



## Advies 423

### Publiciteit - mededinging

*De vraag rijst of de vermelding op een website van een betalend advocaat onder de naam van een andere advocaat strijdig is met de deontologie en/of wettelijke bepalingen - deze aangelegenheid wordt niet geregeld door een OVB-reglement.*

*Verordeningen van Ordes van Advocaten in de economische sfeer, die mededingingsbeperkende gevolgen hebben, zijn niet verboden voor zover ze niet verder gaan dan noodzakelijk voor de verzekering van de goede uitoefening van het beroep van advocaat. Een algemene beperking van de wervingspubliciteit van een advocaat lijkt niet noodzakelijk om de goede uitoefening van het beroep van advocaat te kunnen verwezenlijken*

*Een advocaat is verantwoordelijk voor de publiciteit die hij voert en kan hij zich niet verschuilen achter onwetendheid over de wijze hoe een uitgever/provider zijn publiciteit behandelt - toetsing aan de wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand afgesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen - de vermelding van de naam van een advocaat onder de hoofding "interessante bedrijven in de buurt" of "vergelijkende advocaten" is niet strijdig met de wet van 2 augustus 2002 op de vrije beroepen.*

### Vraag:

U verzocht om een advies m.b.t. volgende feiten:

- 1) Mr. X stelde vast dat de website van de GG.be naast zijn gegevens ook een rubriek bevatte "meer interessante bedrijven in de buurt", met daaronder de namen van andere advocatenkantoren. Inmiddels is de ondertitel: "meer interessante bedrijven in de buurt" vervangen door "interessante bedrijven in de buurt". Het geval van mr. X is niet uniek. Na consultatie van de GG.be blijkt dat bijna alle ingegeven vrije beroepen, handelaars en bedrijven vermeld staan met daaronder andere gelijkaardige bedrijven.

Uit de door mij geconsulteerde webpagina's meen ik te mogen afleiden dat de kantoren die vermeld staan onder hoofding "interessante bedrijven in de buurt" ofwel betalen voor een publiciteit ofwel betalen voor de vermelding van hun faxnummer of mailadres.

2) Ik mocht vaststellen dat hetzelfde fenomeen zich voordoet bij G.

Bij de eerste vermelding van de naam van mr. X staat de webpagina van "Z.be". Op deze webpagina staat onder de naam van de confrater een hoofding "vergelijkbare advocaten" waarin diverse andere advocaten vermeld worden, zoals: mr. ..., mr. ..., mr. ... en mr. .... Onderaan de pagina staat er een rubriek "advocaten per gemeente", "advocaten per specialisatie" en "advocaten per topic".

De advocaten vermeld in de GG onder de hoofding "interessante bedrijven in de buurt" betalen een vergoeding aan het bedrijf T. De advocaten vermeld onder de website Z.be betalen wellicht ook voor publiciteit.

Ik ga ervan uit dat de advocaat die een G-advertentie plaatst speculeert op een gunstige vermelding. Bij de GG-meldingen is zulks wellicht minder duidelijk. Hier beseffen de advocaten waarschijnlijk niet dat hun advertentie speciaal wordt vermeld onder de naam van een confrater. Ik veronderstel dat T wel voorziet in haar overeenkomst in de mogelijkheid de betalende klanten onder te brengen in speciale publicitaire rubrieken.

#### **Advies:**

1. De vraag rijst evenwel of de vermelding van een betalend advocaat (met al dan niet zijn logo) onder de naam van een andere advocaat strijdig is met de deontologie en/of wettelijke bepalingen.

Deze aangelegenheid wordt niet geregeld door een OVB-reglement.

Het hof van Justitie besliste op 6 april 2011 dat artikel 24 lid 1 van de richtlijn 2006/123/EG en de raad van 12 december 2006 betreffende de diensten op de interne markt, aldus dient te worden uitgelegd dat het zich verzet tegen een nationale regeling die, de beoefenaars van een gereglementeerd beroep, verbiedt actief cliënten te werven.

Verordeningen van Ordes zoals de Orde van Advocaten in de economische sfeer, die mededingingsbeperkende gevolgen hebben, zijn niet verboden voor zover ze niet verder gaan dan noodzakelijk voor de verzekering van de goede uitoefening van het beroep van advocaat<sup>1</sup>. Een algemene beperking van de wervingspubliciteit van een advocaat lijkt mij niet noodzakelijk om de goede uitoefening van het beroep van advocaat te kunnen verwezenlijken. De tweede paragraaf van artikel 3 van het OVB-reglement op de publiciteit bepaalt wel dat het de advocaat niet toegestaan is publiciteit te voeren door een gepersonaliseerd dienstenaanbod voor lopende zaken of in een welbepaald dossier zonder daartoe te zijn uitgenodigd. Deze bepaling is evenwel van wezenlijk belang voor de goede uitoefening van het beroep van advocaat. Het afwerven van een cliënt lopende een zaak zou bv. de destabilisatie van de cliënt en een ernstige ontregeling van de procedure voor gevolg hebben. Maar deze derde paragraaf van artikel 3 van het OVB reglement is in casu niet van toepassing.

---

<sup>1</sup> D. VANDERMEERSCH, *De Mededingingswet*, Kluwer 2007, 92.



Wel is een advocaat verantwoordelijk voor de publiciteit die hij voert en kan hij zich niet verschuilen achter onwetendheid over de wijze hoe een uitgever/provider zijn publiciteit behandelt.

2. Wel dient onderzocht te worden of de wettelijke bepalingen niet geschonden zijn. De wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand afgesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen is uiteraard ook van toepassing op advocaten.

Deze wet heeft als definitie van reclame:

*“Iedere vorm van mededeling bij de uitoefening van een vrij beroep die rechtstreeks of onrechtstreeks tot doel heeft de afzet van goederen of diensten te bevorderen...”.*

De wet geeft een aantal aanduidingen om uit te maken of een reclame al dan niet misleidend is. De wet definieert als misleidende reclame elke vorm van reclame die op enige wijze misleidt of kan misleiden en die door haar misleidend karakter het economisch gedrag kan beïnvloeden of die daardoor aan een concurrent schade aanbrengt of kan toebrengen.

Door op de webpagina te refereren aan andere advocaten wordt aan vergelijkende reclame gedaan. Vergelijkende reclame wordt immers gedefinieerd als elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd. Dergelijke reclame wordt door de wetgever getolereerd op voorwaarde dat zij:

- 1) niet misleidend is;
- 2) betrekking heeft op goederen of diensten die in dezelfde behoefte voorzien of hetzelfde doel zijn bestemd;
- 3) betrekking heeft op één of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze goederen en diensten, waartoe ook de prijs kan behoren, die op een objectieve wijze met elkaar worden vergeleken;
- 4) niet ertoe leidt dat op de markt de adverteerder met een concurrent, of merken, namen, of andere onderscheidende kenmerken, goederen of diensten van de adverteerder met deze van een concurrent worden verward;
- 5) niet de goede naam schaadt van of zich niet kleinerend uitlaat over de merken, namen, andere onderscheidende kenmerken, goederen, diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent;
- 6) voor producten met een benaming van oorsprong in elk geval betrekking heeft op producten met dezelfde benaming;
- 7) geen oneerlijk voordeel oplevert ten gevolge van de bekendheid van een merk, naam of andere onderscheidende kenmerken van een concurrent dan wel van de oorsprongsbenamingen van concurrerende producten;
- 8) geen goederen of diensten voorstelt als imitatie of namaak van goederen of diensten met een beschermd merk of beschermde naam.

Paragraaf 4 van artikel 6 van de wet van 2 augustus 2002 betreffende de misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand afgesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen bepaalt dat in afwijking van §2 de beroepsregulerende overheden volgens de



gebruikelijke wijze waarop ze hun deontologische regels vaststellen de vergelijkende reclame kunnen verbieden of beperken voor zover dit nodig is om de waardigheid en de deontologie van het betrokken vrij beroep te vrijwaren. Zoals reeds aangehaald komt het mij voor dat dergelijke beperkende deontologische regel zich - in casu - niet opdringt.

3. Uiteraard is de vermelding “meer interessante bedrijven in de buurt” misleidend en kan zelf als schade berokkenend worden bestempeld. De vermelding van het woord “meer” werd thans verwijderd.

4. De vermelding van de advocaten opgenomen in de lead “interessante bedrijven in de buurt” dient als reclame te worden beschouwd in de zin van de voornoemde wet. Overigens is ook de vermelding van mr. X met zijn adres en telefoonnummer als een reclame te beschouwen overeenkomstig de definitie weergegeven in de wet van 2 augustus 2002 betreffende de vrije beroepen. Of deze vermelding van de namen van concurrerende advocaten onder de naam van mr. X in de GG.be strijdig is met de wet van 2 augustus 2002 betreffende misleidende en vergelijkende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand afgesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen of met enige andere wettelijke bepaling heb ik tevens - evenwel op niet exhaustieve wijze - onderzocht.

In zijn principiële arrest van 6 april 2011 oordeelde het Grondwettelijk Hof dat de artikelen 2, 1<sup>o</sup> en 2<sup>o</sup> en 3, § 2 WMPC artikelen 10 en 11 GW schenden in zover ze als gevolg hebben dat de beoefenaars van een vrij beroep, de tandartsen en de kinesisten van het toepassingsgebied zijn uitgesloten<sup>2</sup>. Het Hof stelt vast dat de WMPC net zoals de richtlijn 2005/29/EG van 11 mei 2005 betreffende de eerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt een algemeen verbod aan ondernemingen oplegt om zich schuldig te maken aan oneerlijke marktpraktijken. In tegenstelling tot de richtlijn sluit de WMPC de vrije beroepen uit van haar toepassingsgebied.

De beoefenaars van een vrij beroep zijn onderworpen aan de wet van 2 augustus 2002 betreffende misleidende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand gesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen (B.S. 20 november 2002). Deze wet is nog niet aangepast aan de richtlijn 2005/29/EG (die diende omgezet te worden voor 12 juli 2007 in de Belgische wetgeving; hetgeen niet gebeurd is), in die zin dat het geen algemeen verbod op oneerlijke praktijken bevat hoewel de richtlijn 2005/29/EG een dergelijk verbod voorschrijft. Op 15 december 2011 deed het Grondwettelijk Hof uitspraak over de legitimiteit van de uitsluiting van vrije beroepsbeoefenaars uit het toepassingsgebied van de wet marktpraktijken<sup>3</sup>.

Zelfs indien de advocaten die vermeld staan onder de hoofding “interessante bedrijven in de buurt” de publiciteit zouden gewild hebben, is deze publiciteit mijns inziens niet contra legem.

Mr. X maakt gewag van aanhaking. Het is juist dat onder zijn naam andere concurrenten vermeld worden in de rubriek “interessante bedrijven in de buurt”. Maar houdt dit in dat een oneerlijk voordeel wordt bezorgd aan de voormelde concurrenten van mr. X. De vermelding van de naam van een confrater onder de hoofding “interessante bedrijven in de buurt” of “vergelijkende advocaten” is m.i. niet strijdig met de wet van 2 augustus 2002 op de vrije beroepen. De vermelding schendt niet de goede naam van mr. X. Dit was oorspronkelijk wel anders wanneer melding werd gemaakt van

---

<sup>2</sup> GWH, 6 april 2011, nr. 55/2011.

<sup>3</sup> GWH, 15 december 2011, nr. 192/2011.



“meer interessante bedrijven in de buurt”. Het woord “meer” was alleszins ongelukkig gekozen en was schadeberokkenend voor mr. X. Om gewag te maken van aanhaking is geen originaliteit of intellectueel rechterlijke prestatie vereist. Ook verwarring tussen de concurrenten is evenmin nodig. Er kan enkel sprake zijn van aanhaking voor zover dat een concurrent voordeel haalt uit belangrijke inspanningen of investeringen. Dit is in casu m.i. niet het geval.

De vermelding van namen van concurrenten onder de vermelding van een advocaat op de websitepagina van de GG maakt m.i. geen daad van rechtsmisbruik of parasitisme uit.

*“Aldus beschouwd, kan overmatig aanleunen of ‘parasiteren’ slechts onrechtmatig zijn wanneer en voor zover de bevoegde rechter vaststelt dat zulk strijdig is met een op de relevante markt algemeen aanvaard ‘marktgebruik’. Het is echter maar zeer de vraag of een dergelijke mededingingsbeperkende marktgebruik, zo het al zou bestaan, wel als eerlijk kan worden gekwalificeerd. De norm van de eerlijke machtsgebruiken mag immers niet worden misbruikt ten dienste van een louter eigen belang van gevestigde marktdeelnemers en ten koste van (potentiële) concurrenten en/of afnemers.”*<sup>4</sup>

Hoewel de Europese richtlijn 2005/29/EG nog niet naar het Belgische recht werd omgezet stel ik aan de hand van de bepalingen van deze richtlijn in casu ook geen overtreding vast bij de toetsing met de publicitaire advertentie in de GG (en zelfs G).

Ik vind evenmin een schending of een overtreding na toetsing van de marktpraktijkenwet. Het proberen werven van klanten vormt geen oneerlijke handeling op zich want het cliënteel is een res nullius en het beginsel van economische vrijheid belet een verkoper rechten t.a.v. zijn cliënten op te eisen.<sup>5</sup> Ik refereer hier ook aan hetgeen uiteengezet in punt 4 m.b.t. de wet van 2 augustus 2002 betreffende misleidende reclame, de onrechtmatige bedingen en de op afstand gesloten overeenkomsten inzake vrije beroepen..

5. Als besluit meen ik dat mr. X terecht schade heeft geleden toen er onder zijn naam melding werd gemaakt van “meer interessante bedrijven in de buurt”. Doch dat de vermeldingen van andere advocaten op de webpagina van de GG onder de lead “interessante beroepen in de buurt” en in G (onder de websites: Z.be) niet strijdig zijn met enige deontologische of wettelijke bepaling.

Edward Janssens  
Bestuurder departement deontologie

6 april 2012

---

<sup>4</sup> D. MERTENS, Het Hof van Cassatie over “parasitaire mededinging” en “aanhaking”. Scherpstelling of genadeschot, noot onder Cass. 29 mei 2009, *RW*, 2010-2011, 1560.

<sup>5</sup> Kh. Namen, 29 april 2009, *RRD*, 2008, afl.129, 525.

