

Beperkte ruimte of tijd in reclame in het kader van overeenkomsten gesloten op afstand



Mr. Peter Wytinck

Partner

peter.wytinck@stibbe.com

Walbusch Walter Busch voegde in verschillende tijdschriften en kranten een reclamefolder van zes pagina's met een afscheurbare bestelkaart. De folder bevatte geen modelformulier voor herroeping[1]. De vordering tot staking van de verspreiding van de folder werd ingesteld en in eerste aanleg toegewezen, maar in hoger beroep verworpen.

Het Bundesgerichtshof (het federaal hooggerechtshof in Duitsland) heeft in deze omstandigheden verschillende prejudiciële vragen aan het Hof van Justitie voorgelegd teneinde vast te stellen of de folder alle informatie inzake het herroepingsrecht bevatte, zoals bepaald in de Richtlijn 2001/83 betreffende consumentenrechten[1] en omgezet in Belgische wetgeving door de artikelen VI. 45 en volgende WER.

Artikel 6, lid 1, onder h), van voormelde Richtlijn (i.e. artikel VI.45 WER) verwijst naar de informatie die de handelaar in het kader van een overeenkomst op afstand aan de consument ter beschikking moet stellen, waaronder het herroepingsrecht en zijn modaliteiten. Artikel 8, lid 4, van dezelfde richtlijn (artikel VI.46 WER) voorziet echter een uitzondering voor middelen voor communicatie op afstand die beperkte ruimte of tijd bieden voor het tonen van de informatie.

Bijgevolg wenst de verwijzende rechter te weten te komen op basis van welke criteria moet worden beoordeeld of een overeenkomst kan worden geacht te zijn gesloten met behulp van een middel voor communicatie op afstand die beperkte ruimte of tijd met zich brengt voor het tonen van de informatie in de zin van artikel 8, lid 4, van Richtlijn 2011/83 en, in voorkomend geval, wat de omvang is van de verplichting om informatie te verstrekken over het herroepingsrecht van de consument.

Volgens het Hof moeten alle technische kenmerken van de commerciële communicatie van de handelaar in acht worden genomen om te beoordelen of het communicatiemiddel beperkte ruimte of tijd biedt voor het tonen van de informatie. Dienaangaande herinnert het Hof eraan dat

het aan de nationale rechter is om na te gaan of *“gelet op de door de communicatie ingenomen ruimte en tijd en gelet op de minimumomvang van het lettertype dat geschikt is voor de gemiddelde consument voor wie deze communicatie is bestemd, alle in artikel 6, lid 1, van deze richtlijn bedoelde informatie objectief kan worden getoond in deze communicatie”*. Het Hof verduidelijkt tevens dat *“bij deze beoordeling de keuzes die de betrokken handelaar maakt betreffende de vormgeving en het gebruik van de ruimte en tijd waarover hij voor het door hem gebruikte communicatiemiddel beschikt, daarentegen niet relevant zijn”*.

Het Hof voegt hieraan toe dat artikel 6, lid 1, onder h), en artikel 8, lid 4, van Richtlijn 2011/83 zo dienen te worden geïnterpreteerd dat, ingeval de overeenkomst wordt gesloten met behulp van een middel voor communicatie op afstand dat beperkte ruimte of tijd biedt voor het tonen van de informatie en wanneer een herroepingsrecht bestaat, de handelaar verplicht is om de consument, met behulp van het betrokken communicatiemiddel en vóór het sluiten van de overeenkomst, de informatie betreffende de voorwaarden, de termijn en de modaliteiten voor uitoefening van dat recht te verstrekken. In dat geval moet de handelaar het modelformulier voor herroeping van bijlage I, deel B, bij deze richtlijn aan de consument meedelen *“via een andere bron, in een duidelijke en begrijpelijke taal”*.

Voetnoten:

1. HvJ-EU, 23 januari 2019, Walbusch Walter Busch, Zaak C-430/17.
2. Richtlijn 2011/83/UE 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.