorie van toelichting bij de wetsontwerp tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, *Parl.St.* Kamer 2006-07, nr. 2983/001.

Memorie van toelichting bij de wetsontwerp houdende invoeging van titel 1 "Algemene definities" in boek I "Definities" van het Wetboek van economisch recht, *Parl.St.* Kamer 2012-13, nr. 2836/001.

3. Buitenlandse wetgeving

Nederlands Burgerlijk Wetboek.

Wet van 8 juli 1999, houdende aanpassing van de Nederlandse wetgeving aan richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken, *Stb.* 1999, 303.

Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

Wet van 20 november 2006, houdende regels omtrent instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming (Wet handhaving consumentenbescherming).

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), www.gesetze-im-internet.de.

Landespressegesetz Baden-Württemberg, Gesetz vom 14.01.1964 zuletzt geändert durch Gesetz vom 29.07.2014.

Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz).

Aanpassing van het Burgerlijk Wetboek, het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering, het Wetboek van Strafrecht en de Wet op de economische delicten ter uitvoering van richtlijn nr. 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (PbEG L 178) (Aanpassingswet richtlijn inzake elektronische handel), Kamerstukken II 2001/02, 28 197.

Een slimme consument in een snelle markt: De consument als volwaardige marktpartij in de elektronische communicatiesector. Actieplan, bijlage bij Kamerstukken II 2004/05, 27879, nr. 12, b1.

Implementatie van Europese regelgeving betreffende het verkeer van diensten op de interne markt (Dienstenwet), Kamerstukken II 2007/08, 31579.

Overige

Reclamecode Reisaanbiedingen 2014 (RR).

Rechtspraak

1. Europese rechtspraak

HvJ C-352/85, *Bond van adverteerders e.a.*, Jur. 1988, 2085.

HvJ C-122/99, *Toshiba Europe GmbH v. Katun Germany GmbH*, 2001.

HvJ C-157/99, *B. S. M. Smits, echtgenote van Geraets v. Stichting Ziekenfonds VGZ en H. T. M. Peerbooms v. Stichting CZ Groep Zorgverzekeringen*, 2001.

HvJ C-44/01, *Pippig Augentoptik GmbH & Co. KG v. Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH en Verlassengesellschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer*, 2003.

HvJ C-444/02, *Fixtures Marketing Ltd v. Organismos prognostikon agonon podofairou AE (OPAP)*, 2004.

HvJ C-464/01, *Johann Gruber v. Bay Wa AG*, 2005.

HvJ C-356/04, *Lidl Belgium GmbH & Co. KG v. Etablissements Franz Colruyt NV*, 2006.

HvJ C-381/05, *De Landtsheer Emmanuel SA v. Comité Interprofessionel du Vin de Champagne en Veuve Clicquot Ponsardin SA*, 2007.

HvJ C-261/07 en C-299/07, *VTB-VAB NV v. Total Belgium NV en Galatea BVBA v. Sanoma Magazines Belgium NV*, 2009.

HvJ C-236/08 tot en met C-238/08, *Google France SARL, Google Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA en Google France SARL v. Viaticum SA, Luteciel SARL, en Google France SARL v. Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL*, 2010, concl. M. Poiares Madura.

HvJ C-122/10, *Konsumentombudsman v. Ving Sverige AB*, 2011.

HvJ C-324/09, *L'Oréal SA e.a. v. eBay International AG e.a.*, 2011.

HvJ C-59/12, *BKK Mobil Oil Körperschaft des öffentlichen Rechts v. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV*, 2013.

HvJ C-391/12, ECLI:EU:C:2013:669, *RLvS Verlagsgesellschaft mbH v. Stuttgarter Wochenblatt GmbH*, 2013.

HvJ C-281/12, *Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. coop. arl v. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, 2013.

HvJ C-435/11, *CHS Tour Services GmbH v. Team4 Travel GmbH*, 2013, concl. N. WAHL.

HvJ C-291/13, *Sotiris Papasavvas v. O Fileleftheros Dimosia Etaireia Ltd, Takis Kounnafi, Giorgos Sertis*, 2014.

HvJ C-30-14, *Ryanair Ltd v. PR Aviation BV*, 2015.

HvJ C-388/13, *UPC Magyarország Kft. v. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság*, 2015.

HvJ C-149/15, *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL*, 2015, concl. SAUGMANDSGAARD, H.

2. Belgische rechtspraak

Cass. 3 februari 2004, AR. P.03.1427.N.

Cass. 3 februari 2004, P.03.1427.N, noot DE SCHRIJVER, S.

Cass. 29 april 2004.

Brussel 8 december 1998, *Jb. Hand.* 1998, 61-68, noot DE BAUW, H.

Brussel 20 mei 1999, *DCCR*, 1998-99, 362-381.

Brussel 7 oktober 2003, *IRDI* 2004, 47-49.

Brussel 13 oktober 2005.

Brussel 19 juni 2006, *DCCR* 2007, 51-63.

Antwerpen 6 december 2001, *Jb. Hand.* 2001, 101-106.

Voorz. Kh. Brussel, 20 oktober 1999, *Jb. Hand.* 1999, 374-382.

Voorz. Kh. Kortrijk 11 december 2000, *Jb. Hand.* 2000, 238-263.

Voorz. Kh. Kortrijk, 19 februari 2001, *Jb. Hand.* 2001, 116-130.

Voorz. Kh. Kortrijk, 28 mei, 2001, *Jb. Hand.* 2001, 149-160.

Voorz. Kh. Mechelen, 12 juni 2001, *Jb. Hand.* 2001, 194-206.

Voorz. Kh. Kortrijk 22 oktober 2001, *Jb. Hand.* 2001, 253-273.

Voorz. Kh. Antwerpen 21 maart 2002, *Jb. Hand.* 2002, 163-170.

Voorz. Kh. Brussel, 27 mei 2002, *Jb. Hand.* 2002, 178-203.

Voorz. Kh. Nijvel 26 juli 2002, *Jb. Hand.* 2002, 71-79.

Voorz. Kh. Gent 18 november 2002, *Jb. Hand.* 2002, 249-286, *TBH* 2003, noot DAELE, K.

Voorz. Kh. Kortrijk 5 mei 2003, *Jb. Hand.* 2003, 184-202.

Voorz. Kh. Leuven, 4 november 2003, *Jb. Hand.* 2003, 265-281.

Voorz. Kh. Antwerpen 22 maart 2007.

Voorz. Kh. Brussel 5 maart 2008, *Jb. Hand.* 2008, 351-365.

Voorz. Kh. Brussel 23 april 2008.

Vred. Zomergem 11 maart 2011, *RW* 2011-12, 1348-1349.

3. Buitenlandse rechtspraak

BGH I ZR 2/96 (DE) 23 april 1998 (preisvergleichsliste II).

BGH (DE) 11 maart 2004.

Tribunal de commerce de Paris (FR) 29 maart 2007.

Hoge Raad (NL) 25 november 2005.

Gerechtshof Leeuwarden (NL) 22 mei 2012.

Rb. 's Hertogenbosch (NL) 11 januari 2006.

Rb. Zwolle (NL) 3 mei 2006.

Rb. Amsterdam (NL) 1 november 2007.

Rb. Zutphen (NL) 8 februari 2007.

Rb. Amsterdam (NL) (vzr.) 12 maart 2008.

Rb. Amsterdam 24 (NL) december 2010.

Rb. Amsterdam 7 (NL) oktober 2015.

4. Overige

Reclame Code Commissie (NL) 21 november 2013 (RCC).

College van Beroep (NL) 20 mei 2014 (CvB).

Rechtsleer

1. Boeken

CHAFFEY, D., *E-business en e-commerce. Een managementperspectief*, Pearson Education, 2004, 606 p.

DE PELSMACKER, P., GEUENS, M. en VAN DEN BERGH, J., *Marketing Communicatie*, Benelux, Pearson Education, 2005, 594 p.

DE WITTE, M. en VERMEERSCH, A., *Europees Consumentenrecht*, Antwerpen, Maklu, 2004, 290 p.

KEIRSBILCK, B., *The New European Law of Unfair Commercial Practices and Competition Law*, Oxford, Hart Publishing, 2011, 702 p.

OHLY/SOSNITZA, *Kommentar § 6 UWG Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Vergleichende Werbung*, 2014.

SCHELLEKENS, M., *Aansprakelijkheid van internetaanbieders*, doctoraatsthesis Katholieke Universiteit Brabant, 2001, 265 p.

SPINDLER/SCHUSTER/NAMYSLOWSKA/MICKLITZ, *UWG § 6 Vergleichende werbung*, 2015.

STEENNOT, R. en DEJONGHE, S., *Handboek Consumentenbescherming en Handelspraktijken*, Antwerpen, Intersentia, 2007, 628 p.

STEENNOT, R., *Financiële diensten op afstand*, Brussel, Larcier, 2006, 272 p.

SWAENEPOEL, E., *Toetsing van het contractuele evenwicht*, Antwerpen, Intersentia, 2011, 822 p.

VANHEES, H., *De juridische bescherming van databanken*, Antwerpen, Kluwer, 2001, 58 p.

VERKADE, D.W.F., *Misleidende (B2B) reclame en vergelijkende reclame. Monografieën BW B49b*, Deventer, Kluwer, 2011, 103 p.

WILLEM DEN HOED, T., *Handboek Managementmodellen. Een praktische overzicht van de meest gebruikte modellen*, Zaltbommel, Van Haren Publishing, 2013, 545 p.

2. Bijdragen in boeken

BALLON, L., "Boek III Vrijheid van vestiging, dienstverlening en algemene verplichtingen van de ondernemingen" in KEIRSBILCK, B. en TERRY, E. (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 65-105.

BRULOOT, F., "E-commerce en e-handtekening" in BAECK, J., BEYAERT, S., BRULOOT, F. en CLAEYS, I. (eds.), *Contractenrecht in beweging*, Antwerpen, Kluwer, 2004, 115-179.

DE PRETER, C., "Nieuwe aansprakelijkheidsregels voor de dienstverleners" in VAN EECKE, P. en DUMORTIER, J. (eds.), *Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Die Keure, Brugge, 2003, 211-235.

DE VULDER, K. en ROMBOOTS, D., "De elektronische algemene voorwaarden en hun tegenstelbaarheid" in ONGENA, S. (ed.), *Algemene voorwaarden*, Mechelen, Kluwer, 2006, 31-64.

GODDAER, J. en TERRY, E., "Unfair Commercial Practices in B2C Relations" in G. STRAETMANS en J. STUYCK (eds.), *Commercial Practices*, Gent, Groep Larcier, 2014, 41-73.

GUNST, P. en VAN EECKE, P., "Aansprakelijkheid van dienstverleners", in VAN EECKE, P. (ed.), *Recht en elektronische handel*, Larcier, Brussel, 2011, 360-382.

HEIRMAN, G., "De algemene informatie verplichting t.a.v. consumenten in het Wetboek van Economisch Recht (art. VI. 2 WER)" in STRAETMANS, G. en STEENNOT, R. (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 2015, 57-95.

KEIRSBILCK, B., "Boeken VI & XIV. Marktpraktijken en consumentenbescherming, ook voor vrije beroepen" in KEIRSBILCK, B. en TERRY, E. (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, 129-201.

KEIRSBILCK, B., "Update marktpraktijken & bescherming van consumenten" in DEVROE, W., KEIRSBILCK, B., TERRY, E., NAEYAERT, P. en VANSTEENBEECK, M. (eds.), *Economisch recht Themis 91*, Brugge, Die Keure, 2015, 23-67.

RAUS, V. en VANDERPUTTEN, S., "Vergelijkende reclame" in HEREMANS, T. (ed.), *De Nieuwe Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming – Volledig overzicht van oud en nieuw*, Larcier, Brussel, 2010, 27-41.

STEENNOT, R., "De impact van de rechtspraak van het Hof van Justitie op de regelen inzake onrechtmatige bedingen" in STRAETMANS, G. en STEENNOT, R. (eds.), *Wetboek Economisch Recht en de bescherming van de consument*, Antwerpen, Intersentia, 145-192.

TERRY, E. en GODDAER, J., "Boek XII Recht van de Elektronische Economie " in KEIRSBILCK, B. en TERRY, E. (eds.), *Het wetboek van economisch recht: van nu en straks?*, Antwerpen, Intersentia, 2014, 303-339.

TERRY, E., "Nieuwe informatieplichten voor de dienstverleners" in VAN EECKE, P. en DUMORTIER, J. (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, 47-96.

VAN EECKE, P., "Artikelsgewijze bespreking van de wetten elektronische handel" in VAN EECKE, P. en DUMORTIER, J. (eds.), *Elektronische Handel. Commentaar bij de wetten van 11 maart 2003*, Brugge, die Keure, 2003, 1-44.

VAN EECKE, P., "Elektronische handel in de 21^{ste} eeuw" in VAN EECKE, P. (ed.), *Recht & Elektronische handel*, Gent, Larcier, 2011, 1-9.

3. Tijdschriften

- BALATE, E. en GOUVERNEUR, M., "C.J.U.E (4^e ch.), 18 novembre 2010", *DCCR* 2013, 65-83.
- BALLON, G-L., "Vergelijkende reclame in België: een overzicht", *DCCR* 2013, 127-139.
- DAELE, K., "Vergelijkende reclame: overzicht van rechtspraak (2002-2004)", *TBH* 2005, 746-769.
- DE BAUW, H., "Grenzen van vergelijkende reclame", *Jb. Hand.* 2001, 161-195.
- DE BROUWER, L., "Consumentenrecht", *TBH* 2005, 790-793.
- DEENE, J., Aansprakelijkheid van internet service providers, *NJW* 2005, 722-734.
- DE PRETER, C., Wie heeft nog boodschap aan de boodschap? De aansprakelijkheid van tussenpersonen onder de wet elektronische handel, *AM* 2003, 256-269.
- DE POURCQ, S., "De aansprakelijkheid van bookingsites voor onrechtmatige reviews" *TPR* 2014, 1157-1198.
- DRUENEN, V., "De verantwoordelijkheid van vergelijkingssites", *Computerrecht* 2016, 14-20.
- GAMPER, H. C., "How Can Internet Comparison Sites Work Optimally for Consumers?", *Journal of Consumer Policy*, 2012, 333-353.
- HOWELLS, G., "The scope of European consumer law", *European Review of Contract Law* 2005, 360-372.
- KEIRSBILCK, B. en STUYCK, J., "Een kritische analyse van de wet marktpraktijken en consumentenbescherming", *TBH* 2010, 703-744.
- KEIRSBILCK, B., "Over 'strict liability' en 'due diligence' bij misleidende en agressieve handelspraktijken", *Jb.Hand.* 2013, 379-390.
- KEIRSBILCK, B., "Vijf jaar toepassing van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België (2007-2012)", *SEW* 2012, 451-470.
- OVERING, I., "Noot: Ryanair versus PR Aviation. Even kort door de bocht", *ICTRecht* 2015, 30-31.
- REESKAMP, P., "Het HvJ EG over merkgebruik in vergelijkende reclame", *BMM Bulletin* 2007, 106-114.
- RINKES, J.G.J., "De consument als zwakke partij", *Ars Aequi* 2009, 380-387.
- SAMOY, I. en TERRY, E., "Informatie aan consumenten in het Voorstel voor een Richtlijn Consumentenrechten", *DCCR* 2009, 36-80.
- SOMERS, G. en DUMORTIER, J., "Juridische aspecten van web 2.0-online informatie en aansprakelijkheid (content aggregation, content locating en user generated content)", *Cah.Jur.* 2009, 47-56.
- STEENNOT, R., "Overzicht van rechtspraak. Consumentenbescherming 2003-2007", *TPR* 2009, 229- 556.

STEENNOT, R., BIQUET-MATHIEU, C. en LOLY, J., "Het herroepingsrecht: het voorstel van Richtlijn betreffende consumentenrechten en haar impact op de Belgische wetgeving", *DCCR* 2009, 81-141.

STEENNOT, R. en GEERTS, P., "De implementatie van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België en Nederland", *TPR* 2011, 677-779.

STRAETMANS, G., "Europese regelgeving inzake vergelijkende reclame: terug naar af?" *TPR* 1998, 383-474.

STRAETMANS, G en STUYCK, J., "De wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming: een onvoldoende stap in de goede richting", *RW* 2010-11, 386-419.

STRAETMANS, G., "Misleiding en de consument", *DCCR* 2013, 97-125.

STRAETMANS, G., "Richtlijn 2002/65/EG betreffende de verkoop op afstand van financiële diensten aan consumenten", *DCCR* 2003, 3-40.

STROWEL, A., IDE, N. en VERHOESTRAETE, F., "La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l'Internet", *JT* 2001, 133-145.

STUYCK, J., "De nieuwe richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Gevolgen voor de wet op de handelspraktijken", *TBH* 2005, 901-915.

TERRY, E., "De consument en de elektronische handel", *DCCR* 2013, 179-197.

TERRY, E., "De omzetting van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken in België: reculer pour mieux sauter", *TvC* 2008, 25-34.

TERRY, E., "Het vergelijken van onderling concurrerende producten – steeds vergelijkende reclame?", *Jb. Hand.* 2014, 117-127.

VAN DEN BRANDE, Y., "Scrapen: het verzamelen van *on-line* publiekelijk beschikbare gegevens", *AM* 2009, 608-615.

VAN EECKE, P., "De nieuwe wetgeving inzake elektronische handel. Een eerste commentaar", *RW* 2003-04, 321-341.

VAN EECKE, P., "Online service providers and liability: a plea for a balanced approach", *CMLR* 2011, 1455-1502.

VERDURE, C., "Les hébergeurs de sites web: victimes ou régulateurs de la société de l'information?", *DCCR* 2005, 31-52.

WENDEHORST, C., "Platform Intermediary Services and Duties under the E-Commerce Directive and the Consumer Rights Directive", *EuCML* 2016, 1-7.

Overige

Voorstel voor een richtlijn Raad en Parlement van 19 mei 1994 inzake vergelijkende reclame en tot wijziging van richtlijn 84/450/EG inzake misleidende reclame, *Pb.L.* 11 juli 1994, afl. 136.

Proposal for a European Parliament and Council Directive on certain legal aspects of electronic commerce in the internal market, COM(1998)586 final, 12.

Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken), 18 juni 2003, COM(2003)356 def.

Eerste Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), COM(2003)0702 def.

Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een Europees Consumentenagenda. Vertrouwen en groei stimuleren, 22 mei 2005, COM(2012)225 def, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=URISERV:090101_2.

DIJZEUL, A., SPANNINGA, H., NOORDINK, M. en SCHULZ, M., *Eindrapport E-rating, Betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van vergelijkingssites*, Utrecht, 10 april 2007, 69 p.

Voorstel (Comm.) voor een Richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende consumentenrechten, 8 oktober 2008, COM(2008)614 def.

Werkdocument van de diensten van de commissie (Comm.). Leidraad voor de tenuitvoerlegging/toepassing van Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken, 3 december 2009, SEC(2009)1666.

Mededeling van de Commissie aan de Raad en het Europees Parlement over de toepassing van Richtlijn 1998/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998 betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten, COM(2006)325 def.

VON BAR, C., CLIVE E., SCHULTE-NÖLKE, H., BEALE, H., HERRE, J., HUET, J., STORME, M., SWANN, S., VARUL, P., VENEZIANO, A. en ZOLL, F. (eds.), *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law - Draft Common Frame of Reference (DCFR), Outline Edition*, Munich, Sellier, 2009, 643 p, http://ec.europa.eu/justice/policies/civil/docs/dcfr_outline_edition_en.pdf.

Civic Consulting, Executive Agency for Health and Consumers, *Consumer market study on the functioning of e-commerce and Internet marketing and selling techniques in the retail of goods*, 2011, 61, http://ec.europa.eu/consumers/archive/consumer_research/market_studies/docs/study_ecommerce_goods_en.pdf.

Commission staf working document: online services, including e-commerce in the Single Market, SEC(2011)1641 def.

Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad: Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten, 11 januari 2012, COM(2011)942 def, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX:52011DC0942>.

Werkdocument van de diensten van de commissie, DG Justitie (Comm.). Leidraad betreffende Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad, juni 2014, 72.

Studie door the Office of Fair Trading, Price Comparison Websites. Trust, Choice and Consumer Empowerment in online markets, 2012, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402142426/http://www.oft.gov.uk/shared_of/706728/Tool-landing-pages/consumer-protection/pcw-items-banners/PCWs-report.pdf.

Verslag (Comm.) over de toepassing van Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad ("Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken"), 14 maart 2013, COM(2013)139 def.

Report from the Multi-stakeholder Dialogue, *Comparison Tools. Providing consumers with transparent and reliable information*, 2013, 49 p.

European Commission, *Study on the coverage, functioning and consumer use of comparison tools and third-party verification schemes for such tools*, 2013, 353 p, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/comparison_tools/index_en.htm.

Presentation of the work of the Multi-stakeholder Group on Comparison Tools, UCPD Workshop, 9 september 2015.

Groenboek over financiële retaildiensten. Betere producten, meer keuze en meer mogelijkheden voor consumenten en problemen, 10 december 2015, COM(2015)630 def, 15, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0630>.

Belgian Federal Government, *De bescherming van databanken door het intellectuele eigendomsrecht*, http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/Intellectuele_Eigendom/Rechtsbescherming_databanken/bescherming_door_ie/#.VyIZrVyQnPB.

Government UK, *Office Fair Trading*, <https://www.gov.uk/government/organisations/office-of-fair-trading>.

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
Prijsvergelijkingssites

Richting: **master in de rechten-rechtsbedeling**

Jaar: **2016**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Yavuz, Ece

Datum: **15/05/2016**