

SÉNAT DE BELGIQUE

SESSION DE 2010-2011

25 NOVEMBRE 2010

Proposition de loi modifiant la législation sur le crédit hypothécaire en ce qui concerne la publicité

(Déposée par MM. Wouter Beke et Peter Van Rompuy)

DÉVELOPPEMENTS

La présente proposition de loi reprend partiellement, sous une forme adaptée, le texte d'une proposition déposée à la Chambre le 12 février 2008 (doc. Chambre, n° 52-793/1).

1. Introduction

La loi du 24 mars 2003 modifiant la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation a instauré des règles plus strictes en ce qui concerne la publicité pour le crédit à la consommation.

L'objectif de la modification législative était de limiter certaines formes de publicité susceptibles d'entraîner le surendettement (1). Afin de rendre plus efficace le contrôle du respect des règles en matière de publicité, des dispositions pénales ont été instaurées.

Une de ces règles plus strictes consistait en l'insertion, dans l'article 6, § 1^{er}, de la loi relative au crédit à la consommation, d'une disposition interdisant la publicité qui met abusivement en valeur la rapidité ou la facilité avec lesquelles un crédit peut être obtenu. Une interdiction similaire a été instaurée pour la publicité incitant abusivement à la centralisation ou au regroupement de crédits.

(1) «Certains formes de publicité doivent par ailleurs être interdites, même en l'absence de caractère trompeur. Il en est ainsi de la publicité qui incite les personnes dans l'impossibilité de faire face à leurs dettes, à recourir au crédit. Tout le monde reconnaît en effet que certaines publicités pour le crédit constituent de véritables incitations au surendettement.», Exposé des motifs, doc. Chambre, n° 50-1730/1, p. 4.

BELGISCHE SENAAAT

ZITTING 2010-2011

25 NOVEMBER 2010

Wetsvoorstel tot wijziging van de wetgeving inzake het hypothecair krediet wat betreft de reclame

(Ingediend door de heren Wouter Beke en Peter Van Rompuy)

TOELICHTING

Het wetsvoorstel herneemt gedeeltelijk en in gewijzigde vorm de tekst over van het voorstel ingediend op 12 februari 2008 in de Kamer (stuk Kamer, nr. 52-793/1).

1. Inleiding

De wet van 24 maart 2003 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet voerde strengere regels in wat betreft de reclame voor consumentenkrediet.

Het was de bedoeling van de wetswijziging bepaalde vormen van reclame die konden leiden tot schuldoverlast te beperken (1). Om de handhaving van de reclameregels efficiënter te maken, werden strafbepalingen ingevoerd.

Eén van de strengere regels was het invoeren in artikel 6, § 1, van de wet op het consumentenkrediet van een verbod op reclame die op onrechtmatige wijze de snelheid of het gemak benadrukt waarmee een krediet kan bekomen worden. Een gelijkaardig verbod werd ingevoerd voor reclame die onrechtmatig aanspoort tot centralisatie of hergroepering van kredieten.

(1) «Bepaalde vormen van reclame moeten verboden worden, zelfs zo zij niet van bedrieglijke aard zijn. Dit is zo voor reclame die personen, die niet in staat zijn het hoofd te bieden aan hun schulden, aanzet hun toevlucht tot krediet te ontnemen. Iedereen erkent inderdaad dat bepaalde reclame voor krediet een werkelijke aansporing is tot overmatige schuldenlast.», Memorie van toelichting; stuk Kamer, nr. 50-1730/1, blz. 4.

Mais qu'entendait-on exactement par «abusivement» («*onrechtmatig*» en néerlandais)?

L'exposé des motifs de la loi précisait à ce sujet: «Sont ainsi visées, des annonces qui mettent exagérément en valeur la facilité («pas d'enquête»), la rapidité, la discrétion avec lesquelles on obtient un crédit. De même que celles qui incitent abusivement au «regroupement» ou à la «centralisation» des crédits en cours, qui présentent l'octroi d'un crédit comme étant déjà réalisé, ou qui exploitent abusivement la passion de l'argent disponible au moyen de crédit.»

En d'autres termes, la publicité faisant allusion à un crédit facile ou rapide n'était pas interdite; il fallait seulement que l'allusion ne soit pas exagérée. Il en allait de même pour la publicité faisant allusion au regroupement ou à la centralisation de crédits: elle était autorisée, pour autant qu'il n'y ait pas d'exagération.

Mais quand y a-t-il exagération? Il s'agit d'une notion subjective, qui est interprétée de manière très différente d'une personne à l'autre, ce qui ne facilitait pas un contrôle adéquat du respect des deux interdictions.

La loi du 13 juin 2010 modifiant la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation a transposé en droit belge la directive 2008/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE, mais a également introduit quelques dispositions nouvelles en matière de protection du consommateur, notamment en ce qui concerne la publicité pour le crédit à la consommation. Le législateur a ainsi amélioré la réglementation légale de la publicité pour le crédit à la consommation et a surtout créé une plus grande sécurité juridique en dissipant les imprécisions législatives susmentionnées.

La présente proposition de loi vise à mieux harmoniser la législation relative au crédit à la consommation et celle relative au crédit hypothécaire en ce qui concerne la publicité.

2. Allusion abusive à l'obtention rapide ou facile d'un crédit

En ce qui concerne l'interdiction des publicités abusives en matière d'obtention rapide ou facile de crédits à la consommation, on pourra, il est vrai, trouver une solution partielle en vérifiant si la publicité est réaliste et réalisable pratiquement. L'octroi d'un crédit n'est pas un acte anodin: il faut remplir des formalités, le prêteur doit vérifier si le consommateur est solvable, il doit consulter la Centrale des crédits aux particuliers, etc.

Maar wat werd precies bedoeld met «onrechtmatig», «*abusivement*» in het Frans?

De memorie van toelichting van deze wet stelde: «Worden aldus bedoeld de aankondigingen die op overdreven wijze het gemak («geen onderzoek»), de snelheid, de discretie, benadrukken met dewelke men een krediet kan bekomen. Idem dito voor wat de aankondigingen betreft die op onrechtmatige wijze aansporen tot «hergroepering» of «centralisatie» van lopende kredieten, die de kredietverlening voorstellen als zijnde reeds toegewezen, of die de passie voor het geld dat via een krediet beschikbaar is, uitbuiten.»

Met andere woorden: reclame die verwees naar gemakkelijk of snel krediet was niet verboden, de verwijzing mocht alleen niet overdreven zijn. Hetzelfde gold voor reclame die verwijst naar hergroepering of centralisatie van kredieten: dit was toegelaten, maar er mocht niet overdreven worden.

Maar wat is overdrijven? Dit is een subjectief begrip, dat door de ene persoon heel anders dan door de andere zal geïnterpreteerd worden. Dit maakte een adequate controle op de twee verbodsbepalingen niet eenvoudig.

De wet van 13 juni 2010 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet zette enerzijds de richtlijn 2008/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 23 april 2008 inzake kredietovereenkomsten voor consumenten en tot intrekking van richtlijn 87/102/EEG om in Belgisch recht, maar voerde anderzijds enkele nieuwe bepalingen in met betrekking tot de consumentenbescherming en meer concreet ook op het vlak van de reclame voor consumentenkrediet. Hierdoor werd de reclame voor consumentenkrediet op wettelijk vlak beter geregeld en werd vooral voor meer rechtszekerheid gezorgd doordat de hoger aangehaalde onduidelijkheden uit de wet werden weggewerkt.

Het huidige wetsvoorstel strekt er toe om de wetgeving inzake consumentenkrediet en hypothecair krediet beter of elkaar af te stemmen op het vlak van de reclame.

2. Onrechtmatige verwijzing naar het snel of gemakkelijk bekomen van krediet

Voor het verbod op onrechtmatige reclame inzake het bekomen van een snel of gemakkelijk consumentenkrediet kan weliswaar gedeeltelijk een oplossing gevonden worden door na te gaan of de reclame realistisch en praktisch haalbaar is. Een krediet wordt niet zomaar toegekend: er moeten formaliteiten vervuld worden, de kredietgever moet onderzoeken of de consument kredietwaardig is, hij moet de Centrale voor kredieten aan particulieren raadplegen, enz.

Des slogans comme « De l'argent tout de suite », « Prêt sans formalités », etc., pourront être qualifiés d'abusifs. En effet, il est impossible d'obtenir de l'argent « tout de suite » : il faut conclure un contrat et consulter la Banque nationale (1).

Un slogan du type « Crédit disponible chez vous sous 48 heures » est-il exagéré? Probablement pas, car, dans la pratique, il sera sans doute possible, dans la plupart des cas, de traiter la demande de crédit, de consulter la Banque nationale et de mettre le contrat et le montant du crédit à disposition dans les quarante-huit heures.

Mais que penser, par exemple, du slogan « Votre prêt dans les 20 minutes »? À première vue, il semble exagéré ou abusif. Pourtant, c'est également possible dans certains cas. Un banquier qui a, par exemple, une bonne relation clientèle avec le consommateur et connaît son revenu, peut en effet, dans certains cas, accorder rapidement un prêt. Il a toutes les données à sa disposition, peut consulter en ligne la Centrale des crédits aux particuliers et peut dès lors octroyer et payer un prêt en vingt minutes ou moins, par exemple.

En 2005, le Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs (CRIOC) a réalisé une enquête portant sur 221 publicités pour le crédit : 29 % d'entre elles insisteraient abusivement sur les aspects facilité et rapidité d'obtention. À titre d'exemple, le CRIOC cite des slogans tels que « Crédit sur simple coup de fil », « C'est si facile », « Argent sur votre compte dans les 24 heures », « Besoin d'argent aujourd'hui? » (2). On peut discuter du caractère abusif de ces slogans. Le slogan « C'est si facile », par exemple, doit-il être considéré comme abusif? Il peut en effet laisser entendre que le prêteur accorde ses

(1) Cf. V. Colaert et E. Terryn, « Kredietpromotie » in *Handboek consumentenkrediet*, KU Leuven-KULAK, Studiecentrum voor consumentenrecht, La Chartre, Bruges, 2007, p. 47 : « Il semble désormais moins difficile dans certains cas de démontrer que la mise en évidence de la facilité ou de la rapidité avec lesquelles on peut obtenir un crédit est abusive, à présent que — eu égard aux obligations légales — un certain temps et certaines formalités seront toujours nécessaires pour pouvoir octroyer un crédit à la consommation. En ce qui concerne certaines mentions publicitaires (« C'est si facile », « en 24 heures », « Le crédit par SMS, c'est dans la poche ») qui donnent l'impression que le crédit peut être octroyé sans aucune formalité ou dans un laps de temps impossible à respecter dans la pratique, on pourra prouver sans trop de problèmes qu'elles violent l'article 6, § 1^{er}. » (traduction) Mais même pour certains slogans cités ici, on peut polémiquer sur la question de savoir s'ils présentent ou non un caractère abusif. Le slogan « C'est si facile » met-il l'accent de manière exagérée sur la facilité de demander un crédit? Obtenir un crédit « en 24 heures » sera probablement possible dans certains cas.

(2) L'enquête portait sur des imprimés publicitaires non adressés à Bruxelles, en Wallonie et en Flandre pour la période du 28 février au 8 mai 2005. Le rapport ne précise cependant pas sur quels critères le CRIOC s'est basé pour établir le caractère abusif d'une publicité.

Slogans zoals : « onmiddellijk geld », « lening zonder formaliteiten » enz. zullen als onrechtmatig bestempeld kunnen worden. Het is immers onmogelijk « onmiddellijk » geld te bekommen, er moet een contract afgesloten worden, de Nationale Bank moet geraadpleegd worden (1).

Een slogan zoals : « Binnen de 48 uren het krediet bij u thuis uitbetaald », is die overdreven? Wellicht niet, want in de praktijk zal het in de meeste gevallen wellicht haalbaar zijn om op achtenveertig uur de kredietaanvraag te behandelen, de Nationale Bank te raadplegen, en het contract en het kredietbedrag ter beschikking te stellen.

Maar wat dan bijvoorbeeld met de slogan « Uw lening binnen de 20 minuten »? Op het eerste gezicht lijkt dit overdreven of onrechtmatig. Dit is nochtans in sommige gevallen ook haalbaar. Een bankier die bijvoorbeeld een goede klantenrelatie heeft met de consument en weet wat diens inkomen is, kan inderdaad in een aantal gevallen snel een lening toestaan. Hij heeft alle gegevens ter beschikking, kan on-line de Centrale voor Kredieten aan Particulieren raadplegen, en kan dus bijvoorbeeld op twintig minuten of minder een lening toekennen en uitbetalen.

In 2005 deed het Onderzoeks- en informatiecentrum van de verbruikersorganisaties (OIVO) een onderzoek naar 221 kredietadvertenties, hierbij zou 29 % onrechtmatig verwijzen naar snel of gemakkelijk krediet. Als voorbeelden gaf het OIVO slogans zoals : « Één telefoontje en u hebt uw krediet », « Het is zo gemakkelijk », « Geld op uw rekening binnen 24 uren », « Vandaag nog geld nodig? » (2) Men kan er over discussiëren of al deze slogans als onrechtmatig moeten beschouwd worden, bijvoorbeeld de slogan « het is zo gemakkelijk », is dit onrechtmatig? Het kan er inderdaad op wijzen dat de kredietgever onzorg-

(1) Cf. V. Colaert en E. Terryn, « Kredietpromotie » in *Handboek consumentenkrediet*, KU Leuven-KULAK, Studiecentrum voor consumentenrecht, Die Keure, Brugge, 2007, blz. 47 : « Dat het benadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen onrechtmatig is, lijkt in bepaalde gevallen minder problematisch, nu er — gelet op de wettelijke verplichtingen — steeds enige tijd en formaliteiten vereist zijn om een consumentenkrediet te kunnen toekennen. Voor bepaalde reclamevermeldingen (« het is zo gemakkelijk », « in 24 uur », « SMS Cash naar 3681 en je hebt het geld op zak ») die de indruk wekken dat krediet kan worden toegekend zonder enige formaliteit of binnen een tijdsperiode waarin dit praktisch onmogelijk is, zal dan ook zonder veel problemen kunnen aangetoond worden dat zij artikel 6, § 1, schenden. » Maar zelfs over sommige van de hier geciteerde slogans kan gediscussieerd worden of ze al dan niet onrechtmatig zijn. « Het is zo gemakkelijk », is dit overdreven het gemak van de kredietaanvraag beklemtonen? « In 24 uur » zal in een aantal gevallen wel mogelijk zijn.

(2) Het betrof een onderzoek naar ongeadresseerd reclamedrukwerk in Brussel, Vlaanderen en Wallonië voor de periode tussen 28 februari en 8 mei 2005. Het is echter onduidelijk welke criteria het OIVO hanteerde om na te gaan of een advertentie onrechtmatig was.

crédits à la légère et ne s'assure pas suffisamment que le consommateur pourra rembourser son crédit, ou qu'il prend peut-être un risque délibéré. Mais on peut tout aussi bien en déduire que le crédit est un service « facile » proposé aux consommateurs. Cet exemple démontre clairement que la notion d'abus peut donner lieu à des interprétations divergentes, ce qui complique singulièrement l'exercice d'un contrôle adéquat de la publicité à cet égard.

Et qu'en est-il, par exemple, du slogan « Nous allons plus loin que votre banque », un slogan typique d'un courtier de crédits ? Généralement — mais certainement pas toujours —, les banques sont plus prudentes en matière d'octroi de crédits que les prêteurs non bancaires. Faut-il y voir pour autant une référence abusive à un crédit facile ?

En ce qui concerne l'alignement des règles en matière de crédit hypothécaire et de crédit à la consommation, il ne paraît pas nécessaire d'interdire toute allusion à la rapidité en matière de crédit hypothécaire, dans la mesure où l'obtention d'un tel crédit prend toujours un certain temps. En revanche, une telle mesure semble devoir s'imposer en ce qui concerne la facilité.

Toutefois, afin de couper court à toute possibilité de contourner les règles en matière de crédit à la consommation, par le biais d'une publicité ambiguë pour les deux formes de crédit, par exemple, l'interdiction visant le crédit « rapide » et « facile » s'appliquera également au crédit hypothécaire.

3. Allusion abusive à la centralisation ou au regroupement de crédits

Lorsque la publicité fait allusion à la centralisation ou au regroupement de crédits, il est, dans la plupart des cas, totalement impossible de prouver que l'allusion est « exagérée ». Le plus souvent, en cas de centralisation, les mensualités trop lourdes des différents prêts et cartes de crédit du consommateur sont converties en une seule mensualité d'un montant inférieur, à rembourser dans le cadre d'un prêt à plus longue échéance.

La centralisation résoudra les problèmes de certains consommateurs, comme les personnes qui ont dû faire face à des problèmes financiers passagers par exemple, mais qui sont néanmoins en mesure de bien gérer leur budget et disposent d'un revenu suffisamment élevé.

Pour les consommateurs confrontés à un problème budgétaire structurel, par exemple parce qu'ils ne savent pas gérer leur argent, ou simplement parce qu'ils perçoivent un revenu trop faible, la centralisation ou le regroupement ne fera que retarder l'échéance et alourdira leur endettement global. Souvent, le consommateur contractera alors des emprunts « en cascade »,

vuldirig te werk gaat bij het verstrekken van krediet en onvoldoende nagaat of de consument zijn krediet zal kunnen terugbetalen, of misschien bewust een risico neemt. Maar het kan er even goed op wijzen dat het krediet een « gemakkelijke » dienst is die verleend wordt. Dit voorbeeld toont net aan dat het begrip « onrechtmatig » op verschillende manier kan geïnterpreteerd worden, wat maakt dat een adequate controle van de reclame voor dit aspect erg moeilijk is.

En wat bijvoorbeeld met de slogan : « Wij beginnen waar uw bank eindigt ? », wat een typische slogan van een kredietmakelaar is. Meestal — maar zeker niet altijd — zijn banken voorzichtiger met kredietverstrekking dan niet-bancaire kredietgevers, maar is dit nu een onrechtmatige verwijzing naar gemakkelijk krediet ?

Wat de gelijkshakeling van de regels voor hypothecair krediet en consumentenkrediet betreft, lijkt een verwijzing naar « snel » hypothecair krediet op het eerste gezicht weliswaar niet nodig, vermits het tot stand komen van een hypothecair krediet sowieso steeds een zekere tijd vergt. Een verwijzing naar « gemakkelijk » hypothecair krediet lijkt daarentegen wel evident.

Om echter alle achterpoortjes inzake omzeiling van de regels voor consumentenkrediet te sluiten, bijvoorbeeld via één dubbelzinnige advertentie voor beide kredietvormen, wordt het verbod voor « snel » en « gemakkelijk » krediet ook ingevoerd voor hypothecair krediet.

3. Onrechtmatige verwijzing naar centralisatie of hergroepering van kredieten

Voor reclame die verwijst naar centralisatie of hergroepering van kredieten is het meestal helemaal onmogelijk om aan te tonen dat de verwijzing « overdreven » is. Meestal worden bij centralisatie de te zware maandlasten van de verschillende leningen en kredietkaarten van de consument omgezet in één lager maandbedrag, terug te betalen in een lening met langere looptijd.

Voor de ene consument zal een centralisatie een oplossing zijn voor zijn problemen, bijvoorbeeld personen die tijdelijk financiële problemen hebben gehad, maar die wel hun budget goed kunnen beheren en op zich een voldoende hoog inkomen hebben.

Voor consumenten met een structureel budgettair probleem, bijvoorbeeld omdat ze niet goed overweg kunnen met geld, of gewoon omdat ze een te laag inkomen hebben, zal zo een centralisatie of hergroepering slechts « uitstel van executie » zijn, en de totale schuldenlast verhogen. Vaak komt de consument dan terecht in een « cascade » van leningen om de vorige

pour rembourser le prêt précédent. Ces personnes finiront par faire appel à la médiation de dettes.

En d'autres termes : dans certains cas, la centralisation résout les problèmes du consommateur, alors que dans d'autres circonstances, elle n'est pas une solution et l'endettement ne fait que s'accroître.

C'est précisément parce que la centralisation doit être examinée au cas par cas qu'il est le plus souvent impossible de démontrer que la publicité fait « exagérément » référence à la centralisation ou au regroupement de crédits. L'on fait toutefois beaucoup de battage publicitaire autour de ces crédits. Le CRIOC estimait, en 2005, que 21 % des 221 annonces publicitaires examinées faisaient abusivement référence à la centralisation ou au regroupement de crédits (1). À titre d'exemple de slogan, le CRIOC avait mentionné « Regroupez tous vos crédits en un prêt à tempérament, même si vous n'êtes pas propriétaire et même s'il s'agit de montants importants ». Comme on l'a dit, cette publicité n'est pas interdite, et les services d'inspection auront des difficultés à démontrer que cette annonce est abusive (2).

En outre, de nombreux regroupements ou centralisations prennent également la forme d'un crédit qui relève de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, et qui est par conséquent soumis à des règles beaucoup moins strictes en matière de publicité. Si le consommateur regroupe ses dettes sous la forme d'un crédit hypothécaire, ce crédit sera régi par la loi du 4 août 1992 si l'objectif principal du crédit est « l'acquisition ou la conservation de droits réels immobiliers » (3). Dans la pratique, il convient d'examiner l'objectif principal du crédit afin de déterminer laquelle de ces deux lois est d'application (4) :

(1) Étant donné que les annonces publicitaires ne figuraient pas dans les études, l'on ne sait pas exactement sur quels critères le CRIOC s'est fondé pour évaluer les publicités.

(2) V. Colaert et E. Terryn, *o.c.*, pp. 46-47 : « L'on peut constater que les publicités pour le crédit à la consommation l'incitent souvent au regroupement ou à la centralisation des crédits en cours. Dans la pratique, il semble difficile de démontrer qu'une publicité de ce type est abusive. L'utilité ou l'avantage éventuels du crédit pour le consommateur dépendront la plupart du temps de son cas individuel et, en particulier, de la question de savoir si le regroupement, dans son cas, peut entraîner une diminution du montant global à rembourser (il convient d'inclure dans ce calcul le montant des indemnités de emploi éventuelles qui doivent être payées à la suite du regroupement). Il ne semble dès lors pas évident de qualifier d'abusives une publicité qui incite au regroupement ou à la centralisation. »

(3) Article 1^{er} de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire : « Le présent titre s'applique au crédit hypothécaire ayant pour objet le financement de l'acquisition ou la conservation de droits réels immobiliers (...) »

(4) Cf. J. Van Lysebettens et V. Geerdens, Note relative au champ d'application de la loi du 4 août 1992, in *Annuaire juridique du crédit — Jaarboek kredietrecht*, Observatoire du Crédit et de l'Endettement, Charleroi, 1996. Cf. commentaire de J. Van Lysebettens in *Annuaire juridique du crédit 2005*, jugement rendu par la justice de paix de Beveren-Waas.

lening terug te betalen. Uiteindelijk komen deze personen terecht in de schuldbemiddeling.

Anders gezegd : in sommige gevallen is centralisatie een oplossing voor de problemen van de consument, in andere gevallen is dit géén oplossing en neemt de schuldoverlast alleen maar toe.

Net omdat voor centralisatie geval per geval moet bekeken worden, is het meestal onmogelijk om aan te tonen dat de reclame « overdreven » verwijst naar centralisatie of hergroepering van kredieten. Nochtans wordt er erg veel publiciteit voor zulke kredieten gemaakt. Het OIVO was in 2005 van oordeel dat 21 % van de 221 onderzochte advertenties onrechtmatig verwezen naar centralisatie of hergroepering van kredieten (1). Als voorbeeld van een slogan vermeldde het OIVO « Groepeer al uw kredieten in één lening op afbetaling, zelfs als u geen eigenaar bent en zelfs als het om grote bedragen gaat ». Zoals gezegd is deze reclame niet verboden, en zullen de inspectiediensten het moeilijk hebben om aan te tonen dat deze advertentie onrechtmatig is (2).

Bovendien gebeuren ook veel hergroeperingen of centralisaties in de vorm van een krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet valt, waarvoor veel minder strenge regels gelden inzake reclame. Indien de consument zijn schulden hergroepeert in de vorm van een hypothecair krediet zal dit krediet onderworpen zijn aan de wet van 4 augustus 1992 wanneer het hoofddoel van de lening het « verwerven of behouden van onroerende zakelijke rechten » is (3). In de praktijk moet naar de hoofdbestemming van het krediet gekeken worden om na te gaan welk van de twee wetten van toepassing is (4) :

(1) Omdat de advertenties niet in de studies terug te vinden waren is het niet duidelijk welk criterium het OIVO gebruikte bij zijn beoordeling van de advertenties.

(2) V. Colaert en E. Terryn, *o.c.*, blz. 46-47 : « Er kan worden vastgesteld dat in reclame voor consumentenkrediet veelvuldig wordt aangespoord tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten. In de praktijk lijkt moeilijk aan te tonen dat dergelijke reclame onrechtmatig is. Of hergroepering of centralisatie van lopende kredieten nuttig of voordelig is voor de consument, zal meestal afhangen van zijn individuele geval, en meer bepaald of dergelijke hergroepering in zijn geval kan leiden tot een lager totaal terug te betalen bedrag (waarbij ook eventuele wederleggingsvergoedingen die moeten worden betaald ten gevolge van de hergroepering in rekening gebracht moeten worden). Het lijkt daarom niet evident om reclame die aanzet tot hergroepering of centralisatie als onrechtmatig te bestempelen. »

(3) Artikel 1 wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet : « Deze titel is van toepassing op het hypothecair krediet bestemd voor het financieren van het verwerven of behouden van onroerende zakelijke rechten (...) »

(4) Zie J. Van Lysebettens en V. Geerdens, Nota over het toepassingsgebied van de wet van 4 augustus 1992, in *Annuaire juridique du crédit — Jaarboek kredietrecht*, Observatoire du Crédit et de l'Endettement, Charleroi, 1996. Cf. commentaar van J. Van Lysebettens in *Jaarboek Kredietrecht 2005*, vonnis vrederegerecht Beveren-Waas.

— si l'objectif principal du nouveau prêt hypothécaire est la reprise d'un crédit hypothécaire existant et, dans la foulée, d'un certain nombre de crédits à la consommation ou d'autres dettes, le crédit relève de la loi du 4 août 1992;

— si l'objectif principal du nouveau prêt hypothécaire est la reprise de crédits à la consommation ou d'autres dettes, le crédit relève de la loi du 12 juin 1991 (1), même s'il reprend en ordre subsidiaire un crédit existant relevant de la loi du 4 août 1992.

À cet égard, le principe veut que la loi relative au crédit à la consommation soit la *lex generalis* et que la loi relative au crédit hypothécaire soit la loi spécifique. À partir du moment où un consommateur contracte un crédit hypothécaire qui n'est pas réglé par la loi du 4 août 1992, celui-ci relève de la loi « générale » relative au crédit à la consommation.

Quelques exemples illustreront ce point. Nous prendrons comme point de départ l'exemple d'un consommateur qui contracte un crédit hypothécaire de 100 000 euros et nous examinerons un certain nombre de scénarios quant à l'utilisation du montant de ce crédit :

Hypothèse a : 70 000 euros pour l'acquisition d'une habitation et 30 000 euros pour le remboursement anticipé d'un financement auto : la loi du 4 août 1992 est d'application;

Hypothèse b : 60 000 euros pour la reprise du prêt hypothécaire existant qui a servi à acquérir l'habitation et 40 000 euros pour la reprise de prêts à tempérament et le remboursement de cartes de crédit : la loi du 4 août 1992 est d'application;

Hypothèse c : 30 000 euros pour la reprise du prêt hypothécaire existant qui a servi à acquérir l'habitation et 70 000 euros pour le remboursement de prêts à tempérament, financements, cartes de crédit et frais d'hospitalisation : la loi du 12 juin 1991 est d'application;

Hypothèse d : 100 000 euros exclusivement pour la reprise de frais d'hospitalisation et de prêts à la consommation : la loi du 12 juin 1991 est d'application.

Ces exemples montrent qu'il est possible de regrouper des dettes de consommation dans un crédit hypothécaire qui relève non pas de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation, mais bien de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, dont les règles sont moins strictes.

(1) Il s'agit dans ce cas d'un crédit relevant partiellement de la loi relative au crédit à la consommation en application de l'article 3, § 2, alinéa 2, de la loi du 12 juin 1991.

— indien het hoofddoel van de nieuwe hypotheeklening het overnemen van een bestaand hypothecair krediet is, waarbij tegelijk ook een aantal consumentenkredieten of andere schulden worden overgenomen, ressorteert het krediet onder de wet van 4 augustus 1992;

— indien het hoofddoel van de nieuwe hypotheeklening het overnemen van consumentenkredieten of andere schulden is, ressorteert het krediet onder de wet van 12 juni 1991 (1), zelfs indien in bijkomende orde een reeds bestaand krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 valt, overgenomen wordt.

Hierbij geldt het principe dat de wet op het consumentenkrediet de *lex generalis* is, en de wet op het hypothecair krediet de specifieke wet. Van zodra een consument een hypothecair krediet aangaat dat niet geregeld wordt door de wet van 4 augustus 1992 valt dit onder de « algemene » wet op het consumentenkrediet.

Een paar voorbeelden kunnen dit verduidelijken. We nemen als vertrekbasis een consument die een hypothecair krediet aangaat van 100 000 euro en volgen een aantal scenario's inzake het gebruik van dit kredietbedrag :

Hypothese a : 70 000 euro voor de aankoop van een woning en 30 000 euro voor de vervroegde terugbetaling van een wagenfinanciering : wet van 4 augustus 1992 van toepassing;

Hypothese b : 60 000 euro voor de overname van de bestaande hypotheeklening waarmee de woning werd aangekocht en 40 000 euro voor de overname van leningen op afbetaling en het terugbetalen van kredietkaarten : wet van 4 augustus 1992 van toepassing;

Hypothese c : 30 000 euro voor de overname van de bestaande hypotheeklening waarmee de woning werd aangekocht en 70 000 euro voor terugbetaling van leningen op afbetaling, financieringen, kredietkaarten en ziekenhuiskosten : wet van 12 juni 1991 van toepassing;

Hypothese d : 100 000 euro uitsluitend voor de overname van ziekenhuiskosten en consumptieleningen : wet van 12 juni 1991 van toepassing.

Uit deze voorbeelden blijkt dat het mogelijk is consumptieschulden te hergroeperen in een hypothecair krediet dat niet onder de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet valt, maar wel onder de minder strak geregelde wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet.

(1) Het gaat dan om een krediet dat met toepassing van artikel 3, § 2, tweede lid, van de wet van 12 juni 1991 partieel onder de wet op het consumentenkrediet ressorteert.

Dans un certain nombre de cas, il est vrai, le consommateur qui est propriétaire de son habitation pourra rembourser ses dettes par le biais d'une centralisation de dettes sous la forme d'un crédit hypothécaire.

Toutefois, dans le cas d'une telle centralisation sous la forme d'un crédit hypothécaire, le consommateur en défaut de paiement risque sérieusement, à terme, de perdre aussi son habitation, ce qui aggravera évidemment sa situation financière et ses conditions de vie.

4. Suppression du critère « abusivement »

Dans le cadre de la lutte contre le surendettement, il y a lieu d'interdire toute référence à la rapidité ou à la facilité d'obtention d'un crédit, conformément aux principes de la loi relative au crédit à la consommation :

— il serait préférable d'éviter le crédit « rapide » pour prévenir les achats impulsifs; cette mesure est à rapprocher du délai de réflexion quasi généralisé de quatorze jours ouvrables pour renoncer à un crédit à la consommation (nouvel article 18 modifié par la loi du 13 juin 2010 modifiant la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation) (1);

— le crédit « facile » est contraire au devoir de prudence du prêteur.

Il semble également indiqué d'interdire toute publicité pour la centralisation ou pour le regroupement de crédits. La centralisation ou le regroupement n'est pas, en soi, nécessairement une mauvaise chose. Comme nous l'avons indiqué, il peut, dans certains cas, apporter une solution en matière d'échelonnement de la dette. Toutefois, les prêteurs et les courtiers qui font de la publicité spécifique pour ce type de crédits semblent tout de même s'adresser aux consommateurs surendettés. Dans ce sens, l'interdiction proposée formera un tout plus cohérent avec l'interdiction de la publicité à l'adresse du consommateur surendetté (nouvel article 6, § 1^{er}, 3^o).

La suppression du critère du caractère « abusif » accroîtra aussi la sécurité juridique: toute publicité pour un crédit centralisé, regroupé, facile ou rapide est interdite. C'est pourquoi toute référence implicite à ce type de crédits est également interdite. Les prêteurs et les intermédiaires de crédit, de même que les vendeurs, sauront clairement à quoi s'en tenir. En ce sens, la proposition tend aussi à une simplification.

(1) *Moniteur belge* du 21 juin 2010.

Weliswaar zal in een aantal gevallen voor een consument die eigenaar is van zijn woning het mogelijk zijn via een centralisatie van schulden in de vorm van een hypothecair krediet mogelijk zijn om zijn schulden af te lossen.

Maar anderzijds creëert dergelijke centralisatie in de vorm van een hypothecair krediet een ernstig risico dat de consument op termijn ook zijn woning verliest ingeval van wanbetaling voor het hypothecair krediet, waardoor zijn financiële en leefomstandigheden uiteraard zullen verslechteren.

4. Schraping van het criterium « onrechtmatig »

In het kader van de strijd tegen de overmatige schuldenlast is het aangewezen elke verwijzing naar snelle of gemakkelijke kredietverlening te verbieden. Dit kadert in de principes van de wet op het consumentenkrediet :

— het zogenaamde « snelle » krediet kan beter vermeden worden om impulsaankopen te voorkomen; dit past in de quasi veralgemeende bedenktijd van veertien werkdagen om een consumentenkrediet op te zeggen (nieuw artikel 18 gewijzigd door de wet van 13 juni 2010 tot wijziging van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet) (1);

— het zogenaamde « gemakkelijke » krediet is in strijd met de voorzichtigheidsplicht van de kredietgever.

Ook voor de centralisatie of hergroepering van kredieten lijkt een verbod op reclame aangewezen. Op zich is centralisatie of hergroepering niet noodzakelijk verkeerd; zoals vermeld kan dit in bepaalde gevallen een oplossing bieden voor een spreading van de schuldenlast. Maar kredietgevers en makelaars die specifiek reclame maken voor dergelijke kredieten lijken zich toch te richten tot consumenten die te veel schulden hebben. In die zin zal het tot een coherenter geheel leiden met het verbod op reclame gericht op consumenten in schuldoverlast (nieuw art. 6, § 1, 3^o).

De schraping van het criterium « onrechtmatig » zal ook leiden tot grotere rechtszekerheid: elke reclame voor gecentraliseerd, gehergroepeerd, gemakkelijk of snel krediet wordt verboden. Daarom wordt ook elke impliciete verwijzing naar dergelijke kredieten verboden. Kredietgevers en -bemiddelaars, evenals de verkopers zullen duidelijk weten waar zich aan te houden. In die zin behelst het voorstel ook een vereenvoudiging.

(1) *Belgisch Staatsblad* van 21 juni 2010.

5. Interdiction de faire de la publicité pour le crédit hypothécaire visant les personnes surendettées

L'article 6, § 1^{er}, de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation interdit déjà explicitement la publicité « qui incite le consommateur, dans l'impossibilité de faire face à ses dettes, à recourir au crédit. »

Le but de cette nouvelle disposition, instaurée par la loi du 24 mars 2003, était le suivant: « [Elle] vise la publicité qui incite les personnes dans l'impossibilité de faire face à leurs dettes, à recourir au crédit. On pense ici à des publicités inadmissibles qui constituent de véritables incitations au surendettement, telles que par exemple :

- « difficultés financières ? Nous sommes là ... »;
- « même chômeurs, minimexés »;
- « même si contentieux/retard de paiement »;
- « même si refusé ailleurs »;
- « même si fiché à la Banque nationale »;
- « prêts spécial contentieux ».

L'interdiction cherche également à protéger les catégories de personnes les plus faibles ou les plus vulnérables. » (1)

Une telle interdiction n'existe pas pour le crédit relevant de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire. Il est toutefois parfaitement possible d'octroyer à des consommateurs propriétaires de leur logement un crédit relevant de la loi du 4 août 1992 et qui servira également à apurer des dettes de consommation (voir point 3). On peut facilement contourner les modifications apportées par la loi du 24 mars 2003 en faisant référence à de tels crédits hypothécaires dans la publicité. Nous sommes dès lors encore et toujours confrontés à de la publicité pour le crédit axée sur des personnes confrontées à des difficultés financières, sous le coup d'une saisie sur salaire, etc. Il suffit à l'annonceur de mentionner qu'il s'agit d'un crédit hypothécaire pour ne pas tomber sous le coup de la loi relative au crédit à la consommation, qui est plus stricte.

En soi, une telle centralisation des crédits, conformément à la loi du 4 août 1992, peut parfois constituer une solution pour certains consommateurs, par exemple des personnes qui, en raison de certaines circonstances, sont temporairement confrontées à des problèmes financiers et qui peuvent ainsi échelonner le remboursement de leurs dettes sur une plus longue

(1) Exposé des motifs, doc. Chambre, n° 50-1730/1, p. 14.

5. Verbod op reclame voor hypothecair krediet die zich richt op personen in schuldoverlast

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet voorziet in artikel 6, § 1, reeds een uitdrukkelijk verbod voor reclame « die de consument die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden, aanzet tot het opnemen van krediet. ».

De bedoeling van deze nieuwe bepaling ingevoerd bij de wet van 24 maart 2003 was: « [Dit] beoogt de reclame die personen, gebukt onder een overmatige schuldenlast, aanzet tot het beroep doen op krediet. Er wordt hier gedacht aan ontoelaatbare reclame die werkelijke aansporingen zijn tot overmatige schuldenlast zoals bijvoorbeeld :

- « financiële moeilijkheden ? Wij zijn daar ... »;
- « zelfs werklozen, bestaansminimumtrekkers »;
- « zelfs indien geschil/betalingsachterstand »;
- « zelfs indien elders geweigerd »;
- « zelfs indien geregistreerd bij de Nationale Bank »;
- « leningen in het bijzonder voor geschil ».

Het verbod beoogt eveneens de zwakste of kwetsbaarste personen te beschermen. » (1)

Voor krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet valt is er geen dergelijke verbodsbepaling. Nochtans is het perfect mogelijk om consumenten die eigenaar zijn van hun woning een krediet ressorterend onder de wet van 4 augustus 1992 te verstrekken, waarmee tegelijk consumptieschulden worden aangezuiverd (zie punt 3). De wetswijziging van 24 maart 2003 kan makkelijk omzeild worden door in de reclame te verwijzen naar dergelijke hypothecaire kredieten. Dit maakt dat we nog steeds geconfronteerd worden met kredietreclame die zich richt op personen in financiële moeilijkheden, loonbeslag enz. Het volstaat voor de adverteerder om te vermelden dat het om een hypothecair krediet gaat, zodat hij niet onder de strengere regels van de wet op het consumentenkrediet valt.

Op zich kunnen zulke centralisatiekredieten onder de wet van 4 augustus 1992 soms een oplossing bieden voor sommige consumenten, bijvoorbeeld personen die door omstandigheden tijdelijk in financiële problemen zijn geraakt, en hun schulden hiermee op langere tijd voor een lager maandbedrag kunnen spreiden. Andere consumenten daarentegen, bijvoor-

(1) Memorie van toelichting, stuk Kamer, nr. 50-1730/1, blz. 14.

période et moyennant une mensualité moindre. Mais d'autres consommateurs, par exemple des personnes qui ont un problème budgétaire structurel ou de faibles revenus, devraient être orientés vers un médiateur de dettes, plutôt que de risquer de perdre leur habitation en cas de défaut de paiement d'une telle hypothèque centralisée (cf. point 3).

Qui plus est, la publicité pour ces crédits contourne l'interdiction de la publicité destinée aux personnes surendettées, prévue par la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation. Les courtiers en crédits ou les prêteurs vendent en effet tant des crédits à la consommation que des crédits hypothécaires, et ils feront dès lors de la publicité pour ces deux produits dans une même annonce.

6. Dispositions pénales et contrôles

La proposition de loi relative au crédit hypothécaire aligne les dispositions pénales, les pouvoirs de recherche et les procédures de verbalisation en matière de publicité sur la loi relative au crédit à la consommation.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 2

La loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation définit la publicité en son article 1^{er}, 7^o, en renvoyant à la définition prévue par la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. Dans un souci de cohérence et afin d'exclure toute ambiguïté, il convient de prévoir une définition analogue pour le crédit hypothécaire relevant de la loi du 4 août 1992. La définition de la publicité serait ainsi exempte de toute ambiguïté dans ces trois lois importantes en matière de protection des consommateurs (1).

Article 3

Cet article étend l'interdiction des publicités pouvant favoriser le surendettement à la loi sur le crédit hypothécaire. Voir les points 2, 3 et 5 des développements.

(1) L'article 2, 19^o de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur définit la publicité comme « toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits quels que soient le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre ».

beeld personen met een structureel budgettair probleem of een laag inkomen, zouden beter doorverwezen worden naar een schuldbemiddelaar, in plaats van het risico te lopen dat ze hun woning kwijtraken bij wanbetaling van zo een centralisatiehypothek (cf. punt 3).

Bovendien wordt door de reclame voor deze kredieten het verbod op reclame gericht op personen in schuldoverlast in de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet omzeild. Kredietmakelaars of kredietverstrekkers verkopen immers zowel consumentenkredieten als hypothecair kredieten, en zullen dus vaak in één advertentie voor beide producten reclame maken.

6. Strafbepalingen en controles

Strafbepalingen, opsporingsbevoegdheden en procedures inzake verbalisering voor reclame worden in het voorstel voor de wet op het hypothecair krediet afgestemd op de wet op het consumentenkrediet.

ARTIKELSGEWIJZE TOELICHTING

Artikel 2

De wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet definieert reclame in artikel 1, 7^o, door te verwijzen naar de definitie in de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming. Voor de consequentie en om alle dubbelzinnigheden uit te sluiten is het aangewezen een gelijkaardige definitie in te voeren voor het hypothecair krediet dat onder de wet van 4 augustus 1992 ressorteert. Hierdoor wordt in deze drie belangrijke wetten inzake consumentenbescherming de definitie van reclame eenduidig (1).

Artikel 3

Met dit artikel wordt het verbod op reclame die schuldoverlast in de hand kan werken uitgebreid tot de wet op hypothecair krediet. Zie punten 2, 3 en 5 van de toelichting.

(1) Artikel 2, 19^o van de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming definieert reclame als « iedere mededeling van een onderneming die rechtstreeks of onrechtstreeks ten doel heeft de verkoop van producten te bevorderen, ongeacht de plaats of de aangewende communicatiemiddelen; ».

Article 4

Cet article prévoit, en ce qui concerne la publicité pour le crédit hypothécaire, des compétences de recherche et de contrôle similaires à celles prévues par la loi relative au crédit à la consommation et renvoie dès lors aux articles concernés de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation. Cela signifie qu'outre la Commission bancaire, financière et des assurances (CBFA) et les services de police ordinaires, la direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral (SPF) Économie est également compétente pour le contrôle de la publicité. Ce service peut non seulement verbaliser mais aussi, par le biais des instruments que sont le procès-verbal d'avertissement et la transaction administrative, organiser une politique de répression efficace sans surcharger les parquets.

Dans un souci de simplification administrative, il est prévu explicitement que les arrêtés pris par le Roi en matière de transaction administrative et les arrêtés ministériels pour les articles précités de la loi relative au crédit à la consommation sont également applicables au crédit hypothécaire.

Article 5

Cet article aligne, sur le plan pénal, la loi sur le crédit hypothécaire sur la loi sur le crédit à la consommation. Cela signifie que les peines d'emprisonnement seront plus légères : de huit jours à un an au lieu d'un mois à cinq ans. Par ailleurs, les amendes, qui sont aujourd'hui de 1 000 à 10 000 francs, seront augmentées et seront désormais de 26 à 100 000 euros.

En outre, la discrimination injustifiée qui frappe les intermédiaires de crédit sur le plan pénal est supprimée : dorénavant, toute personne qui transgresse les règles en matière de publicité est punissable, y compris donc les prêteurs, par exemple.

Enfin, le non-respect des règles relatives au prospectus figurant à l'article 47, § 2, devient également punissable,

*
* *

Artikel 4

Dit artikel regelt voor reclame voor hypothecair krediet gelijkaardige opsporings- en controlebevoegdheden als in de wet op het consumentenkrediet. Hierbij wordt verwezen naar de desbetreffende artikelen in de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet. Dit betekent dat naast de Commissie voor het bank- financie- en assurantiewezen (CBFA) en de gewone politiediensten ook de algemene directie Controle en Bemiddeling van de Federale Overheidsdienst (FOD) Economie bevoegd wordt voor het toezicht op de reclame. Deze dienst kan niet alleen verbaliseren, maar kan ook via de instrumenten van het proces-verbaal van waarschuwing en de administratieve minnelijke schikking een efficiënt handhavingsbeleid organiseren zonder de parketten te overbelasten.

Omwille van de administratieve vereenvoudiging wordt uitdrukkelijk bepaald dat de besluiten van de Koning inzake de administratieve minnelijke schikking en de ministeriële besluiten voor voornoemde artikelen uit de wet op het consumentenkrediet ook van toepassing zijn voor hypothecair krediet.

Artikel 5

Dit artikel stemt op strafrechtelijk vlak de wet op het hypothecair krediet af op de wet op het consumentenkrediet. Dit betekent dat de straffen lichter worden wat betreft gevangenisstraf : acht dagen tot een jaar in plaats van een maand tot vijf jaar. Anderzijds worden de boetes verhoogd van 1 000 tot 10 000 frank naar 26 tot 100 000 euro.

Voorts wordt de niet-verantwoorde discriminatie van de kredietbemiddelaars op strafrechtelijk vlak ongedaan gemaakt : voortaan wordt iedereen die de reclameregels overtreedt strafbaar, dus ook bijvoorbeeld kredietgevers.

Ten slotte wordt ook het niet-respecteren van de voorschriften inzake de prospectus in artikel 47, § 2, strafbaar.

Wouter BEKE.
Peter VAN ROMPUY.

*
* *

PROPOSITION DE LOIArticle 1^{er}

La présente loi règle une matière visée à l'article 78 de la Constitution.

Art. 2

L'article 4 de la loi du 4 août 1992 relative au crédit hypothécaire, modifié par la loi du 13 mars 1998, est complété par un 6^o rédigé comme suit :

« 6^o « publicité » : toute communication visée dans la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. »

Art. 3

Il est inséré, dans la même loi, un article 47/1 rédigé comme suit :

« Art. 47/1. — Est interdite, toute publicité pour un contrat de crédit qui vise spécifiquement :

1^o à inciter le consommateur qui ne peut pas faire face à ses dettes à prendre un crédit;

2^o à souligner la facilité ou la vitesse avec laquelle le crédit peut être obtenu;

3^o à inciter au regroupement ou à la centralisation de crédits en cours, ou qui annonce que les contrats de crédit en cours ne jouent aucun rôle ou ne jouent qu'un rôle subsidiaire dans l'examen d'une demande de crédit. »

Art. 4

Il est inséré, dans la même loi, un article 47/2 rédigé comme suit :

« Art. 47/2. — Les dispositions des articles 81, 83 et 84 de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation s'appliquent à la recherche et à la constatation des infractions à l'article 4, 7, § 1^{er}, § 2, ou § 4, ou à l'article 47/1. Les arrêtés pris par le Roi et le ministre qui a les Affaires économiques dans ses attributions en exécution des articles 81, 83 et 84 de la loi du 12 juin 1991 relative au crédit à la consommation sont d'application en la matière. »

WETSVOORSTEL

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 78 van de Grondwet.

Art. 2

Artikel 4 van de wet van 4 augustus 1992 op het hypothecair krediet, gewijzigd bij de wet van 13 maart 1998, wordt aangevuld met de bepaling onder 6^o, luidende :

« 6^o « reclame » : elke mededeling als bedoeld in de wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming. »

Art. 3

In dezelfde wet wordt een artikel 47/1 ingevoegd, luidende :

« Art. 47/1. — Verboden is elke reclame voor een kredietovereenkomst die specifiek gericht is op :

1^o het aanzetten van de consument, die het hoofd niet kan bieden aan zijn schulden, tot het opnemen van krediet;

2^o het benadrukken van het gemak of de snelheid waarmee het krediet kan worden verkregen;

3^o het aansporen tot hergroepering of centralisatie van lopende kredieten of die tot uiting brengt dat lopende kredietovereenkomsten bij de beoordeling van een kredietaanvraag geen of een ondergeschikte rol spelen. »

Art. 4

In dezelfde wet wordt een artikel 47/2 ingevoegd, luidende :

« Art. 47/2. — De bepalingen van artikel 81, 83 en 84 van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet zijn van toepassing voor de opsporing en vaststelling van overtredingen van artikel 4, 7 § 1, § 2, of § 4, of artikel 47/1. De besluiten van de Koning en van de minister bevoegd voor Economische Zaken genomen in uitvoering van artikel 81, 83 en 84 van de wet van 12 juni 1991 op het consumentenkrediet zijn hierbij van toepassing. »

Art. 5

L'article 49, alinéa 1^{er}, de la même loi, modifié par la loi du 26 juin 2000, est remplacé par la disposition suivante :

« Sont punis d'un emprisonnement de huit jours à un an et d'une amende de 26 à 100 000 euros ou d'une de ces peines seulement :

1° ceux qui enfreignent les dispositions de l'article 47, § 1^{er}, § 2 ou § 4, ou de l'article 47/1 de la présente loi;

2° les courtiers et autres intermédiaires qui contreviennent à l'article 48 de la présente loi. »

8 novembre 2010.

Art. 5

Artikel 49, eerste lid, van dezelfde wet, gewijzigd bij de wet van 26 juni 2000, wordt vervangen als volgt :

« Met gevangenisstraf van acht dagen tot een jaar en met geldboete van 26 tot 100 000 euro of met een van die geldstraffen alleen worden gestraft :

1° hij die de bepalingen van artikel 47, § 1, § 2, of § 4, of artikel 47/1 van deze wet overtreedt;

2° de makelaars en andere tussenpersonen die handelen in strijd met artikel 48 van deze wet. »

8 november 2010.

Wouter BEKE.
Peter VAN ROMPUY.