
Inhoud

1.	Correcte informatie en misleidende reclame	11
1.	Moet een reclameboodschap altijd 100% correct zijn en zo niet, waar ligt dan de grens?	11
2.	Als reclame 100% correct is, kan zij dan toch nog misleiden?	14
3.	Mag een onderneming bepaalde informatie weglaten uit haar reclame?	16
4.	Een onderneming mag toch overdrijven in reclame en zichzelf voorstellen als de beste, de slimste en de mooiste?	18
5.	Welke consument of klant moet men als richtsnoer nemen om mogelijke misleiding te bepalen: de zwakke of de gemiddelde?	20
6.	Moet een verkoper altijd een grote voorraad aan goederen hebben alvorens hij er reclame over mag voeren?	22
7.	Wanneer mag men een goed of dienst als gratis voorstellen, want iedereen kent toch de spreuk <i>“There is no such thing as a free lunch”</i> ?	24
8.	Wat moet er begrepen zijn in de prijs die aan de consument wordt voorgesteld? Moet die prijs altijd in euro zijn?	25
9.	Welke taal moet men gebruiken in zijn communicatie?	27
10.	De wetgever kan nooit altijd alles voorzien. Hoe kan de rechter dan praktijken verbieden die als oneerlijk worden gevoeld, maar waar de wetgever nog niet aan gedacht heeft?	28
2.	Vergelijkende reclame	31
11.	Vergelijkende reclame is toegelaten, maar welke zijn de voorwaarden?	31
12.	Mag men zichzelf een Rolls Royce noemen?	35

13.	Mag een onderneming zoals een bank zichzelf vergelijken met de andere banken in het algemeen?	36
14.	Mag een onderneming haar wit product vergelijken met het A-merk van een concurrent?	38
15.	Vergelijkende reclame mag niet denigrerend zijn, maar is iedere vergelijking niet denigrerend voor de concurrent die altijd overtroefd wordt door de adverteerder?	40
16.	Als vergelijkende reclame objectief moet zijn, moet men dan over een rapport van een deskundige beschikken om zijn stellingen te bewijzen?	42
17.	Kan men wel smaken vergelijken, want die zijn per definitie subjectief?	44
3.	Prijsverminderingen en solden	47
18.	Mag men vandaag een vermindering voorstellen van een prijs t.o.v. de prijs van een jaar geleden?	47
19.	Hoelang mag een prijsvermindering aangekondigd worden?	50
20.	Voor welke goederen en diensten gelden de solden en de sperperiodes?	51
21.	Wanneer beginnen de solden en wanneer beginnen de sperperiodes?	54
22.	Mag men vóór de solden mondeling al kortingen aanbieden ("fluistersolden")?	55
23.	Mag een onderneming de sperperiode omzeilen door een korting aan te bieden bij de aankoop van een tweede goed?	57
24.	Moet een onderneming nog geschenkbonnen aanvaarden na de vervaldag?	58
25.	Aan welke voorwaarden moeten <i>cashback</i> -acties en waardebonnen voldoen?	60
4.	Loterijen, kansspelen, wedstrijden	63
26.	Is er een verschil tussen een loterij, een kansspel en een wedstrijd?	63
27.	Aan welke voorwaarden moeten loterijen voldoen om wettelijk te zijn?	65
28.	Moeten loterijen gratis zijn of mag men het publiek laten betalen om mee te spelen (cash/per sms)?	67
29.	Mogen loterij- of tombolabriefjes worden geschonken bij de aankoop van een product?	68
30.	Aan welke voorwaarden moeten promotionele kansspelletjes voldoen om wettelijk te zijn?	69

31.	Mag men voor deelname aan een kansspel een vergoeding vragen, bv. via sms?	71
32.	Wanneer is er sprake van een fysieke of intellectuele inspanning en wanneer van geluk?	73
33.	Mag het toeval geen enkele rol spelen bij een wedstrijd?	75
34.	Moet de deelname aan een wedstrijd gratis zijn?	76
35.	Is het vereist om een beroep te doen op een gerechts-deurwaarder?	77
36.	Is een spelreglement vereist en wat moet erin staan?	78
37.	Is er een beperking voor de waarde van de prijzen?	81
38.	Aan welke belastingen zijn de prijzen onderworpen?	82
39.	Mag de onderneming de persoonsgegevens die zij van de deelnemers ontvangt, gebruiken voor marketingdoeleinden?	83
40.	Wie zorgt ervoor dat de wetgeving inzake loterijen en kansspelen wordt nageleefd?	84
5.	Gezamenlijk aanbod of koppelverkoop?	87
41.	Mag een onderneming een geschenk geven bij de aankoop van een goed of een dienst?	89
42.	Mag een onderneming een potentiële klant verplichten om meerdere goederen of diensten samen aan te kopen?	90
43.	Mag een onderneming kortingen aanbieden op één goed of één dienst als de consument een ander goed of een andere dienst aankoopt?	91
44.	Is een gezamenlijk aanbod of koppelverkoop voor alle producten en diensten toegelaten?	92
45.	Mag men tijdens de sperperiode het gezamenlijk aanbod doen van één kopen plus één gratis?	94
46.	Wanneer is het toegelaten om een geschenk te geven aan een klant die een andere klant aanbrengt ("peterschapsactie" of "member gets member")?	95
6.	Verkoop buiten de onderneming (postorder, verkoop aan huis)	97
47.	Wanneer kan de consument de bijzondere bescherming voor verkoop op afstand of verkoop aan huis genieten?	97
48.	Moet een onderneming aan de consument het recht geven om binnen 14 dagen de aankoop van een goed of dienst te herroepen?	100
49.	Heeft de consument het recht om een verkoop te herroepen bij een aankoop op een veilingssite?	102

50.	Wie betaalt de kosten van terugzending als de consument de aankoop herroept?	103
51.	Wie zijn goederen online besteld en ze vervolgens gaat afhalen bij de verkoper of in een ander verdeelpunt, mag die ook zijn aankoop herroepen?	105
52.	Welke vergunningen moet men hebben om te mogen verkopen van deur tot deur?	106
7.	Verkoop met verlies	109
53.	Is verkoop van goederen met verlies verboden?	109
54.	Wat met verkoop met verlies van diensten: mag het IKEA-restaurant een volledige maaltijd verkopen voor een paar euro?	111
55.	Wanneer is er precies sprake van verlies?	113
56.	Mag men bij de bepaling van eventueel verlies rekening houden met bijdragen van de leverancier voor reclame en dergelijke?	114
57.	Wat met volumekortingen: mogen die in rekening worden gebracht om verkoop met verlies te vermijden?	115
58.	Mag men tijdens de solden met verlies verkopen?	116
59.	Oude voorraad mag men toch met verlies verkopen?	117
60.	Als een afnemer met verlies verkoopt, mag de fabrikant dan verdere leveringen weigeren?	118
8.	Auteursrecht	119
61.	Tot wie moet ik me wenden voor de toestemming om auteursrechtelijk beschermde werken te mogen gebruiken?	122
62.	Hoelang en voor welke doeleinden mag men de rechten op foto's, logo's, muziek enz. exploiteren?	124
63.	Mag men verworven foto's, logo's, muziek enz. wijzigen om ze commercieel beter te kunnen gebruiken?	126
64.	Moet een onderneming steeds de naam van de auteur vermelden op creaties die ze gebruikt?	128
65.	Is een onderneming automatisch en voor altijd eigenaar van de creaties gemaakt door haar werknemers?	129
66.	Als een onderneming een werk (logo, website, ...) laat maken door een derde en de factuur ervoor betaalt, mag zij dit werk dan voor altijd vrij gebruiken?	131
67.	Mag een werknemer of zelfstandige medewerker met ideeën van het bedrijf naar buiten stappen, naar de concurrentie of zelf een bedrijf oprichten?	134

68.	Heeft een onderneming rechten op de gegevens over haar klanten, leveranciers, producten enz. die zij in een databank bewaart?	136
69.	Als er geen intellectueel recht is dat een goed of dienst beschermt, dan mag iedereen het toch vrij kopiëren?	138
9.	Merken	141
70.	Waar en hoe kan ik mijn merk laten beschermen (BBIE, OHIM, BMM)?	141
71.	Hoeveel kost de registratie van mijn merk?	144
72.	Welke tekens kunnen als merk gedeponeerd worden (kleuren, vormen, geluiden, generieke woorden, ...)?	146
73.	Hoe kan ik weten of iemand anders al het merk liet inschrijven of gebruikt?	148
74.	Wie kan oppositie instellen tegen mijn merkdepot en hoe verloopt de procedure?	150
75.	Wanneer is er sprake van inbreuk op mijn merk?	153
76.	Mag mijn domeinnaam het merk van een ander bevatten?	155
77.	Wat is een handelsnaam? Mag een derde een handelsnaam gebruiken die overeenstemt met mijn merk? En omgekeerd?	157
78.	Mag een onderneming het merk van een concurrent als AdWord gebruiken om te adverteren via een AdWord-programma?	159
79.	Zijn <i>lookalike</i> -verpakkingen toegelaten?	161
10.	Privacy en sociale media	163
80.	Als een onderneming persoonsgegevens verwerkt, moet ze dan zowel de betrokkenen als de Privacycommissie daarvan inlichten? Hoe moet dat gebeuren?	163
81.	Mag een onderneming alle gegevens verzamelen van haar klanten, ook gerechtelijke, medische of religieuze?	166
82.	Mag een onderneming reclame maken door e-mails te sturen naar bestaande of potentiële klanten? Volstaat voor de toestemming een vooraf aangevinkt vakje op een website?	167
83.	Mogen persoonsgegevens worden uitgewisseld met verbonden vennootschappen, binnen of buiten de Europese Unie?	169
84.	Hoelang mag men de persoonsgegevens van bestaande, vroegere of potentiële klanten bewaren?	170
85.	Wie zorgt ervoor dat de wetgeving inzake privacy wordt nageleefd?	172
86.	Mogen werknemers zelf berichten plaatsen via sociale netwerken over hun bedrijf ("Vind ik leuk")?	173

87.	Als consumenten zich verzamelen om samen in te kopen, is men als verkoper dan verplicht daarop in te gaan?	175
88.	Wat kan iemand doen als een (minder flatterende) afbeelding een eeuwig leven gaat leiden op het internet of via sociale media?	177
89.	Klopt het dat men in België niet meer de logo's van Facebook, Twitter of LinkedIn mag gebruiken op de televisie?	179
90.	De informatie die men deelt met zijn Facebookvrienden, zijn dat privémededelingen of mededelingen aan het publiek?	181
91.	Tell a friend: mag een onderneming aan haar klanten vragen om e-mailadressen te geven van vrienden, om die vervolgens reclame te sturen per e-mail?	183
11.	Sancties	185
92.	Wie zorgt ervoor dat de wetgeving inzake marktpraktijken wordt nageleefd?	185
93.	Als een onderneming gedagvaard wordt, moet ze dan de gewraakte praktijk onmiddellijk stopzetten onder verbeurte van een dwangsom?	187
94.	Wie moet wat bewijzen bij een vordering voor de rechtbank: de eiser of de verweerder?	189
95.	Hoelang duurt het om een vonnis te verkrijgen?	191
96.	Mag de rechter een schadevergoeding uitspreken en over welke bedragen spreken we dan?	195
97.	Wie betaalt de gerechtskosten en hoeveel bedragen die?	197
98.	Wie kan een klacht indienen bij de JEP en wat is de kracht van de JEP-beslissingen?	199
99.	Krijgt een overtreder wel eens een administratieve geldboete?	202
100.	Kan een overtreder ook strafrechtelijk veroordeeld worden?	204
Bijlage 1		205
Bijlage 2		207