DOC 56 **0251/001**

DOC 56 **0251/001**

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

BUITENGEWONE ZITTING 2024

23 september 2024

WETSVOORSTEL

tot wijziging van het Wetboek van economisch recht, teneinde krimpflatie en andere voor de consument misleidende marketingpraktijken te bestrijden

(ingediend door de heer Patrick Prévot c.s.)

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

SESSION EXTRAORDINAIRE 2024

23 septembre 2024

PROPOSITION DE LOI

modifiant le Code de droit économique afin de lutter contre la *shrinkflation* et autres pratiques de marketing qui trompent le consommateur

(déposée par M. Patrick Prévot et consorts)

SAMENVATTING

Dit wetsvoorstel beoogt de strijd aan te binden met krimpflatie en andere marketingpraktijken die de consument misleiden. Krimpflatie is de situatie waarbij een fabrikant de hoeveelheid van een voorverpakt goed met een vooraf bepaalde hoeveelheid vermindert en daarbij de oorspronkelijke prijs behoudt of verhoogt zonder de consument te wijzen op de inhoudsvermindering.

RÉSUMÉ

La présente proposition de loi vise à lutter contre la shrinkflation et autres pratiques de marketing qui trompent le consommateur. La shrinkflation peut être définie comme une pratique consistant à réduire la quantité d'un bien préemballé en quantité préétablie, tout en gardant son prix originel ou en l'augmentant, sans informer le consommateur de la réduction de quantité.

N-VA	:	*Nieuw-Vlaamse Alliantie*
VB	:	*Vlaams Belang*
MR	:	*Mouvement Réformateur*
PS	:	*Parti Socialiste*
PVDA-PTB	:	*Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique*
Les Engagés	:	*Les Engagés*
Vooruit	:	*Vooruit*
cd&v	:	*Christen-Democratisch en Vlaams*
Ecolo-Groen	:	*Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen*
Open Vld	:	*Open Vlaamse liberalen en democraten*
DéFI	:	*Démocrate Fédéraliste Indépendant*

Abréviations dans la numérotation des publications:		*Afkorting bij de nummering van de publicaties:*	
DOC 56 0000/000	*Document de la 56e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi*	*DOC 56 0000/000*	*Parlementair document van de 56e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer*
QRVA	*Questions et Réponses écrites*	*QRVA*	*Schriftelijke Vragen en Antwoorden*
CRIV	*Version provisoire du Compte Rendu Intégral*	*CRIV*	*Voorlopige versie van het Integraal Verslag*
CRABV	*Compte Rendu Analytique*	*CRABV*	*Beknopt Verslag*
CRIV	*Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)*	*CRIV*	*Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaalde beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)*
PLEN	*Séance plénière*	*PLEN*	*Plenum*
COM	*Réunion de commission*	*COM*	*Commissievergadering*
MOT	*Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)*	*MOT*	*Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)*

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Dit voorstel neemt, met een aantal aanpassingen, de tekst over van voorstel DOC 54 3610/001.

Definitie van krimpflatie

Krimpflatie is afgeleid van het Engelse *shrinkflation*[1], een samentrekking van *shrink* (krimpen) en *inflation*. Krimpflatie verwijst naar de marketingtechniek waarbij een fabrikant de hoeveelheid van een product vermindert maar de prijs ervan handhaaft (of zelfs verhoogt).

Dankzij die verkoopstrategie kunnen de voedingsindustriebedrijven hun winstmarges vergroten op de kap van de consument.

De strategie ontstond in de jaren 80 van de vorige eeuw en wordt regelmatig toegepast in tijden van recessie, groeivertraging en/of inflatie.

Ngo's als Foodwatch hebben inmiddels de betreffende merken en producten opgelijst. Foodwatch merkt op: "*en février 2023, la marque Ben's (groupe Mars Food) a réduit le format de ses sachets de riz à la méditerranéenne de 250g à 220g*"[2] – wat de kiloprijs met 35 % verhoogt – en "*la marque Lindt a réduit le format de ses tablettes Maître Chocolatier Double lait de 9 %, passant de 2x110g à 2x100g*"[3] – wat neerkomt op een prijsstijging van 15 % per kilo.

Toiletpapier, kattenbakvulling, wasmiddel, porties kaas, snoep, luiers, chips, diepvriesgroenten, bloem: al die producten in de supermarkten lenen zich voor krimpflatie.

Tegenwoordig is koopkracht de voornaamste bezorgdheid van onze medeburgers. Voeding is de tweede grootste uitgavenpost (18,5 %), na huisvesting. De voedingsprijzen zijn met 15 % gestegen in een jaar tijd en met bijna 30 % in twee jaar. Een winkelkar is in België gemiddeld 9 % duurder dan in Frankrijk, een verschil dat voor internationale merken oploopt tot 19 %. In een onderzoek geeft 80 % van de gezinnen aan dat ze hun koopgedrag inzake voeding hebben aangepast naar aanleiding van de prijsstijgingen. Het aantal gezinnen

1 La francisation de ce terme utilisé le plus souvent en anglais est la "réduflation".

2 *Foodwatch, Shrinkflation et arnaque au prix: le gouvernement doit contraindre les industriels, 8 juni 2023. Online raadpleegbaar op: https://www.foodwatch.org/fr/actualites/2023/shrinkflation-et-arnaques-au-prix-le-gouvernement-doit-contraindre-les-industriels*

3 *Ibid*.

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

La présente proposition reprend, en l'adaptant, le texte de la proposition DOC 54 3610/001.

Définition de la *shrinkflation*

La "*shrinkflation*"[1], contraction des termes anglais "*to shrink*" (réduire) et "*inflation*", est une technique marketing qui consiste à baisser la quantité d'un produit tout en conservant (ou en augmentant) son prix de vente habituel.

Cette stratégie commerciale permet aux sociétés de l'industrie alimentaire de gonfler leurs marges bénéficiaires au détriment du consommateur.

Née dans les années 1980, elle est régulièrement utilisée durant les périodes de récession, de ralentissement économique et/ou d'inflation.

Des ONG comme Foodwatch ont ainsi recensé les marques et produits concernés. À titre d'exemple, "en février 2023, la marque Ben's (groupe Mars Food) a réduit le format de ses sachets de riz à la méditerranéenne de 250g à 220g"[2], ce qui augmente son prix au kilo de 35 %, ou "la marque Lindt [qui] a réduit le format de ses tablettes Maître Chocolatier Double lait de 9 %, passant de 2x110g à 2x100g"[3], soit un prix au kilo qui augmente de 15 %.

Papier toilette, litière pour chat, lessive, portions de fromage, bonbons, langes, chips, légumes surgelés, farine: tous ces produits présents dans les rayons des supermarchés se prêtent à la "*shrinkflation*".

Aujourd'hui, la question du pouvoir d'achat est au cœur des préoccupations de nos concitoyens. Les dépenses alimentaires constituent le deuxième poste de dépense (18,5 %) après le logement. Le prix des aliments a connu une hausse de 15 % en un an et près de 30 % en deux ans. Le prix du caddie est en moyenne 9 % plus cher en Belgique qu'en France et la différence atteint 19 % pour les marques internationales. Selon une enquête, 80 % des ménages indiquent avoir changé leurs habitudes de consommation en matière d'alimentation à la

1 La francisation de ce terme utilisé le plus souvent en anglais est la "réduflation".

2 Foodwatch, *Shrinkflation et arnaque au prix: le gouvernement doit contraindre les industriels,* 8 juin 2023. Article disponible sur internet: *https://www.foodwatch.org/fr/actualites/2023/shrinkflation-et-arnaques-au-prix-le-gouvernement-doit-contraindre-les-industriels*

3 *Ibid*.

dat financiële moeilijkheden ondervindt om etenswaren te kopen is gestegen (+7 %).

Tegen die achtergrond van de moeilijke situatie voor de huishoudens stellen we vast dat krimpflatie voor ongerustheid en ergernis zorgt bij veel consumenten, die zich misleid voelen door die handelswijze, des te meer wanneer de voedingsbedrijven de klant bewust niet attenderen op de inhoudsvermindering.

Controverse over de wettigheid van die praktijk

Dit wetsvoorstel kadert in die context en beoogt een precisering van de vigerende wetgeving, die niet duidelijk en voorspelbaar genoeg is om uit te maken of krimpflatie al dan niet onwettig is.

Een eerste interpretatie is dat krimpflatie als zodanig geen misleidende handelspraktijk zou zijn. In antwoord op een mondelinge vraag in de commissie voor Economie heeft de voor de Consumentenbescherming bevoegde staatssecretaris het standpunt van de Economische Inspectie bevestigd:

"*Shrinkflation* is volgens de Economische Inspectie geen misleidende handelspraktijk, zolang de op de verpakking vermelde hoeveelheid overeenkomt met de inhoud, en het bedrijf naast de verkoopprijs ook de prijs per meeteenheid vermeldt." De staatssecretaris geeft aan dat de consument waakzaam kan zijn, de op de verpakking aangeduide nettohoeveelheid kan nakijken en de eenheidsprijzen kan vergelijken op basis van de prijs per meeteenheid en niet van de verkoopprijs van een voorverpakt product.

En voorts: "Bedrijven kunnen de gewijzigde hoeveelheid op de verpakking vermelden, maar dat is geen verplichting. De regering kan een dergelijke verplichting ook niet invoeren, aangezien de Europese regelgeving op maximale harmonisatie gericht is."[4]

De consumentenverenigingen denken daar anders over. Zij beschouwen krimpflatie als een oneerlijke handelspraktijk. In antwoord op een vraag over de winkelkarprijs tijdens hoorzittingen in de Kamer van volksvertegenwoordigers heeft Testaankoop verklaard:

[4] Integraal verslag van de commissie voor Economie van 18 januari 2023, CRIV 55 COM 962, blz. 2 en 3. Online raadpleegbaar op: *https://www.dekamer.be/doc/CCRI/pdf/55/ic962.pdf*

suite de la hausse des prix. Le nombre de familles qui rencontrent des difficultés financières pour acheter à manger a augmenté (+ 7 %).

Dans ce contexte où les ménages éprouvent des difficultés, nous constatons que la *shrinkflation* inquiète et irrite bon nombre de consommateurs, qui se sentent trompés par cette pratique, et ce à plus forte raison quand les industriels prennent soin de ne pas attirer l'attention du client sur la diminution de contenu.

Controverse quant à la légalité de cette pratique

La présente proposition de loi s'inscrit dans ce contexte et vise à préciser le droit actuel, insuffisamment clair et prévisible quant à la question de savoir si la *shrinkflation* est ou non illégale.

Selon une première interprétation, la *shrinkflation* ne constituerait pas, en tant que telle, une pratique commerciale trompeuse. Répondant à une question orale en commission de l'Économie, la secrétaire d'État à la Protection des consommateurs a indiqué:

"Je confirme la réponse de ma prédécesseuse, qui est la position officielle de l'Inspection économique. Pour autant que la quantité indiquée sur l'emballage corresponde à son contenu réel et pour autant que l'entreprise indique le prix à l'unité de mesure en plus du prix de vente, la *shrinkflation* ne constitue pas en tant que telle une pratique commerciale trompeuse. Il appartient au consommateur d'être vigilant et de vérifier quelle quantité nette est indiquée sur l'emballage et, le cas échéant, d'effectuer la comparaison des prix sur la base du prix à l'unité de mesure plutôt que sur la base du prix de vente d'un emballage donné.

Rien n'empêche les entreprises d'indiquer sur l'emballage une information claire relative à la quantité nette modifiée. Cependant, ce n'est pas une obligation légale. Le gouvernement ne peut pas non plus introduire cette obligation puisque la législation européenne applicable vise une harmonisation maximale."[4].

Tel n'est, cependant, pas l'avis des associations de protection des consommateurs, qui interprètent, à l'inverse, la *shrinkflation* comme une pratique commerciale déloyale. Répondant à une question, lors d'auditions organisées à la Chambre des représentants sur le prix du caddie, l'association Test-Achats a indiqué:

[4] Compte rendu intégral de la commission de l'Économie du 18/01/2023, CRIV 55 COM 962, pp. 2 et 3. Document disponible sur internet: *https://www.lachambre.be/doc/CCRI/pdf/55/ic962.pdf*

"*Du côté de Test-Achats, nous nous permettons de respectueusement être en désaccord avec la Secrétaire d'État sur l'interprétation qui peut être faite de la shrinkflation. Nous estimons que lorsqu'il a un changement de quantité dans l'emballage, sans aucune attention particulière apporté au consommateur, qui ne recompare pas le prix d'un produit qu'il a l'habitude d'acheter de manière régulière, on pourrait argumenter devant un juge – mais il s'agirait de faire de la jurisprudence – que le consommateur a été induit en erreur et qu'il a été trompé par la pratique de l'entreprise et qu'il s'agit donc de pratique commerciale déloyale. Mais on sait que ce n'est pas la vision de l'Inspection économique malheureusement et donc ce n'est actuellement pas sanctionné.*"[5]

In het schriftelijk verslag van die hoorzittingen is eveneens te lezen:

"*L'inspection économique et les autorités de la concurrence devraient continuer à prêter attention aux pratiques commerciales déloyales, dont la "shrinkflation", où les producteurs cherchent à augmenter le prix unitaire furtivement, en réduisant les volumes dans l'emballage tout en laissant ce dernier inchangé. Ils procèdent parfois de manière très subtile, par exemple en mettant non pas trois, mais deux tomates dans une boîte de conserve, et en complétant le reste avec de l'eau. Les consommateurs n'en sont guère conscients et sont donc dupés. Il en va de même pour les fausses offres dans les family packs ou les maxi packs, dont le prix unitaire est parfois plus élevé que celui des conditionnements plus petits, tout en laissant entendre au consommateur qu'ils sont avantageux.*"[6]

In de praktijk betekent dit:

— dat de consumenten thans niet beschermd zijn tegen krimpflatie;

— dat de fabrikanten niet op echt voorspelbare wet- en regelgeving kunnen terugvallen wanneer ze van plan zijn om de verpakking en de hoeveelheid van een product te wijzigen;

— dat de Economische Inspectie thans geen procedures instelt tegen krimpflatie, terwijl de hoven en rechtbanken die praktijk in voorkomend geval zouden kunnen kwalificeren als oneerlijke handelspraktijk en als dusdanig bestraffen.

"Du côté de Test-Achats, nous nous permettons de respectueusement être en désaccord avec la Secrétaire d'État sur l'interprétation qui peut être faite de la *shrinkflation*. Nous estimons que lorsqu'il a un changement de quantité dans l'emballage, sans aucune attention particulière apporté au consommateur, qui ne recompare pas le prix d'un produit qu'il a l'habitude d'acheter de manière régulière, on pourrait argumenter devant un juge – mais il s'agirait de faire de la jurisprudence – que le consommateur a été induit en erreur et qu'il a été trompé par la pratique de l'entreprise et qu'il s'agit donc de pratique commerciale déloyale. Mais on sait que ce n'est pas la vision de l'Inspection économique malheureusement et donc ce n'est actuellement pas sanctionné"[5].

Dans le compte rendu écrit de ces auditions, nous pouvons aussi lire:

"L'inspection économique et les autorités de la concurrence devraient continuer à prêter attention aux pratiques commerciales déloyales, dont la "*shrinkflation*", où les producteurs cherchent à augmenter le prix unitaire furtivement, en réduisant les volumes dans l'emballage tout en laissant ce dernier inchangé. Ils procèdent parfois de manière très subtile, par exemple en mettant non pas trois, mais deux tomates dans une boîte de conserve, et en complétant le reste avec de l'eau. Les consommateurs n'en sont guère conscients et sont donc dupés. Il en va de même pour les fausses offres dans les family packs ou les maxi packs, dont le prix unitaire est parfois plus élevé que celui des conditionnements plus petits, tout en laissant entendre au consommateur qu'ils sont avantageux"[6].

Il en résulte dans la pratique:

— que les consommateurs ne sont actuellement pas protégés contre la *shrinkflation*;

— que les fabricants ne peuvent pas s'appuyer sur un droit véritablement prévisible lorsqu'ils envisagent de modifier l'emballage et la quantité d'un produit;

— que l'Inspection économique ne poursuit actuellement pas la *shrinkflation* tandis que les cours et tribunaux pourraient, le cas échéant, sanctionner cette pratique, au titre de pratique commerciale déloyale.

[5] Videoverslag van de commissie voor Economie van 10 mei 2023, hoorzittingen over de wetsvoorstellen nrs. 2895 en 2615, (3:38:27), online raadpleegbaar op *https://www.dekamer.be/media/index.html?language=fr&sid=55U3895&offset=7126#video*

[6] Schriftelijk verslag van de hoorzitting van 10 mei 2023 in de commissie voor Economie over de wetsvoorstellen nrs. 2895 en 2615.

[5] Procès-verbal audio de la commission Économie du 10 mai 2023, auditions sur les propositions de loi n^{os} 2895 et 2615, (3:38:27), enregistrement disponible sur internet: *https://www.lachambre.be/media/index.html?language=fr&sid=55U3895&offset=7126#video*

[6] Rapport écrit de l'audition du 10 mai 2023, en commission Économie, au sujet des propositions de loi n^{os} 2895 et 2615.

Strekking van dit wetsvoorstel

De indieners van dit wetsvoorstel zijn van oordeel dat de wetgever dit debat naar zich toe moet trekken.

Ter wille van de rechtszekerheid en van de duidelijkheid in het rechtsverkeer zou er over de wettigheid van een bepaalde praktijk geen enkele twijfel mogen bestaan. Eén weg daartoe is de rechtspraak van hoven en rechtbanken. De indieners willen dat doel echter bereiken via een andere weg, het Parlement zelf, in voorkomend geval samen met de afdeling Wetgeving van de Raad van State.

Zoals de Raad van State in het verleden in herinnering heeft gebracht[7], worden de oneerlijke handelspraktijken volledig geharmoniseerd door Richtlijn 2005/29/EG[8], zodat lidstaten geen strengere regels ter zake mogen instellen. Bijgevolg kunnen slechts de handelspraktijken worden verboden die kaderen binnen die richtlijn.

Vastgesteld moet worden dat krimpflatie niet wordt vermeld in de in bijlage I van de richtlijn opgenomen lijst met misleidende handelspraktijken die van rechtswege altijd als misleidend worden beschouwd.

Zoals de Raad van State eerder al heeft opgemerkt, sluit zulks niet uit dat een praktijk toch als misleidend kan worden gekwalificeerd indien aan de voorwaarden van de artikelen 6 en 7 van de richtlijn is voldaan; in dat geval is een “specifieke analyse” vereist om de oneerlijke aard van de praktijk vast te stellen.

Volgens de indieners, die het Parlement ertoe willen aansporen krimpflatie als een oneerlijke handelspraktijk te beschouwen, kan worden aangevoerd dat krimpflatie beantwoordt aan de definitie van “misleidende handeling” zoals nader omschreven in artikel 6, eerste lid, b), van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

Het gaat immers om een praktijk die, door de algemene presentatie ervan, zelfs als de informatie feitelijk correct is, de gemiddelde consument op enigerlei wijze bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van een hoofdkenmerk van het product (namelijk de hoeveelheid)

Portée de la présente proposition de loi

Les auteurs de la présente proposition de loi estiment que le législateur doit se saisir de ce débat.

Pour la sécurité juridique et la clarté de l’ordonnancement juridique, il ne devrait pas y avoir de controverse quant à la légalité d’une pratique donnée. La jurisprudence des cours et tribunaux est une voie pour y parvenir. Le travail du parlement, le cas échéant avec le concours de la section de législation du Conseil d’État, en est une autre, que les auteurs souhaitent ici emprunter.

Comme le Conseil d’État l’a rappelé par le passé[7], les pratiques commerciales déloyales font l’objet d’une harmonisation complète par la directive 2005/29/CE[8], si bien que les États membres ne peuvent instaurer de règles plus restrictives en la matière. Par conséquent, seules les pratiques commerciales qui s’inscrivent dans le système de cette directive peuvent être interdites.

Force est de constater que la *shrinkflation* n’est pas mentionnée dans la liste des pratiques commerciales trompeuses figurant en annexe I de la directive, qui sont de plein droit réputées comme étant toujours trompeuses.

Cela n’exclut pas, comme le Conseil d’État l’a rappelé par le passé, qu’une pratique soit quand même qualifiée de trompeuse s’il est satisfait aux conditions des articles 6 et 7 de la directive, ce qui requiert une “analyse spécifique” permettant d’établir le caractère déloyal de la pratique.

Selon les auteurs, qui souhaitent ici amener le Parlement à considérer la *shrinkflation* comme une pratique commerciale déloyale, il peut être argumenté que la *shrinkflation* réponde à la définition de l’action trompeuse telle qu’elle figure à l’article 6, § 1er, b) de la directive européenne sur les pratiques commerciales déloyales.

Il s’agit en effet d’une pratique qui, par sa présentation générale, induit ou est susceptible d’induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne une caractéristique principale du produit (sa

7 Advies van de Raad van State nr. 66.909/1 van 21 februari 2020 (DOC 55 0193/003), opmerking nr. 8.

8 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”).

7 Avis du Conseil d’État n° 66.909/1 du 21 février 2020 (Doc. Parl. DOC 55 0193/003), observation n° 8.

8 Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (“directive sur les pratiques commerciales déloyales”)

en die de consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

In het geval waar het hier over gaat, wordt of kan de gemiddelde consument (die een bepaalde verpakking gewend is) inderdaad worden bedrogen wat betreft de producthoeveelheid (die zonder uitdrukkelijke kennisgeving aan de consument is verminderd), ook al is de informatie (de nettohoeveelheid en de prijs per meeteenheid) feitelijk correct.

Ook kan het argument worden aangevoegd dat krimpflatie beantwoordt aan de definitie van misleidende omissie, zoals opgenomen in artikel 7, eerste lid, van de voormelde richtlijn.

Het gaat immers om een praktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie (de verminderde producthoeveelheid) weglaat welke de gemiddelde consument, naargelang van de context (koopgedrag), nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen en die de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.

Op basis van die argumenten kan worden aangenomen dat krimpflatie – gesteld dat het een gewoonlijk te koop aangeboden product betreft en de consument niet over de hoeveelheidsvermindering wordt ingelicht – een misleidende handeling in de zin van artikel 6, eerste lid, b), van de richtlijn of een misleidende omissie in de zin van artikel 7, eerste lid, van de richtlijn uitmaakt.

Aangezien de artikelen 6 en 7 van de richtlijn zijn omgezet in de artikelen VI.97 en VI.99 van het Wetboek van economisch recht, zou die praktijk, wanneer aan voormelde voorwaarden is voldaan, nu al kunnen worden gekwalificeerd als misleidend.

Dat neemt niet weg dat de rechtszekerheid en de duidelijkheid in het rechtsverkeer erbij zouden winnen mocht krimpflatie in de wet uitdrukkelijk worden gerekend tot de misleidende handelspraktijken.

De indieners doen daartoe een aantal voorstellen:

1° Krimpflatie dient bij wet te worden gedefinieerd als een praktijk die erin bestaat de hoeveelheid van een gewoonlijk te koop aangeboden voorverpakt goed

quantité) et qui l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

En l'occurrence, quand bien même les informations présentées (la quantité nette et le prix à l'unité de mesure) sont factuellement correctes, le consommateur moyen (habitué à un emballage donné) est néanmoins induit ou susceptible d'être induit en erreur en ce qui concerne la quantité du produit (réduite sans que le consommateur en soit explicitement informé).

De même, il peut être argumenté que la *shrinkflation* réponde à la définition de l'omission trompeuse, telle qu'elle figure à l'article 7, § 1er, de la directive européenne, précitée:

Il s'agit en effet d'une pratique qui, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, omet une information substantielle (la diminution de la quantité de produit) dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte (l'habitude de consommation), pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Si l'on retient ces arguments, on peut admettre que la *shrinkflation* constitue – lorsqu'il s'agit d'un produit habituellement offert à la vente et que le consommateur n'a pas été informé de la diminution de quantité – une action trompeuse au sens de l'article 6, § 1er, b) de la directive, ou une omission trompeuse au sens de l'article 7, § 1er, de la directive.

Les dispositions des articles 6 et 7 de la directive ayant été transposées aux articles VI.97 et VI.99 du Code de droit économique, la pratique pourrait donc, d'ores et déjà, être considérée comme trompeuse lorsque ces conditions sont rencontrées.

Il n'en demeure pas moins que la sécurité juridique et la clarté de l'ordonnancement juridique y gagneraient si l'assimilation de la *shrinkflation* aux pratiques commerciales trompeuses était explicitée tant la loi.

C'est pourquoi nous proposons:

1° de définir légalement la *shrinkflation* comme une pratique consistant à réduire la quantité d'un bien préemballé en quantité préétablie, habituellement offert à

met een vooraf bepaalde hoeveelheid te verminderen en daarbij de oorspronkelijke prijs te behouden of te verhogen zonder dat de consument op de vermindering van de hoeveelheid wordt gewezen.

2° Krimpflatie is te kwalificeren als misleidende handelspraktijk en als dusdanig te verbieden.

Die twee maatregelen zijn opgenomen in de artikelen 2 en 5 van dit wetsvoorstel.

3° Indien het verbod op krimpflatie niet zou kunnen worden bewerkstelligd door die praktijk te kwalificeren als misleidende handelspraktijk, dan nog zou het volgens de indieners nuttig en noodzakelijk zijn de fabrikanten er via een algemenere bepaling toe te verplichten de hoeveelheidsvermindering zichtbaar op de verpakking te vermelden wanneer zij die verpakking wijzigen.

Meer bepaald willen de indieners in het Wetboek van economisch recht een bepaling inzake hoeveelheidsaanduiding invoegen, ingevolge waarvan de fabrikant die de verpakking van een gewoonlijk te koop aangeboden voorverpakt goed met een vooraf bepaalde hoeveelheid zo wijzigt dat de nominale hoeveelheid ervan wordt verminderd, die hoeveelheidsvermindering leesbaar, duidelijk en ondubbelzinnig op de verpakking van het goed moet vermelden.

De Koning zal nadere regels kunnen bepalen met betrekking tot de aanduiding van de hoeveelheidsvermindering.

Daarnaast zou worden voorzien in een autonome controle- en sanctieregeling (sanctie van niveau 2 in de zin van artikel XV.83, 3°, van het Wetboek van economisch recht), zonder dat daartoe in dit wetsvoorstel een regeling moet worden opgenomen.

Deze maatregel is opgenomen in artikel 3 van het wetsvoorstel.

4° Tot slot willen de indieners dit wetsvoorstel aangrijpen om op verzoek van de consumentenverenigingen de aandacht te vestigen op schijnaanbiedingen bij *family packs* of *maxi packs.* Bij dergelijke *packs* ligt de prijs per eenheid soms hoger dan bij kleinere verpakkingen, terwijl bij de consument de indruk wordt gewekt dat ze net voordeliger zijn.

Dit wetsvoorstel beoogt dergelijke misleidende praktijken eveneens te verbieden en in voorkomend geval te bestraffen (met een sanctie van niveau 2).

la vente, tout en gardant son prix originel ou en l'augmentant, sans informer le consommateur de la réduction de quantité;

2° et d'interdire la *shrinkflation* au titre de pratique commerciale trompeuse.

Ces mesures sont prévues aux articles 2 et 5 de la présente proposition de loi.

3° Par ailleurs, si l'interdiction de la *shrinkflation* ne pouvait se concrétiser en qualifiant la pratique concernée de pratique commerciale trompeuse, il n'en resterait pas moins utile et nécessaire, selon les auteurs, de prévoir une disposition plus générale qui obligera les fabricants, lorsqu'ils modifient leur emballage, à faire figurer la réduction de contenu de manière visible sur l'emballage du produit.

C'est pourquoi nous proposons d'insérer, dans le Code de droit économique, une disposition relative à l'indication des quantités qui prévoit que lorsque le conditionnement d'un bien emballé en quantité préétablie, offert habituellement à la vente, est modifié, de telle sorte que sa quantité nominale est réduite, il est obligatoire de faire figurer cette réduction de quantité contenue, de manière lisible, apparente et non équivoque sur l'emballage du bien.

Le Roi pourra prescrire des modalités particulières en ce qui concerne l'indication de la réduction du contenu.

Un régime autonome de contrôle et de sanction sera également prévu (une sanction de niveau 2, aux termes de l'article XV.83, 3°, du Code de droit économique) sans qu'il soit nécessaire de prévoir un dispositif dans cette proposition de loi.

Cette mesure est prévue à l'article 3 de la proposition de loi.

4° Enfin, les auteurs de la présente proposition de loi souhaitent profiter de l'occasion de cette proposition pour répondre à la demande des associations de consommateurs, de prêter une attention aux fausses offres dans les "*family packs*" ou les "*maxi packs*", dont le prix unitaire est parfois plus élevé que celui des conditionnements plus petits, tout en laissant entendre au consommateur qu'ils sont avantageux.

Avec la présente proposition de loi, ce type de pratique trompeuse sera également, à l'avenir, interdit et, le cas échéant, sanctionné (sanction de niveau 2).

De maatregelen daartoe zijn opgenomen in de artikelen 4 en 6 van dit wetsvoorstel.

Vergelijking met de buurlanden

De indieners stellen vast dat de buurlanden vergelijkbare wetgevende stappen ondernemen.

Zo verklaarde de Franse minister van Economie Bruno Le Maire in september 2023: “Wij zijn er niet opdat de industriegiganten hun zakken kunnen vullen. Wij zijn er opdat de burgers fatsoenlijk kunnen leven en kunnen betalen wat ze nodig hebben, niet het minst voedingsproducten.”[9] (vertaling)

In die context heeft de Franse minister wetgeving in uitzicht gesteld “die de voedingsindustriebedrijven ertoe zal verplichten een vermindering van de inhoud duidelijk zichtbaar aan te geven wanneer er aan de verpakking zelf niets verandert”. (vertaling) Het overeenkomstige besluit werd bekendgemaakt in het *Journal officiel* van 4 mei 2024.[10] In België heeft de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven een analysenota gepubliceerd over de wenselijkheid van een dergelijke maatregel in ons land.[11]

Deze wetgevende ingreep moet in Frankrijk ook een antwoord bieden op de vrijwillige initiatieven van de distributiesector zelf, die ontoereikend zijn bevonden.

In Frankrijk heeft de warenhuisketen Carrefour op 11 september 2023 een systeem aangekondigd waarmee het de consument zal waarschuwen. Bij elk product dat het voorwerp is van krimpflatie zal in de winkel de boodschap worden uitgehangen dat het voortaan een kleinere inhoud en een hogere prijs heeft.

Ces mesures sont prévues aux articles 4 et 6 et la proposition de loi.

Comparaison avec les pays voisins

Les auteurs constatent qu’une évolution législative comparable a lieu dans les pays voisins.

Ainsi, le ministre français de l’Économie, Bruno Le Maire, a déclaré en septembre 2023 que “Nous ne sommes pas là pour remplir les poches des géants industriels. Nous sommes là pour permettre aux citoyens de vivre décemment et de pouvoir se payer ce dont ils ont besoin, notamment en termes de produits alimentaires”[9].

Dans ce contexte, le ministre français a annoncé qu’un texte de loi serait présenté, avec “une disposition qui obligera les industriels à faire figurer de manière très visible la réduction de contenu quand ils gardent le même packaging”. Cet arrêté a été publié au Journal officiel le 4 mai 2024.[10] En Belgique, le Conseil Central de l’Économie a publié une note d’analyse sur l’opportunité d’appliquer cette mesure dans notre pays.[11]

Cette intervention législative répond, également, en France, aux initiatives volontaires prises par le secteur de la distribution, jugées insuffisantes.

Le 11 septembre 2023, dans l’hexagone, l’enseigne Carrefour avait annoncé mettre en application un système d’alerte pour les consommateurs: les produits concernés par le phénomène de *shrinkflation* seraient signalés dans ses magasins, avec la mention “Ce produit a vu son contenant baisser et son prix augmenter”.

---

9 Franceinfo, “Shrinkflation: Bruno Le Maire veut une disposition qui force les industriels à faire figurer de manière très visible la réduction de contenu”, 7 augustus 2023. Artikel raadpleegbaar op: *www.francetvinfo.fr/politique/bruno-le-maire/shrinklfation-bruno-le-maire-veut-une-disposition-qui-force-les-industriels-a-faire-figurer-de-maniere-tres-visible-la-reduction-de-contenu_6048263.html*

10 Besluit van 16 april 2024 “*relatif à l’information des consommateurs sur le prix des produits dont la quantité a diminué*”, *JORF,* nr. 0104 van 4 mei 2024. Document raadpleegbaar op: *https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000049502248*

11 Centrale Raad voor het Bedrijfsleven, advies van 21 maart 2024 over “Shrinkflation”, CRB 2024-0820, document raadpleegbaar op: *www.ccecrb.fgov.be/p/nl/1162/shrinkflation-onder-de-loep*

9 Franceinfo, “Shrinkflation: Bruno Le Maire veut une disposition qui force les industriels à faire figurer de manière très visible la réduction de contenu”, 7 août 23. Article disponible sur internet: https:// *www.francetvinfo.fr/politique/bruno-le-maire/shrinklfation-bruno -le-maire-veut-une-disposition-qui-force-les-industriels-a-faire -figurer-de-maniere-tres-visible-la-reduction-de-contenu_6048263.html*

10 Arrêté du 16 avril 2024 relatif à l’information des consommateurs sur le prix des produits dont la quantité a diminué, JORF n° 0104 du 4 mai 2024. Document disponible sur internet: *https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000049502248*

11 Conseil Central de l’Économie, avis du 21 mars 2024 sur la Shrinkflation, CCE 2024-0820, document disponible sur internet: *https://www.ccecrb.fgov.be/p/fr/1162/shrinkflation-sous-la-loupe*

Voor de Franse consumentenvereniging 60 millions de consommateurs is die communicatie nogal gedurfd[12] omdat Carrefour die strategie zelf al sinds de maand mei toepaste: zo werd voor een zak aardappelen wel de symbolische prijs van 0,99 euro gehandhaafd, maar bevatte die zak nog slechts één in plaats van anderhalve kilo aardappelen.

Betere informatie voor de consument

De consument moet correct worden geïnformeerd.

Het staat de producenten vrij zowel de hoeveelheid als de verkoopprijs van een product te verlagen of te verhogen om hun winstmarges te stabiliseren.

De consument staat het echter evenzeer vrij de inhoud van zijn winkelkar aan te passen als reactie op zijn dalende koopkracht.

Wanneer de consument te maken krijgt met krimpflatie, komt dat doorgaans omdat hij een bepaald product koopt uit gewoonte of automatisme en dus uit “merkentrouw”. Het maakt de hele praktijk des te heimelijker.

Wanneer de consument een product koopt dat nog evenveel kost maar minder bevat, zonder dat hij daarvan wordt ingelicht, dan kan hij niet met kennis van zaken beslissen. Het is aannemelijk dat hij een andere aankoopbeslissing zou nemen mocht hij op voorhand zijn ingelicht.

Terecht mag een beroep worden gedaan op de verantwoordelijkheidszin van de consument, die “veel intelligenter en waakzamer is dan wat bepaalde mediaoutlets en -organisaties laten uitschijnen”[13].

Ook kan men ongetwijfeld beter voedingsproducten in bulk kopen. Men betaalt immers de prijs per meeteenheid en de weerslag voor het milieu is kleiner.

Deze argumenten nemen echter niet weg dat de voedingsbedrijven de consument terdege dienen in te lichten en dat de overheid dat ook van hen moet eisen.

Pour 60 millions de consommateurs, néanmoins, il s’agissait d’une “opération de communication particulièrement gonflé[e]”[12] puisque l’enseigne pratiquait elle-même cette stratégie depuis le mois de mai: les sacs de pommes de terre, par exemple, ayant été réduits d’1,5 kilo à 1 kilo pour rester au bas prix symbolique de 0,99 euros.

Une meilleure information du consommateur

Les consommateurs doivent être correctement informés.

D’une part, pour stabiliser leurs marges bénéficiaires, les producteurs disposent de la liberté de réduire ou d’augmenter tant la quantité que le prix de vente.

D’autre part, pour faire face à la baisse de son pouvoir d’achat, le consommateur dispose de la liberté de revoir le contenu de son caddie.

Lorsque ce dernier est victime de *shrinkflation*, c’est en général que l’achat du produit concerné relève d’une “habitude de consommation”, d’un automatisme, et donc d’une “fidélité à la marque”, ce qui rend le procédé insidieux.

Lorsque le consommateur achète le produit au même prix, mais en quantité moindre sans en être informé, sa décision n’est pas prise en connaissance de cause et il y a lieu de penser que, s’il avait été préalablement informé, il aurait pris une autre décision.

Certes, on a raison d’en appeler, aussi, à la responsabilité du consommateur “beaucoup plus intelligent et vigilant que ne le laissent entendre certains médias”[13]

De la même manière, il est certainement préférable d’acheter des aliments en vrac, avec comme support le prix à l’unité de mesure et un impact environnemental moindre.

Mais ces arguments ne dispensent les industriels de prévoir et les autorités publiques d’exiger une bonne information du consommateur. D’autant plus qu’il faut

---

[12] Franceinfo, *Shrinkflation: Carrefour signale les produits concernés, une opération de communication dénonce 60 millions de consommateurs,* 11 september 2023. Online raadpleegbaar op *https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/shrinkflation-carrefour-signale-les-produits-concernes-une-operation-de-communication-denonce-60-millions-de-consommateurs_6055565.html*

[13] Integraal verslag van de commissie voor Economie van 18 januari 2023, loc. cit., blz. 3.

[12] France info, *Shrinkflation: Carrefour signale les produits concernés, une opération de communication dénonce 60 millions de consommateurs,* 11 septembre 23. Article disponible sur internet: *https://www.francetvinfo.fr/sante/alimentation/shrinkflation-carrefour-signale-les-produits-concernes-une-operation-de-communication-denonce-60-millions-de-consommateurs_6055565.html*

[13] Compte rendu intégral de la commission de l’Économie du 18 janvier2023, loc. cit., p. 3.

Men moet ook realistisch zijn: de consument kan nu eenmaal niet bij elk supermarktbezoek elk etiket van elk product aandachtig lezen. De consument kan niet altijd even “waakzaam” zijn: iemand met een druk beroeps- en gezinsleven heeft nu eenmaal weinig tijd om productprijzen en -hoeveelheden echt te vergelijken.

Dit wetsvoorstel wil krimpflatie en andere misleidende marketingpraktijken aanpakken om de consument meer vrijheid te geven en een betere vertrouwensrelatie tussen economische actoren tot stand te brengen.

être réaliste: le consommateur ne peut pas lire attentivement chaque étiquette de chaque produit acheté et ce, lors de chaque course dans chaque supermarché. La “vigilance” du consommateur est, à cet égard, confrontée à différentes limites, comme le fait d’avoir une vie professionnelle et une vie de famille bien remplies, qui ne laissent que peu de temps pour comparer effectivement les prix et les quantités des produits.

En luttant contre le phénomène de *shrinkflation* et autres pratiques de marketing qui trompent l’acheteur, nous rendrons davantage de liberté au consommateur et instaurerons une meilleure relation de confiance entre agents économiques.

Patrick Prévot (PS)
Sophie Thémont (PS)
Ridouane Chahid (PS)
Hugues Bayet (PS)
Christophe Lacroix (PS)

WETSVOORSTEL

HOOFDSTUK 1

Inleidende bepaling

Artikel 1

Deze wet regelt een aangelegenheid als bedoeld in artikel 74 van de Grondwet.

HOOFDSTUK 2

Wijzigingen van het Wetboek van economisch recht

Art. 2

In artikel I.8 van het Wetboek van economisch recht, ingevoegd bij de wet van 21 december 2013 en het laatst gewijzigd bij de wet van 8 februari 2024, wordt een bepaling onder 48° ingevoegd, luidende:

"49° krimpflatie: de situatie waarbij een fabrikant de hoeveelheid van een gewoonlijk te koop aangeboden voorverpakt goed met een vooraf bepaalde hoeveelheid vermindert en daarbij de oorspronkelijke prijs behoudt of verhoogt zonder de consument te wijzen op de vermindering van de hoeveelheid."

Art. 3

In boek VI, titel 2, hoofdstuk 4, van hetzelfde Wetboek wordt een artikel VI.11/1 ingevoegd, luidende:

"Art. VI.11/1. Wanneer de verpakking van een gewoonlijk te koop aangeboden voorverpakt goed met een vooraf bepaalde hoeveelheid wordt gewijzigd waardoor de nominale hoeveelheid ervan wordt verminderd, dient die vermindering van de bevatte hoeveelheid leesbaar, duidelijk en ondubbelzinnig te worden vermeld op de verpakking van het goed.

De Koning kan nadere regels vastleggen met betrekking tot de vermelding van de vermindering van de inhoud."

Art. 4

In boek VI, titel 2, hoofdstuk 6, van hetzelfde Wetboek wordt een artikel VI.19/1 ingevoegd, luidende:

PROPOSITION DE LOI

CHAPITRE 1ER

Disposition introductive

Article 1er

La présente loi règle une matière visée à l'article 74 de la Constitution.

CHAPITRE 2

Modifications du Code de droit économique

Art. 2

Dans l'article I.8 du Code de droit économique, inséré par la loi du 21 décembre 2013 et modifié en dernier lieu par la loi du 8 février 2024, il est ajouté un 49° rédigé comme suit:

"49° *shrinkflation*: une pratique consistant à réduire la quantité d'un bien préemballé en quantité préétablie, habituellement offert à la vente, tout en gardant son prix originel ou en l'augmentant, sans informer le consommateur de la réduction de quantité."

Art. 3

Dans le livre VI, titre 2, chapitre 4, du même Code, il est inséré un article VI.11/1, rédigé comme suit:

"Art. VI.11/1. Lorsque le conditionnement d'un bien emballé en quantité préétablie, offert habituellement à la vente, est modifié, de telle sorte que sa quantité nominale est réduite, cette réduction de quantité contenue est portée de manière lisible, apparente et non équivoque sur l'emballage du bien.

Le Roi peut prescrire des modalités particulières en ce qui concerne l'indication de la réduction du contenu."

Art. 4

Dans le livre VI, titre 2, chapitre 6 du même Code, il est inséré un article VI.19/1, rédigé comme suit:

"Art. VI.19/1. Wanneer in een reclameboodschap of op de verpakking van een goed de indruk wordt gewekt dat dit goed financieel voordeliger is dan een ander, soortgelijk goed omdat het in een grotere verpakking te koop wordt aangeboden, moet de prijs per meeteenheid van dat goed lager zijn dan de prijs per meeteenheid van hetzelfde goed dat in een kleinere verpakking te koop wordt aangeboden."

Art. 5

In boek VI, titel 4, hoofdstuk 1, afdeling 3, van hetzelfde Wetboek wordt een artikel VI.100/1 ingevoegd, luidende:

"Art. VI.100/1. Krimpflatie is een misleidende handelspraktijk."

Art. 6

In artikel XV.83, eerste lid, 4°, van hetzelfde Wetboek, gewijzigd bij de wet van 8 mei 2022, worden de woorden "en VI.19" vervangen door de woorden ", VI.19 en VI.19/1".

25 september 2023

"Art. VI.19/1. Lorsqu'une publicité ou une mention portée sur l'emballage d'un bien laisse entendre que ce bien est avantageux financièrement par rapport à un autre bien de même nature, en raison du fait qu'il est offert à la vente dans un conditionnement de quantité supérieure, le prix à l'unité de mesure dudit bien est inférieur au prix à l'unité de mesure du même bien offert en vente dans un conditionnement de quantité moindre."

Art. 5

Dans le livre VI, titre 4, chapitre 1er, section 3 du même Code, il est inséré un article VI.100/1 rédigé comme suit:

"Art. VI.100/1. La *shrinkflation* est une pratique commerciale trompeuse."

Art. 6

Dans l'article XV.83, alinéa 1er, 4° du même Code, modifié par la loi du 8 mai 2022, les mots "et VI.19" sont remplacés par les mots ", VI.19 et VI.19/1".

25 septembre 2023

Patrick Prévot (PS)
Sophie Thémont (PS)
Ridouane Chahid (PS)
Hugues Bayet (PS)
Christophe Lacroix (PS)

Centrale drukkerij - Imprimerie centrale