

Gedragscode Febelfin/BVB

voor de banken inzake informatieverstrekking en reclameboodschappen over het spaardeposito

Inhoud

Inleiding	2
Bepalingen inzake informatieverstrekking, inzonderheid over de premies	4
A. Speciaal en apart informatiedocument	4
B. Kernmodaliteiten toe te voegen aan 'tarieflijst'	5
C. Wijzigingen aan de werkingsmodaliteiten tijdig melden	5
D. Andere deposite rekeningen zonder termijn	6
Bepalingen inzake reclameboodschappen over het product 'spaardeposito'	7
A. Het toepasselijke wettelijke referentiekader in acht nemen	7
B. Modulering nodig in de vereisten volgens de aard van het reclamekanaal of -middel	7
C. Minimale informatie-elementen in 'vluchtige' reclame waarin intrestpercentages voorkomen	9
D. Minimale informatie-elementen in 'substantiële' reclame waarin intrestpercentages voorkomen	9
E. Andere deposite rekeningen zonder termijn	10
Andere beschikkingen en inwerkingtreding	11
A. Naleving van de gedragscode	11
B. Toepassing 'Gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen' door de banken	11
C. Inwerkingtreding	11
D. Toepassing van de gedragscode door banken die geen lid zijn van Febelfin/BVB	11
E. Naleving gedragscode door bancaire tussenpersonen	11
F. Evaluatie van de gedragscode	12
Bijlage 1 : Tarieflijst	13
A. De tarieflijst zoals vastgelegd in de bijlage van het Koninklijk Besluit van 23 maart 1995	13
B. Volgens de gedragscode van Febelfin/BVB toe te voegen rubrieken inzake de premies	14
Bijlage 2 : Gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen	15

Inleiding

De regels in de onderhavige **gedragcode beogen de 'gereguleerde spaardeposito's'**, dit zijn de spaardeposito's waarvan een eerste schijf van intrestinkomsten is vrijgesteld van personenbelasting volgens artikel 21, 5°, van het Wetboek van de Inkomstenbelastingen 1992 (WIB 92)¹, en die dus voldoen aan de modaliteiten zoals bepaald in artikel 2 van het Koninklijk Besluit tot uitvoering van het WIB 92 (het KB/WIB 92). Als hierna de termen 'spaardeposito' of 'spaarrekening' worden gebruikt, wordt steeds bedoeld op dit gereguleerde en fiscaal vrijgestelde spaarinstrument, tenzij uitdrukkelijk anders wordt vermeld.

Banken kunnen ook **depositorekeningen zonder vaste termijn of opzeggingstermijn** aanbieden die **niet voldoen aan alle beschikkingen vervat in het KB/WIB 92**. Voor een dergelijk instrument is het niet mogelijk op sectoraal niveau te refereren aan een vaste set van regels (de toegepaste modaliteiten kunnen immers zeer uiteenlopend zijn). Niettemin houdt de onderhavige code in dat, als een bank zo'n type van depositorekening² commercialiseert, **dan uit de gebeurlijke informatieverstrekking en reclame steeds duidelijk moet blijken dat de intresten eruit onderworpen zijn aan de roerende voorheffing**.

De Vereniging verzoekt haar banken-leden om de **beschikkingen vervat in deze code nauwgezet na te leven**. Ze brengt ook de banken die bij haar geen lid zijn, van het bestaan en de inhoud van de code op de hoogte, opdat ook zij deze sectorale principes zouden toepassen. Tevens zal ze de tekst van de code publiek bekend maken via opname op de website van Febelfin/BVB.

Het document bestaat uit **twee luiken**. In het **eerste luik** wordt een geheel van richtlijnen geformuleerd die ervoor moeten zorgen dat de spaarders daadwerkelijk en vlot toegang hebben tot **voldoende en correcte informatie over het spaardeposito** dat een bank aanbiedt, inzonderheid wat de verwerving, berekening en toekenning van de getrouwheids- en aangroepremies betreft. In het **tweede luik** worden de gedragsregels gebundeld die de banken in acht moeten nemen wanneer ze **reclameboodschappen over het spaardeposito** verspreiden, zeker wanneer in deze boodschappen intrestpercentages worden vermeld.

De gedragscode heeft een **aanvullende uitwerking** ten aanzien van de **regels van gemeen recht, die uiteraard volledig en onverminderd van toepassing blijven**. In dat raam kan in het bijzonder worden verwezen naar de Wet betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (met inbegrip van de bijhorende uitvoeringsbesluiten), evenals naar het bovenvermelde KB/WIB 92.

1. De betrokken schijf van intrestinkomsten maakt deel uit van de in het WIB 92 onder artikel 21 opgesomde inkomsten die niet belastbaar zijn als inkomsten van roerende goederen en kapitalen.

2. De hier bedoelde depositorekeningen omvatten uiteraard niet de zichtrekeningen of rekeningen-courant (die, zeker voor particuliere cliënten, hoofdzakelijk als een instrument voor het ontvangen en uitvoeren van betalingen moeten worden beschouwd).

Het marktsegment van de spaardeposito's wordt **gekenmerkt door mededinging**. Dit betekent dat er een waaier van aanbiedingen bestaat, en dat de banken via **verschillen in de geboden condities** de aandacht van de (potentiële) spaarders trachten te verkrijgen. Deze verscheidenheid maakt dat de **bereidheid van de spaarder om de beschikbare informatie daadwerkelijk te raadplegen**, de aangewezen ingesteldheid is om de meest **adequate en verantwoorde beleggingskeuzes** te maken. Dergelijke keuzes zijn hoe dan ook sterk persoonsgebonden, vermits de behoeften en mogelijkheden van de beleggers eveneens sterk uiteenlopend zijn. De onderstaande gedragsregels voor de banken moeten ertoe bijdragen enerzijds dat de spaarders hun individuele keuzes kunnen baseren op correcte en afdoende informatie, en anderzijds dat de reclame een eerste, relevante en correcte indicatie geeft van het aangeboden spaardeposito.

Bepalingen inzake informatieverstrekking, inzonderheid over de premies

A. Bij de **opening** van een spaardeposito, bezorgt de bank aan de spaarder een document waarin **alle permanente werkingsmodaliteiten van het product** worden beschreven. Het gaat om een **speciaal en apart informatiedocument** dat integraal is gewijd aan het spaardeposito zoals de bank het aanbiedt.

In het bedoelde document moet worden aangegeven **op welke manier de getrouwheids- en aangroepremies functioneren en worden berekend**. Aangaande die premies worden in ieder geval de volgende **kernmodaliteiten** vermeld :

- De minimale aanhoudingsperiodes om de premies te verwerven.
- De periodes waarover de intrest uit de premies wordt berekend³.
- Het al of niet gewaarborgde karakter van de premietarieven⁴.
- Het stelsel van valuterings.
- De datum waarop de verworven premie-intresten op het spaardeposito worden geboekt.

Eveneens voor de berekening van de intresten uit de premies, wordt verduidelijkt **op welke manier afhalingen met vroegere stortingen worden verrekend**⁵. Voorts wordt uitgelegd **wanneer en hoe de verworven intresten worden uitbetaald in het geval het spaardeposito** in de loop van het jaar **wordt afgesloten**.

In hetzelfde informatiedocument wordt tevens de **procedure** toegelicht waarin de bank heeft voorzien **voor het geval een cliënt meent dat er zich bij de toepassing van de werkingsmodaliteiten inzake het spaardeposito, inclusief wat de intrestberekening betreft, problemen hebben voorgedaan**. De bank dient onder meer te verduidelijken waar de cliënt binnen haar organisatiestructuur met zijn/haar eventuele problemen en klachten terzake terecht kan en wat de redelijke termijn is waarover hij beschikt om bezwaren - in het bijzonder inzake het resultaat van de intrestberekening - aan de bank te melden.

Aan de cliënten die op het ogenblik dat de bank uitvoering geeft aan deze gedragscode **reeds een spaardeposito** bij haar **aanhouden**, meldt de bank schriftelijk en zo spoedig mogelijk (per briefwisseling of rekeninguittreksel) dat het hier bedoelde **informatiedocument voorhanden** is en dat ze op eenvoudige vraag in hun bankkantoor een **exemplaar ervan kunnen bekomen**.

3. De periode waarover de premie wordt berekend kan, in het geval van de aangroepremie, langer zijn dan de minimale aanhoudingsperiode om deze premie te verwerven. Uiteraard hangt deze mogelijkheid af van de werkingsmodaliteiten zoals de bank in kwestie deze heeft vastgelegd. Vandaar dat adequate informatieverstrekking over dit aspect nodig is.

4. Waarbij vanzelfsprekend de reglementaire bepalingen moeten worden nageleefd die vervat zijn in artikel 2 van het KB/WIB 92, in het bijzonder de bepalingen inzake het maximale niveau van de basisrentevoet en van de rentevoeten van de premies.

5. Een voorbeeld van zo'n werkwijze is de 'LIFO-methode' ('last in, first out'), waarbij afhalingen worden verrekend met de meest recente stortingen en aldus verder in de tijd wordt teruggegaan.

Bij gelegenheid van het **jaarlijkse 'bewijsstuk'** dat de bank, volgens de vigerende wettelijke bepalingen, telkens in de periode januari/februari aan haar cliënten dient te bezorgen⁶, **herinnert ze iedere cliënt schriftelijk** (per briefwisseling of rekeninguittreksel) **aan het bestaan van het bedoelde informatiedocument** en aan het feit dat de cliënt dit document op eenvoudige vraag in zijn/haar kantoor kan raadplegen.

Om het bedoelde informatiedocument maximaal en vlot toegankelijk te maken, worden de **banken die een eigen website organiseren** verzocht dat document eveneens via die site voor raadpleging beschikbaar te stellen. Iedere bank ziet erop toe dat het document, zowel in fysieke vorm beschikbaar in haar kantoren als in elektronische vorm toegankelijk op haar website, overeenstemt met de actuele praktijk van de bank en dat de elektronische versie en de versie op papier inhoudelijk geen verschillen vertonen. De banken die het document ook op hun website beschikbaar stellen, zorgen ervoor dat de raadpleging ervan via dat kanaal op een eenvoudige manier kan verlopen en dat het document ook gemakkelijk kan worden 'gelocaliseerd' binnen de site.

- B. De **spaardepositotarieven** die de bank hanteert, worden opgenomen **in de 'tarieflijst'**. Deze lijst wordt opgemaakt en permanent beschikbaar gesteld in overeenstemming met de bestaande reglementering⁷. Met deze gedragscode worden de banken verzocht om op deze lijst, naast de **intrestpercentages van die tarieven** (voor de basisrentevoet, de getrouwheids- en/of aangroei-premie), **stelselmatig de kernmodaliteiten te vermelden** die van toepassing zijn voor de berekening van de aangroei- en/of getrouwheidspremies (zie pt. I.A., tweede alinea, hierboven). Om voldoende **uniformiteit qua presentatie** te bewerkstelligen, wordt, in het **document dat als bijlage 1 gaat**, verduidelijkt **op welke plaats de banken de bedoelde kernmodaliteiten toevoegen** aan de wettelijk opgelegde tarieflijst.
- C. Beslist de bank op een bepaald ogenblik wijzigingen aan te brengen **aan de werkingsmodaliteiten** van haar spaardeposito, inzonderheid wat de getrouwheids- en/of aangroei-premies betreft, dan **meldt ze dat minstens een maand⁸ vooraf aan iedere houder van zo'n deposito** (per briefwisseling of rekeninguittreksel). De depositohouder heeft in dat geval het recht het spaardeposito te laten afsluiten, zonder dat de bank voor deze afsluiting kosten aanrekent. In die bedoelde mededeling vermeldt de bank eveneens dat de cliënt het spaardeposito kan laten afsluiten (zonder afsluitingskosten) naar aanleiding van wijzigingen van de werkingsmodaliteiten⁹. Tevens verwijst ze naar het specifieke

6. Het betreft het 'bewijsstuk' zoals geregeld in Hoofdstuk III, artikel 10, van het Koninklijk Besluit van 23 maart 1995 'betreffende de prijsaanduiding van homogene financiële diensten', naderhand gewijzigd en aangevuld door de Koninklijke Besluiten van 1 maart 1998 en 10 oktober 2000.

7. De reglementering is vervat in het Koninklijk Besluit van 23 maart 1995 'betreffende de prijsaanduiding van homogene financiële diensten', naderhand gewijzigd en aangevuld door de Koninklijke Besluiten van 1 maart 1998 en 10 oktober 2000.

8. Deze termijn kan in de toekomst nog veranderen afhankelijk van de finale beslissing die zal worden genomen inzake het ontwerp van Richtlijn betalingsdiensten in de interne markt. In deze Richtlijn zou eveneens worden voorzien in een minimale voorafgaandelijke termijn die de bank moet respecteren als ze de contractvoorwaarden wil wijzigen. Het is de bedoeling de termijn in deze gedragscode te laten samenvallen met de gelijkaardige termijn opgenomen in de bedoelde Richtlijn, die momenteel nog in het stadium van uitwerking verkeert. Desgevallend zal de tekst van onderhavige gedragscode op dat punt worden aangepast, naar aanleiding van de omzetting van de Richtlijn in de Belgische wetgeving.

9. Het spaardeposito is per definitie een deposito zonder termijn, en de onmiddellijke opvraagbaarheid van de gedeponeerde gelden door de cliënt is een basiskarakteristiek van dit spaarinstrument. In principe heeft de cliënt dus steeds het recht om zijn spaardeposito te laten afsluiten.

document met de beschrijving van de permanente spaardepositomodaliteiten (zie pt. I.A. hierboven), dat voor de bedoelde wijzigingen moet zijn aangepast van zodra deze veranderingen van toepassing zijn geworden. Op die manier kunnen de deponthouders kennis nemen van de geactualiseerde functioneringsregels. De bank vermeldt in de mededeling eveneens dat de cliënt dit document op eenvoudige vraag in zijn kantoor kan raadplegen.

De richtlijn in de voorgaande paragraaf doet **geen afbreuk aan de bepalingen die deel uitmaken van artikel 32, 2° van de Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument**. De in dat artikel geïllustreerde bepalingen hebben betrekking op de situatie waarin sprake is van tariefwijzigingen voor financiële diensten of van veranderingen inzake de toepasselijke rentevoet¹⁰.

- D. Bij wijze van herhaling (zie blz. 1, § 2 van deze code) : als een bank een **depositorekening zonder vaste termijn of opzeggingstermijn** aanbiedt die niet in alle opzichten voldoet aan de regels van het KB/WIB 92, dan vermeldt ze in de gebruikelijke informatiedocumenten voor de cliënten waarin dat instrument ter sprake komt, duidelijk dat de intrestinkomsten eruit onderworpen zijn aan de roerende voorheffing.

10. Artikel 32, 2°, van de Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument, verduidelijkt dat o.a. de volgende twee bedingen niet als 'onrechtmatig' moeten worden beschouwd :

- 'bedingen waarbij de verkoper van financiële diensten zich het recht voorbehoudt het tarief van deze diensten te wijzigen, mits de verkoper verplicht wordt dit ter kennis te brengen van de consument binnen een redelijke opzegtermijn en deze vrij is onmiddellijk de overeenkomst op te zeggen'.
- 'bedingen waarbij de verkoper van financiële diensten zich het recht voorbehoudt de door of aan de consument te betalen rentevoet te wijzigen, zonder enige opzegtermijn in geval van geldige redenen, mits de verkoper verplicht wordt dit zo spoedig mogelijk ter kennis te brengen van de consument en deze vrij is onmiddellijk de overeenkomst op te zeggen'.

Bepalingen inzake reclameboodschappen over het product 'spaardeposito'

- A. Vanzelfsprekend dienen de banken in hun reclamevoering over het product 'spaardeposito' het terzake **toepasselijke wettelijke referentiekader in acht te nemen en alle geldende regels in dat vlak nauwgezet toe te passen.**

Ofschoon reclame per definitie inhoudt dat **niet alle informatie-elementen kunnen worden meegedeeld**, zorgt de bank ervoor dat iedere reclameboodschap die ze verspreidt over het spaardeposito dat ze aanbiedt, **correct en te goeder trouw is, evenals niet misleidend of bedriegelijk**. Deze **verplichtingen vloeien rechtstreeks voort uit diverse wettelijke bepalingen¹¹**. De reclameregels in deze code vormen een aanvulling op de bedoelde wettelijke verplichtingen en doen in niets afbreuk aan die laatste.

Zeker **indien in de reclame over spaardeposito's intrestpercentages voorkomen**, dienen de banken enkele **bijkomende regels**, zoals die verderop in deze code worden aangegeven, te respecteren. Op die manier wordt betracht te garanderen dat de betrokken boodschappen voor de spaarder **een weliswaar eerste en voorlopige, maar niettemin ook relevante aanwijzing vormen voor het aanbod**.

Reclame wordt onder **diverse vormen en via vele kanalen of 'dragers'** gevoerd. Welke keuzes de bank terzake ook maakt, ze moet er steeds zorg voor dragen dat de **boodschap op een bevattelijke en heldere manier wordt gebracht, en dat deze de basis legt voor een eenduidige interpretatie, vrij van verwarring**. Naar gelang het geval, moeten de inhoud en de tekst van de boodschap (en de diverse elementen ervan) goed zichtbaar zijn, gemakkelijk leesbaar, in begrijpelijke taal gesteld, duidelijk worden uitgesproken, getoond, voorgesteld of geïllustreerd, enz. Zeker voor de vermeldingen die slaan op essentiële onderdelen en kenmerken van de aanbieding, dient deze algemene bepaling nauwgezet in acht genomen te worden¹².

- B. Nog gelet op de diversiteit in de reclamekanalen en -middelen, is een zekere **modulering** nodig in de vereisten waaraan de reclameboodschappen moeten beantwoorden, inzonderheid wat de **informatie-elementen betreft die minimaal aanwezig moeten zijn**. Zoniet zouden bepaalde vormen van reclame feitelijk onmogelijk worden, wat de sector niet wenselijk acht. A priori bepaalde reclamevormen uitsluiten (door de vereisten, wat de te vermelden informatie-elementen betreft, over heel de lijn te zwaar te maken) zou de mededinging beknotten, wat bezwaarlijk de bedoeling kan zijn.

11. Het betreft onder meer de bepalingen die vervat zijn in Hoofdstuk IV Reclame (art. 22 tot en met art. 29bis) van de Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en de bescherming van de consument, evenals de bepalingen die voorkomen in het KB/WIB 92 (inzonderheid art. 2, 5°).

12. Deze belangrijke bepaling geldt in ieder geval voor de te vermelden elementen die zijn opgesomd onder II.C. en II.D. hieronder. Deze elementen horen niet thuis in de 'kleine lettertjes' bij de boodschap.

Daarom wordt hieronder een **onderscheid** gemaakt tussen enerzijds **reclamemiddelen die een ‘vluchtig’ karakter hebben**, waarbij de ‘ruimte’ om informatie-elementen op te nemen zeer beperkt is, en anderzijds de **reclamemiddelen** die de spaarder de mogelijkheid geven tot een weliswaar eerste en voorlopige, maar toch ook **meer ‘substantiële’ en inhoudelijke kennismaking**. De reclamemiddelen van het ‘vluchtige’ type worden gebruikt voor reclameboodschappen die alleen tot doel hebben even de aandacht en belangstelling voor de aanbieding op te wekken bij de waarnemer (luisteraar, kijker, voorbijganger, enz.). Bij de reclamemiddelen van het ‘substantiële’ type heeft de potentiële klant de gelegenheid, als hij dat wenst, wat langer stil te staan bij de hoofdbestanddelen van de aanbieding.

Tot de reclamemiddelen met een ‘vluchtig’ karakter behoren :

- Affiches (langs de weg, bij publieke evenementen, enz.) en gevelreclame (inclusief vitrofanie, enz.).
- Radio en TV.
- Bioscoop.
- Flyers.
- Banner op website.
- Pop-up (bij surfen op Internet).
- Wachtscherm en elektronische boodschap bij selfbanking.
- Bijlage bij rekeninguittreksels en -afschriften.
- SMS en phone-banking.

Tot de reclamemiddelen van het ‘substantiële’ type behoren :

- Folders.
- Brochures.
- E-mailing en briefwisseling (waaronder gewone mailing en personal messages).
- Geschreven pers (dagbladen, tijdschriften, enz.).
- Specifieke pagina’s op de website van de bank.
- PC-banking.

Deze oplijsting heeft een **evolutief karakter**. Desgevallend zal ze worden aangepast, mochten er zich nieuwe kanalen aandienen, of mochten er leemtes blijken te bestaan.

Vanzelfsprekend is reclame **steeds een wervende en beperkte boodschap**. Daarom is ook de wisselwerking belangrijk met het eerste luik van deze gedragscode (zie I. hierboven), gewijd aan de bredere en vollediger informatieverstrekking. De spaarder dient zich eveneens bewust te zijn van de **complementariteit van reclame en informatieverstrekking**, zodat hij, vertrekkend van een reclameboodschap, weet dat hij desgewenst en op een doelmatige manier toegang heeft tot de volledige informatie over het spaardeposito dat een bank aanbiedt. De reclame dient bij te dragen aan deze bewustwording.

De bepalingen onder II.C. en II.D. hieronder slaan uitsluitend op reclame waarin intrestpercentages voorkomen. In reclame van het 'vluchtige' type heeft de bank slechts de 'materiële' mogelijkheid om enkele echte sleutelementen mee te geven. In de reclame van het 'substantiëlere' type is de lijst van de op te nemen informatie-elementen logischerwijs uitgebreider, zodat de spaarder zich beter rekenschap kan geven van de belangrijkste kenmerken van het aanbod.

C. In 'vluchtige' reclame waarin intrestpercentages voorkomen, dienen alleszins de volgende informatie-elementen integraal deel uit te maken van de boodschap :

- De commerciële naam van de bank.
- De volgende mededeling, op een duidelijke manier¹³ gepresenteerd : 'Aanbod onder voorwaarden'.
Als aanvulling op deze essentiële en verplichte vermelding, kan de bank verwijzen naar de manier waarop kennis kan worden genomen van de bedoelde voorwaarden, bv. door de verwoording 'Raadpleeg uw bank' op te nemen. Indien mogelijk wordt een meer concrete aanwijzing meegegeven, zoals : 'Voor meer informatie, bel naar (telefoonnummer)', of 'Kijk op website (adres website)', of 'Neem contact op met uw bankkantoor'; enz.¹⁴.
- De desbetreffende en individueel benoemde vergoedingsbestanddelen (basisrente, aangroepremie en/of getrouwheidspremie), evenals de bijhorende intrestpercentages, waarvan expliciet dient gesteld dat ze op jaarbasis zijn¹⁵.
- **ALS** het een tijdelijke tariefactie betreft, de precisering van de actieperiode¹⁶.
- **ALS** de minimale aanhoudingsperiode voor de verwerving van de aangroepremie afwijkt (of kan afwijken) van de reglementair vereiste minimumperiode van zes maanden, de vermelding van dat feit. Vervolgens wordt de effectieve minimale aanhoudingsperiode aangegeven, of wordt uitdrukkelijk gesteld : 'Raadpleeg daarover uw bank'.
- **ALS** de berekeningsperiode voor de aangroepremie afwijkt van de aanhoudingsperiode voor de premieverwerving, de effectieve berekeningsperiode.
- **ALS** er een minimale spaarinlage is vereist om de intrestvergoeding (basisrente en/of premies) te kunnen genieten, of als deze vergoeding slechts geldt tot een naar boven begrensde spaarinlage, dat drempelbedrag en/of plafondbedrag¹⁷.
- **ALS** er kosten worden aangerekend voor de opening, afsluiting, en/of het gewone beheer van de spaarrekening, de betrokken kosten.

13. D.w.z. goed waarneembaar, leesbaar, hoorbaar, enz., ongeacht het gebruikte reclamekanaal.

14. Ofschoon aanbevolen, is de inhoud van deze paragraaf facultatief. De bank oordeelt over opportuniteit en feitelijke mogelijkheid om de bedoelde vermeldingen op te nemen in de reclameboodschap.

15. Deze vereiste vloeit rechtstreeks voort uit de bepalingen vervat in KB/WIB 92, artikel 2, 5° : 'In de publiciteit omtrent de vergoedingsvoorwaarden van de spaardeposito's, mogen de bestanddelen van de vergoeding niet worden opgeteld. Tevens moeten zij afzonderlijk worden vermeld en onmiddellijk gevolgd worden door de vermelding dat ze op jaarbasis worden berekend'.

16. Bij wijze van voorbeeld : 'spaaractie in januari en februari 20XX', of 'spaaractie van 15 november tot 15 december 20XX'.

17. Deze bepaling doet niets af aan artikel 2, 4°, a) van het KB/WIB 92 : 'de vergoeding van de spaardeposito's bestaat verplicht maar ook uitsluitend uit :

- een basisrente;
- een getrouwheidspremie en/of aangroepremie;.

- Specifiek voor banners op website en voor pop-ups : in alle gevallen wordt een actieve link ingebouwd naar het aparte informatiedocument over het spaardeposito dat de bank ter beschikking moet stellen volgens het eerste luik van de gedragscode (zie hoger, punt I.A.).

D. De ‘substantiële’ reclameboodschappen waarin intrestpercentages voorkomen, dienen ten minste de volgende informatie-elementen te bevatten :

- De commerciële naam van de bank.
- De desbetreffende en individueel benoemde vergoedingsbestanddelen (basisrente, aangroepremie en/of getrouwheidspremie), evenals de bijhorende intrestpercentages, waarvan expliciet dient gesteld dat ze op jaarbasis zijn¹⁸.
- **ALS** dat het geval is, de periode waarin de intrestpercentages zijn gegarandeerd (periode van de tariefwaarborg).
- De minimale aanhoudingsperiodes om de betrokken premies te verwerven (per premietype).
- **ALS** de berekeningsperiode voor de aangroepremie afwijkt van de aanhoudingsperiode voor de premieverwerving, de effectieve berekeningsperiode.
- **ALS** het een tijdelijke tariefactie betreft, de precisering van de actieperiode¹⁹.
- **ALS** er een minimale spaarinlage is vereist om de intrestvergoeding (basisrente en/of premies) te kunnen genieten, of als deze vergoeding slechts geldt tot een naar boven begrensde spaarinlage, dat drempelbedrag en/of plafondbedrag²⁰.
- **ALS** er kosten worden aangerekend voor de opening, afsluiting, en/of het gewone beheer van de spaarrekening, de betrokken kosten.
- De manier waarop de volledige informatie over de werkingsmodaliteiten van het aangeboden spaardeposito kan worden verkregen, met inbegrip van de modaliteiten inzake intrestberekening en -toekenning, evenals van de voorwaarden om van de intrestvergoeding te kunnen genieten²¹.

E. Bij wijze van herhaling (zie blz. 1, § 2 van deze code) : als een bank een **depositorekening zonder vaste termijn of opzeggingstermijn** aanbiedt die niet in alle opzichten voldoet aan de regels van het KB/WIB 92, dan vermeldt ze in de gebeurlijke reclameboodschappen aangaande dat instrument dat de intrestinkomsten eruit onderworpen zijn aan de roerende voorheffing.

18. Deze vereiste vloeit rechtstreeks voort uit de bepalingen vervat in KB/WIB 92, artikel 2, 5° : 'In de publiciteit omtrent de vergoedingsvoorwaarden van de spaardeposito's, mogen de bestanddelen van de vergoeding niet worden opgeteld. Tevens moeten zij afzonderlijk worden vermeld en onmiddellijk gevolgd worden door de vermelding dat ze op jaarbasis worden berekend'.

19. Bij wijze van voorbeeld : 'spaaractie in januari en februari 20XX', of 'spaaractie van 15 november tot 15 december 20XX'.

20. Deze bepaling doet niets af aan artikel 2, 4°, a) van het KB/WIB 92 : 'de vergoeding van de spaardeposito's bestaat verplicht maar ook uitsluitend uit :

- een basisrente;
- een getrouwheidspremie en/of aangroepremie;'

21. In de praktijk kan dat een vermelding zijn als 'Raadpleeg uw bankkantoor, waar het volledige informatiedocument beschikbaar is', of 'Raadpleeg onze website, waarop u het volledige informatiedocument kunt inkijken', of 'telefoneer naar ... om u volledig te laten informeren', enz. Uiteraard moet via de vermelde referentiepunten de volledige informatie daadwerkelijk gemakkelijk beschikbaar en toegankelijk zijn voor de potentiële spaarders.

Andere beschikkingen en inwerkingtreding

A. Naleving van de gedragscode

In iedere bank valt de naleving van de regels van onderhavige gedragscode uitdrukkelijk onder de **bevoegdheid van de Compliance Officer en/of van de Interne Audit**. Door deze bevoegdheidstoewijzing, heeft deze gedragscode feitelijk de aard van afdwingbare norm.

B. Toepassing 'Gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen' door de banken

Wanneer de banken optreden als distributeurs van verzekeringsproducten, zullen ze integraal de regels naleven die zijn voorzien in de gelijkaardige gedragscode die gezamenlijk werd opgesteld door Assuralia en de diverse federaties van verzekeringstussenpersonen (FEPRABEL, FVF en B.V.V.M.). Kopie van deze gedragscode gaat als bijlage 2, onder de titel 'Gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen'.

C. Inwerkingtreding

De banken-leden van Febelfin/BVB passen de richtlijnen vervat in deze gedragscode toe **vanaf 1 januari 2007**.

D. Toepassing van de gedragscode door banken die geen lid zijn van Febelfin/BVB

Febelfin/BVB zal de tekst van de gedragscode meedelen aan de banken die geen lid zijn van de professionele organisatie opdat ook zij deze sectorale principes zouden toepassen.

E. Naleving gedragscode door bancaire tussenpersonen

Artikel 14, §1, 2^{de} lid van de Wet van 22 maart 2006 betreffende de bemiddeling in bank- en beleggingsdiensten en de distributie van financiële instrumenten, bepaalt dat de agent in bank- en beleggingsdiensten de gedragsregels dient na te leven die van toepassing zijn op de gereguleerde ondernemingen. Op basis van deze bepaling, zijn de banken ervoor verantwoordelijk dat hun zelfstandige agenten handelen conform de regels van de onderhavige gedragscode. De banken dienen de nodige schikkingen te treffen om de beoogde conformiteit tot stand te brengen.

In het geval een andere tussenpersonen dan een zelfstandige bankagent, denk aan een bankmakelaar, reclame voert voor spaardeposito's met materiaal dat hen wordt bezorgd door de betrokken bank, en wanneer de tussenpersoon in kwestie dat materiaal ongewijzigd en zijn geheel gebruikt, dan ressorteert deze reclame onder de volledige verantwoordelijkheid van de bank. Deze

laatste dient de nodige schikkingen treffen opdat ook in dat geval de regels van de onderhavige gedragscode ten volle worden gerespecteerd.

F. Evaluatie van de gedragscode

De naleving van de gedragscode zal na een jaar van toepassing (d.w.z. in het voorjaar van 2008) worden geëvalueerd, in samenspraak en samenwerking met de bevoegde overheidsinstanties.

Bijlage 1 : Tarieflijst

kernelementen inzake de aangroei en/of getrouwheidspremies op gereguleerde spaardeposito's²² toe te voegen aan de tarieflijst zoals die is voorzien in het koninklijk besluit van 23 maart 1995 'betreffende de prijsaanduiding van homogene financiële diensten'

A. De tarieflijst zoals vastgelegd in de bijlage van het Koninklijk Besluit van 23 maart 1995 'betreffende de prijsaanduiding van homogene financiële diensten' bevat de volgende punten voor wat het product 'II. Spaarrekening' betreft :

1. Beheerskosten :

- opening
- afsluiting
- jaarlijkse aanrekening

2. Creditrente :

- basisrente
- aangroei premie
- getrouwheidspremie
- andere premies (met aanduiding van premies die niet cumuleerbaar zijn)

3. Valutatatum²³ :

- storting
- geldopneming

4. Verzekering

22. Het betreft uitsluitend de spaardeposito's zoals bedoeld in artikel 21, 5° van het Wetboek van de inkomstenbelastingen 1992 (WIB 1992).

23. Verduidelijking van de Febelfin /BVB, in het licht van de gedragscode voor de banken-leden : in deze rubriek moeten de valutadagen voor zowel de basisrente als de getrouwheids- en/of aangroei premie worden weergegeven.

B. Volgens de gedragscode van Febelfin/BVB toe te voegen rubrieken inzake de premies :

Kernmodaliteiten aangroei- en/of getrouwheidspremie²⁴ :

- *minimale aanhoudingsperiodes om de premies te verwerven :*
 - *aangroei-premie*
 - *getrouwheidspremie*
- *periodes waarover premieberekening gebeurt :*
 - *aangroei-premie*
 - *getrouwheidspremie*
- *eventuele tariefgarantie²⁵ :*
 - *aangroei-premie*
 - *getrouwheidspremie*
- *tijdstip uitkering verworven premie-intresten :*
 - *aangroei-premie*
 - *getrouwheidspremie*

24. De vermelding van de valutadagen van toepassing voor de premies dient te gebeuren onder de rubriek '3. Valutatatum' opgenomen in de 'Tarijelijst' zoals die is voorgeschreven bij Koninklijk Besluit van 23 maart 1995 'betreffende de prijsaanduiding van homogene financiële diensten' (zie voetnoot 22 hierboven).

25. Vanzelfsprekend binnen de perken van de reglementaire bepalingen vervat in artikel 2 van het KB/WIB 92, en in het bijzonder van de bepalingen betreffende het maximale niveau van de basisrentevoet en van de rentevoeten van de premies.

Bijlage 2 : Gedragscode inzake reclame en informatieverstrekking over individuele levensverzekeringen

Deze gedragscode werd gezamenlijk opgesteld door de beroepsvereniging van verzekeringsondernemingen Assuralia en de makelaarsfederaties Feprabel, FVF en B.V.V.M. Febelfin/BVB beperkt zich hier tot het overnemen van de codetekst (zie open te klikken PDF document hieronder).



[Gedragscode inzake
reclame en informatieverstrekking
over individuele
levensverzekeringen](#)