

N HAND. PRAKT. - Prijsaand. horeca A2
MH/SDV/AS
752-2016

Brussel, 20 september 2016

ADVIES

over

**EEN ONTWERP VAN KONINKLIJK BESLUIT BETREFFENDE DE
PRIJSAANDUIDING IN DE HORECASECTOR**

(goedgekeurd door het bureau op 20 september 2016,
bekrachtigd door de Hoge Raad op 4 oktober 2016)

In zijn brief van 29 juni 2016 heeft de heer Kris Peeters, Vice-eersteminister en Minister van Werk, Economie en Consumenten, het advies gevraagd van de Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO over een ontwerp van koninklijk besluit betreffende de prijsaanduiding in de horecasector.

Na raadpleging van de betrokken beroepsorganisaties van de sectorcommissie nr. 8 – Horeca, toerisme en ontspanning heeft het bureau van de Hoge Raad op 20 september 2016 onderstaand advies uitgebracht, dat werd bekrachtigd door de Hoge Raad op 4 oktober 2016.

ALGEMENE CONTEXT

Het ontwerp van koninklijk besluit vervangt het koninklijk besluit van 15 juni 1988 betreffende de aanduiding van de tarieven in de zaken waar logies, maaltijden, gerechten of dranken worden verstrekt.

Het algemene principe van het nieuwe KB Horeca is dat de prijsaanduiding op een leesbare, goed zichtbare en ondubbelzinnige wijze moet gebeuren, in restaurants en cafés op een van buiten de verkoopprijsruimte goed zichtbare plaats, en in hotels op een voor de consument vrij toegankelijke plaats. De modellen voor prijsaanduiding voorzien in het oude KB Horeca worden opgeheven.

STANDPUNTEN

De Hoge Raad is van mening dat het ontwerp van KB betreffende de prijsaanduiding in de horecasector een aantal goede vereenvoudigingen doorvoert. Zo was de afschaffing van de modellen voorzien in het KB Horeca van 1988, die totaal achterhaald waren, een absolute noodzaak. Ook is het positief dat de prijsaanduiding niet langer herhaald hoeft te worden aan de ingangen van het terras van een horecazaak, en dat de prijsaanduiding voor dranken beperkt mag worden tot de meest representatieve dranken per categorie.

De Hoge Raad heeft echter een aantal opmerkingen over het integreren van nieuwe technologische hulpmiddelen in de praktijk van prijsaanduiding.

A. Algemeen: stijgend belang van digitale technologie en constante evolutie van prijzen

Technologie en digitale hulpmiddelen zijn de laatste jaren steeds belangrijker geworden voor het informeren van consumenten en voor handelstransacties, zoals bijvoorbeeld online reservaties voor toeristische logies of het opnemen van bestellingen. De Hoge Raad is dan ook van mening dat het nieuwe ontwerp van KB Horeca rekening moet houden met de actuele en toekomstige technologische evoluties, en dat zaakvoerders een zekere flexibiliteit moeten krijgen met betrekking tot de hulpmiddelen die zij gebruiken voor prijsaanduiding.

Het aantal mensen dat via smartphone of tablet zelfs onderweg toegang heeft tot het internet, neemt zienderogen toe. Dit zorgt ervoor dat de consument beter geïnformeerd is en in real time prijzen kan vergelijken en de beste aanbiedingen kan zoeken.

Zaakvoerders in de horecasector zijn de laatste jaren verplicht om zich te conformeren aan deze veranderende markt. Het dagelijkse beheer van prijzen (o.m. “yield management” in de hotelsector) is daarmee een nieuw aspect geworden van de horecaberoepen.

Mede om deze reden voorzien vele horecaondernemingen tegenwoordig reeds in een volledige prijslijst op hun website. Dit maakt uitgebreide menukaarten aan de ingang enigszins overbodig. De Hoge Raad stelt daarom voor om horecazaken die reeds een volledige prijslijst ter beschikking stellen op hun website, de keuze te geven om de prijsaanduidingen aan de ingang te beperken tot de minimum- en maximumprijzen voor voorgerechten, hoofdgerechten, nagerechten en eventueel menu's, en wat dranken betreft tot de minimum- en maximumprijs per type drank. Men verwijst aan de ingang dan ook steeds naar de verdere informatie op de website. Dit doet geen afbreuk aan de regels betreffende prijsaanduiding binnen in de zaak.

B. Specifiek: hotels

1. Logies

De huidige voorschriften voor de prijsaanduiding in hotels komen niet meer overeen met de realiteit van de prijsbepaling van een hotelkamer. De markt van hotelkamers is vaak een perfecte markt, waar via internetboekingen de prijs perfect door vraag en aanbod bepaald wordt. Dit betekent dat er niet langer een prijs voor een bepaald type kamer bestaat, maar wel een prijs voor een bepaald type kamer op een welbepaald tijdstip. De prijs van een hotelkamer vandaag kan sterk variëren naargelang het moment waarop men de reservatie doet. Het aantal hotels dat werkt met een vaste prijs die alleen differentieert in het weekend, of in het zogenaamde hoog- en laagseizoen, neemt sterk af. De enige relevantie van de zogenaamde “rack rate” is dat dit de maximale prijs van een hotelkamer is. Deze maximale prijs wordt zelden betaald. Ook in het geval van hotels is de informatie via internet veel accurater dan welke prijsaanduiding in het hotel zelf ook zou kunnen leveren. De Hoge Raad stelt daarom het volgende voor, waarbij de hotelier zelf kiest tussen optie A of B:

- a) Buiten aan de ingang of in het gebouw op een publiek toegankelijke plaats, op een document door het logiesverstrekkerend bedrijf zelf opgemaakt, de prijs die maximaal per kamer(type) zal gevraagd worden op een duidelijk zichtbare plaats uit te hangen, met de vermelding tot hoe laat de klant de kamer mag betrekken zonder dat de prijs van een supplementaire overnachting wordt aangerekend.
- b) Deze affichering *mag* het logiesverstrekkerend bedrijf vervangen door (1) het voorzien van een mogelijkheid tot online boeken, in real time, via de eigen website van het logiesverstrekkerend bedrijf en waarbij de boekende klant, vóór het finaliseren van de boeking, ingelicht wordt over de totaal te betalen prijs, incl. btw, alle overige taksen en de kosten van alle diensten die door de klant verplicht moeten worden bijbetaald voor zijn boeking, en (2) een verwijzing op dezelfde plaatsen naar de website van het logiesverstrekkerend bedrijf waar in real time online geboekt kan worden.

2. Aanvullende diensten

Ook voor de presentatie en prijsaanduiding van aanvullende toeristische diensten (zoals ontbijt, wifi, producten in de minibar, roomservice, enz.) worden steeds meer digitale hulpmiddelen gebruikt. Een digitale “conciërge-app” laat bijvoorbeeld toe de klant vanaf zijn reservatie - dus vóór zijn verblijf - te informeren over de verschillende aangeboden diensten en hun tarieven. Tijdens het verblijf is deze informatie ook beschikbaar via het tv-kanaal van het hotel of via een informatiemap. Een verwijzing naar de website van het etablissement, naar zijn inhoud en prijsinformatie, moet hier om de bovenstaande redenen ook aanvaardbaar zijn, mits de informatie up-to-date gehouden wordt.

BESLUIT

De Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO vraagt dat het nieuwe KB Horeca de technologische evoluties in aanmerking neemt, en dat zaakvoerders enige flexibiliteit kunnen genieten met betrekking tot de hulpmiddelen die zij gebruiken voor prijsaanduiding. Mits rekening wordt gehouden met de opmerkingen in dit advies, brengt de Hoge Raad een positief advies uit over het voorliggend ontwerp van koninklijk besluit.
