

Detic *position paper* over het ontwerpkoninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 4 april 2019 betreffende het op de markt aanbieden en het gebruiken van biociden

- **Algemene opmerkingen**

In tegenstelling tot eerdere wijzigingen van de biocidewetgeving, worden de twee adviesraden (Centrale Raad voor het Bedrijfsleven en Hoge Raad van Zelfstandigen en KMO's) die advies zouden moeten uitbrengen enkel geraadpleegd over de wijziging van één artikel (art. 29), namelijk het artikel dat betrekking heeft op reclame. Wat met de andere voorgestelde wijzigingen in de andere artikels waarvoor geen advies gevraagd wordt? Op de TRIS-databank kunnen alle stakeholders commentaren over de hele voorsteltekst leveren, maar op Belgisch niveau kunnen we enkel advies geven over een enkel artikel.

Naast het feit dat wij ook niet werden geraadpleegd vóór de publicatie die gekoppeld is aan de TRIS-kennisgeving, hebben wij geen toegang gekregen tot de impactanalyse zoals vermeld in de ontwerptekst:

“Gelet op de impactanalyse van de regelgeving, uitgevoerd overeenkomstig artikelen 6 en 7 van de wet van 15 december 2013 houdende diverse bepalingen inzake administratieve vereenvoudiging.”

Verder zijn we van mening dat de voorgestelde wijzigingen in de ontwerptekst een belemmering zijn voor het vrije handelsverkeer in de EU (zie verder).

- **Etikettering**

Art. 22. (in voorstel) wijzigt Artikel 28 van het KB biociden van 2019. In de voorlaatste alinea van §5 staat dat het **“handelsbenaming, identiteit van werkzame stof en concentratie, registratie-of toelatingsnummer, naam en adres van toelatingshouder en het telefoonnummer van het antigifcentrum” op een goed zichtbare plaats op de voorzijde van het etiket vermeld moeten worden.**

We vragen ons af op welke basis men heeft gekozen om deze informatie te verplichten op de voorzijde van het etiket. Werd er een consumentenstudie uitgevoerd om dit te staven? De handelsbenaming maakt deel uit van de identiteit van een product en staat in de meeste gevallen en bijna altijd aan de voorzijde van het etiket.

De identiteit en concentratie van de werkzame stof, registratie-of toelatingsnummer, de naam en adres van toelatingshouder en nummer van het antigifcentrum zijn zeker belangrijke informatie om te vermelden op het etiket. Voor een gemiddelde consument zijn deze informatie niet relevant op de

voorzijde van het etiket. Consumenten zijn bijvoorbeeld gewend om het nummer van het antigifcentrum op de achterzijde van het etiket te vinden, zowel voor biociden als voor alle CLP-geclassificeerde producten en zelfs op niet-geclassificeerde producten.

Daarnaast wordt de naam van de werkzame stof weergegeven met zijn chemische naam die vertaald moet worden naar de nationale talen. Indien de werkzame stof ingedeeld is volgens CLP, dan maakt de identiteit van de werkzame stof deel uit van het CLP-etiket.

Het CLP-etiket bevat de verplichte informatie volgens de CLP-verordening en afhankelijk van de grootte van het etiket wordt ook de grootte van de gevaarpictogrammen bepaald. Wanneer de naam van de werkzame stof aan de voorzijde van het etiket gezet wordt, maakt dit nog deel uit van het CLP-etiket? Indien wel, dan wordt het CLP-etiket veel groter en geeft dit zeker problemen voor kleine verpakkingen omwille van de gevaarpictogrammen waarvan de grootte afhangt van de grootte van het etiket.

De Europese biocide verordening (BPR) streeft naar een Europese harmonisatie voor het op de markt brengen van biociden. De gevraagde informatie op de voorzijde van het etiket en het vermelden van de identiteit van iedere tot bezorgdheid leidende stof en concentratie ervan staat niet in de BPR. Deze bijkomende vereiste zal de EU eenheidsmarkt verstoren en een belemmering zijn voor het vrije handelsverkeer.

Als Detic gaan we akkoord dat de handelsbenaming en het toelatingsnummer deel uitmaken van de eenduidige identificatie van biociden. Het vermelden van een Europees toelatingsnummer (onder de Europees biocideverordening) naast de handelsbenaming maakt wel zin om de identificatie van biociden te verzekeren. Maar tijdens de overgangsperiode wanneer de nationale wetgevingen nog van toepassing zijn, kunnen verschillende nummers van verschillende landen toegekend zijn aan eenzelfde biocideproduct. In de praktijk kan eenzelfde biocideproduct verschillende nationale nummers dragen. In dit geval vragen we meer flexibiliteit over de positionering van de gevraagde informatie op de voorzijde van het etiket. Zo bestaan er al praktijken op de markt die de gevraagde informatie heel duidelijk op het etiket groeperen.

Art. 22. (in voorstel) wijzigt Artikel 28 van het KB biociden van 2019. §6 staat dat de **lettergrootte minstens 1,2 mm moet bedragen, waarbij de hoogte van de klinkers in kleine letter als maat wordt gebruikt. Voor informatie van evenwaardig belang wordt dezelfde lettergrootte aangehouden.**

De gevraagde specifieke lettergrootte anticipeert de verwachte verplichtingen m.b.t. de leesbaarheid van het etiket die momenteel bekeken is onder de herziening van de CLP-verordening. We vragen om overeen te stemmen met de gevraagde lettergrootte onder de herziening van de CLP-verordening, aangezien deze laatste ook van toepassing is voor biociden. Indien er verschillende lettergroottes

worden gevraagd door verschillende wetgevingen zou dit leiden tot een heel chaotisch etiket die nog onleesbaarder zou zijn voor de consument. Tevens zou deze vereiste ook een belemmering zijn voor het vrije handelsverkeer in de EU.

- **Reclame**

Art. 23 (in voorstel) wijzigt Artikel 29 van het KB biociden van 2019. §2 staat dat **“reclame, onder welke vorm ook, is verboden voor de toepassingen die uitsluitend zijn toegelaten voor het brede publiek indien het aantal punten toegekend aan het biocide, ..., verschillend is van 0.”**

§3 staat dat **“Kortingen, gratis hoeveelheden, gratis producten of iedere gelijkaardige vorm van rechtstreekse of onrechtstreekse promotie bij de aankoop van de biociden bedoeld in paragraaf 2, eerste lid, zijn verboden.”**

Wij betreuren dat er een totaal verbod wordt voorgesteld voor reclame én commerciële praktijken (d.i. kortingen, gratis hoeveelheden, gratis producten of iedere gelijkaardige vorm van rechtstreekse of onrechtstreekse promotie) voor biociden voor het grote publiek met een score boven 0. Het voorstelde verbod gaat veel verder dan de Europese biocideverordening, die al bescherming biedt, aangezien (1) het een verplichte zin voor alle reclame verplicht stelt ("Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik altijd het etiket en de productinformatie."), en (2) het gebruik van misleidende uitspraken zoals "niet giftig", "diervriendelijk", "ongevaarlijk" en dergelijke wordt voorkomen. Het verbieden van reclame voor een toegelaten/genotificeerd/geregistreerd product dat dus beschermende risicobeheersmaatregelen heeft, zou disproportioneel zijn. Deze beperkingen zouden het gelijke speelveld binnen Europa duidelijk verstoren. Bovendien vragen we ons wat de reden hiervoor is. Werd er een studie uitgevoerd om dit te staven ?

In België moeten alle biociden voldoen aan de Europese biocideverordening en het huidige KB biociden. Deze wetgevingen bepalen dat biociden toegelaten, genotificeerd of geregistreerd moeten worden vooraleer ze op de markt worden gebracht. Bedrijven die biociden op de Belgische markt brengen moeten een dossier indienen die door de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu en Europese instanties wordt goedgekeurd. Dit betekent dat biociden een evaluatie ondergaan en de inhoud van het etiket ook nagekeken wordt door de overheden. Bovendien worden zoals eerder vermeld bepaalde **claims zoals "biocide met een gering risico", "niet-giftig", "ongevaarlijk", "natuurlijk", "bio", "milieuvriendelijk", "diervriendelijk" of gelijkaardige claims** al verboden voor biociden.

Reclame wordt breed gedefinieerd als “het bevorderen van de verkoop of het gebruik van een biocide door middel van gedrukte, elektronische of andere media”. Verder worden publicaties of technische documenten bestemd voor de verkopers en gebruikers van de bij dit besluit bedoelde biociden, met reclame gelijkgesteld. Deze brede definitie maakt dat alle communicatie beschouwd

kan worden als reclame, van een folder in een weekblad van een supermarkt tot een artikel op een website.

Door reclame én commerciële acties te verbieden voor biociden voor het grote publiek met een score boven 0 zou dit niet alleen het *level playing field* (gelijk speelveld) verstoren, maar ook *free riding* bevorderen. Dit verbod zal de biocidemarkt meer richting illegale biociden duwen en consumenten zouden meer producten te zien krijgen die geen biociden zijn en niet werkzaam zijn. Een omgekeerd effect zal waargenomen worden : slechte praktijken zoals onwerkzame producten die geen biociden zijn maar biociden claims dragen zouden meer op de markt gebracht worden. Dit maakt dat de heel gereguleerde biocidemarkt nog meer verstoord wordt.

Bedrijven, en vooral KMO's, die biociden op de markt brengen kunnen niet communiceren over hun producten met als gevolg dat ze niet meer kunnen verkopen. De risico is dat ze dan de Belgische markt verlaten en/of verdwijnen. Verder zullen Belgische bedrijven benadeeld worden door het feit dat bedrijven in buurlanden wel kunnen communiceren en adverteren via internet (in de talen gebruikt in België) over dezelfde biociden. Maar Belgische bedrijven zouden dit niet kunnen doen. Een KMO die een biocide voor het grote publiek met een score boven 0 op de markt brengt en die geen reclame over kan maken, zal haar product nooit gekend kunnen maken. Als reclame wordt beschouwd als alle publieke communicatie, dan heeft dit desastreuze gevolgen voor alle spelers in de toeleveringsketen.

Bovendien wanneer men een innovatief nieuw product op de markt zou willen brengen, zou men erover niet kunnen communiceren en adverteren zolang de score boven 0 blijft. Dit is een enorme belemmering voor innovatie en maakt dat bedrijven niet gemotiveerd zullen zijn om innovatieve producten met een lagere maar toch niet score nul, op de markt te brengen.

De vermelde gevaarscore wordt oorspronkelijk gebruikt om de jaarlijkse retributie te berekenen. Dit wordt ontwikkeld om een "algemeen niveau" van gevaar te communiceren. Het geeft helemaal niet de werkelijke risico weer van het product. De alcoholhandgels, die onmisbaar waren ten tijde van de covid-pandemie, hebben al een score gelijk of boven 1. Wanneer bedrijven en handelaars hun producten bekend willen maken bij zulke pandemie¹, is het moeilijker om werkzame biociden te differentiëren tegenover producten die geen biociden zouden zijn. De afwijking in de 2^{de} alinea van §2 van de nieuwe versie van artikel 29 verandert niets voor producten die al voor de pandemie bestonden².

¹ Ten tijde van de covid-pandemie is het aantal niet-conforme biociden heel sterk gestegen, ondanks de waakzaamheid van de inspectiedienst.

² Tijdens de pandemie waren er twee soorten producten naast elkaar op de markt, namelijk vooraf genotificeerde/geregistreerde producten en producten met een tijdelijke registratie.

In tegenstelling met andere markten (vb. de Franse markt), vallen de biociden, die nog niet onder de Europese wetgeving vallen, al tientallen jaren onder de Belgische wetgeving. Zij zijn al dus automatisch onderworpen aan een strikter wettelijke kader (BPR en KB biociden).

De Franse wetgeving verbiedt reclame voor bepaalde PT's (PT14 , PT18, PT 2 en PT4) onder zeker voorwaarden, en commerciële praktijken voor PT14 en PT18. Het Belgische voorstel gaat veel verder dan de Franse wetgeving met alle gevolgen van dien.

§5 staat dat **"in elke reclame voor biociden, onder welke vorm ook, de handelsbenaming, het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer en de naam van de werkzame stoffen moeten worden vermeld."**

Dit voorstel gaat veel verder dan de Europese biocideverordening die al bescherming biedt en strikte regels heeft inzake reclame; het is namelijk verplicht om de volgende zin in alle reclame te zetten: "Gebruik biociden veilig. Lees vóór gebruik eerst het etiket en de productinformatie.". We zijn van mening dat de voorgestelde informatie vermelden in elke reclame een belemmering is voor het vrije handelsverkeer.

Wanneer reclame gemaakt kan worden, dan moeten de handelsbenaming, het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer en de naam van de werkzame stoffen vermeld worden. Sommige werkzame stoffen hebben een chemische naam die meestal niet begrijpelijk is voor de gemiddelde consument. We zien de toegevoegde waarde niet van het vermelden van het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer en de naam van werkzame stoffen in de reclame.

§6: "In geval van reclame die wordt verspreid via een techniek voor communicatie die beperkte tijd biedt voor het tonen van informatie, moeten de volgende verplichte vermeldingen goed leesbaar verschijnen voor een tijdsduur van ten minste :

- **6 seconden voor de zinnen "Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik eerst het etiket en de productinformatie", waarbij het woord "biociden" mag vervangen worden door een duidelijke vermelding van de geadverteerde productsoort;**
- **3 seconden voor de handelsbenaming;**
- **3 seconden voor het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer;**
- **3 seconden per werkzame stof voor de werkzame stoffen.**

Indien meerdere van deze verplichte vermeldingen gelijktijdig verschijnen, moet het aantal seconden gedurende dewelke ze verschijnen minstens gelijk zijn aan de som van de minimale tijdsduren voor elk van de vermeldingen apart."

Detic gaat akkoord met het eerste punt, nl. 6 seconden voor de zinnen "Gebruik biociden veilig. Lees voor gebruik eerst het etiket en de productinformatie". Alle andere voorgestelde vermeldingen gaan

verder dan de Europese biocideverordening die al bescherming biedt en strikte regels heeft inzake reclame; het is namelijk verplicht om de volgende zin in alle reclame te zetten: “Gebruik biociden veilig. Lees vóór gebruik eerst het etiket en de productinformatie.”. We zijn van mening dat de voorgestelde informatie vermelden in elke reclame een belemmering is voor het vrije handelsverkeer.

De gevraagde informatie in de reclame zijn zeker belangrijke informatie, maar het is ook belangrijk om de consument niet te overladen met teveel (onbegrijpelijke) informatie. Ook hier zijn we van mening dat het vermelden van het toelatings-, registratie-, of kennisgevingsnummer en de werkzame stof geen toegevoegde waarde heeft voor de gemiddelde consument.

Met betrekking tot de implementatie van de wijzigingen, stellen we een overgangperiode voor van ten minste 2 jaar en voor seizoensproducten 3 jaar. Bij sommige producten maken de commerciële praktijken deel uit van het etiket. Het etiket veranderen vraagt enorm veel tijd en bovendien worden er ook andere wijzigingen in het ontwerp-KB voorgesteld voor het etiket. Daarom vragen we om de overgangperiode voor art. 23 (reclame) te overeenstemmen met art. 22 (etikettering).

- **Informatieverplichting in supply chain**

- Art. 27 (in voorstel) wijzigt art. 32/1 van het KB Biociden van 2019. § 1 staat dat ***“de houder van de registratie, toelating of aanvaarding van kennisgeving verantwoordelijk blijft voor de biociden die zich nog op de markt bevinden tijdens de respijtp periode.”***
- §2 staat dat ***“de houder van de registratie, toelating of aanvaarding van kennisgeving is verplicht is om de resterende ongeopende verpakkingen van het biocide die zich nog op de markt bevinden na het verstrijken van de respijtp periode kosteloos terug te nemen. Hetzelfde is van toepassing voor resterende ongeopende verpakkingen van het biocide die zich bij gebruikers bevinden, indien deze daarom verzoeken.”***

Wanneer de houder van registratie, toelating of kennisgeving biociden verkoopt aan een klant (distributeurs of professionele gebruikers), dan gebeurt er een transfer van eigendom die contractueel bepaald wordt. Hierbij verandert de biociden van eigenaar en verschuift de verantwoordelijkheid naar de distributeur. De houder van de registratie, toelating of kennisgeving bezit alle informatie over de biociden en is verantwoordelijk voor de conformiteit tot en met het moment van transfer van eigendom. Daarna is de klant verantwoordelijk om de opslag, de stock-management en transport correct te beheren. Dit alles kan een impact hebben op de conformiteit van de biociden. De houder heeft geen zicht en geen invloed op hoe dit alles gedaan wordt. Het kosteloos terugnemen van resterende verpakkingen die bij een klant/distributeur liggen door de houder van registratie, toelating of kennisgeving zou enkel maar slechte praktijken aanmoedigen. Boven het feit dat dit soort maatregel oneerlijk is, zou het ook kunnen leiden tot meer afval omwille van overbestelling.

- **Overgangperiode : voldoende overgangperiode moet voorzien worden voor de veranderingen in etikettering en in reclame. We vragen een overgangperiode van minstens 3 jaar.**

Met de voorgestelde wijzigingen voor etikettering en strikte regels voor reclame vragen we een overgangperiode van minstens 2 jaar en voor seizoensproducten 3 jaar.

Detic is de Belgisch-Luxemburgse vereniging van producenten en verdelers van cosmetica, detergents, onderhoudsproducten, lijmen en mastieken, biociden en aerosolen.

Transparency Register RT 552041423818-34.