



Comeos
De heer Dominique Michel
CEO

Via e-mail : [redacted]@comeos.be

Brussel, 10/12/2024

Ref.: 2024-11-29_old_comeos

Onderwerp: exclusief digitale kortingen in supermarkten

Contactpersoon: [redacted]@unia.be

Geachte heer Michel,

Unia heeft de voorbije maanden vele meldingen ontvangen over het feit dat bepaalde kortingen in supermarkten uitsluitend via een digitale applicatie verkrijgbaar zijn.

Unia is een onafhankelijke interfederale openbare instelling die gelijkheid bevordert en discriminatie bestrijdt. Meer informatie over de opdrachten van Unia, de beschermde discriminatiegronden en de verschillende actiedomeinen vindt u op onze website: www.unia.be.

Unia heeft de inhoud van de ontvangen meldingen geanalyseerd op basis van de antidiscriminatiewet en de antiracismewet. We hebben dit tevens besproken met de consumentenorganisatie Testaankoop.

We maken ons ernstige zorgen over de stijgende ongelijkheid die de digitalisering met zich meebrengt en we verzetten ons tegen bepaalde uitwassen van de digitalisering van het maatschappelijk leven.

De meldingen

Unia heeft diverse meldingen ontvangen over het kortingsbeleid bij de supermarkten Lidl, Carrefour, Albert Heijn en Aldi. Onze melders klagen aan dat het voor personen die geen smartphone bezitten, of daar niet of onvoldoende mee overweg kunnen, onmogelijk is om bij hun supermarkt van bepaalde kortingen te kunnen genieten.

Zodoende zouden zij maandelijks vele tientallen euro aan kortingen mislopen.

Dit geldt onder meer bij:

- Lidl

Personen die gebruik wensen te maken van de Lidl Plus-kortingen dienen een e-mailadres te hebben, een My Lidl-account aan te maken en de Lidl Plus-app te downloaden op hun smartphone.

- Carrefour

Personen die toegang willen tot het volledige gamma aan Bonuspunten dienen een e-mailadres te hebben, een My Carrefour-account aan te maken en de Carrefour-app te downloaden op hun smartphone.

- Albert Heijn

Personen die gebruik wensen te maken van de extra Bonusaanbiedingen dienen een e-mailadres te hebben, een Ah.be-profiel aan te maken en de Ah-app te downloaden op hun smartphone.

- Aldi

Personen die Aldi-punten willen inzetten om kortingen te krijgen, dienen een e-mailadres te hebben, een profiel aan te maken en de Aldi-app te downloaden op hun smartphone.

Unia ontving geen meldingen over het kortingsbeleid van andere supermarkten, doch deze kunnen uiteraard ook betrokken zijn.

Digitale ongelijkheid

De digitalisering van onze samenleving is de afgelopen jaren aanzienlijk versneld in de context van Covid-19. Deze digitale transformatie biedt kansen, maar kan ook leiden tot de uitsluiting van bepaalde groepen en/of tot een beperkte toegang tot bepaalde rechten.

Omdat zo'n 40% van de bevolking nog steeds digitaal kwetsbaar is¹, komen Unia en Testaankoop op voor meer inclusie in een gedigitaliseerde maatschappij. We nodigen u uit om het standpunt van Unia met betrekking tot digitale ongelijkheden en exclusief digitaal aanbod na te lezen op onze website².

Momenteel interpellieren Unia en Testaankoop private en publieke actoren over meldingen en signalen die de voorbije tijd binnenliepen, waaronder ook de exclusief digitale kortingen bij supermarkten.

Op 11 april 2024 meldde Unia aan Lidl Belgium dat het exclusief aanbieden van Lidl Plus-kortingen als een discriminatie kan worden beschouwd ten aanzien van bepaalde groepen. Unia vroeg Lidl om niet langer exclusief digitale kortingen aan te bieden.

¹ [Barometer digitale inclusie 2024](#).

² [Advies: impact van de digitalisering van diensten \(2023\) | Unia](#)

In haar antwoord van 5 juni 2024 stelde Lidl dat Lidl-Plus *“een loyaliteitsprogramma is voor klanten die gepersonaliseerde aanbiedingen en acties in digitale vorm willen ontvangen op hun smartphone of tablet”* en dat *“95% van alle promoties bij Lidl ter beschikking zijn en blijven van iedereen”*.

Hierna vindt u onze analyse van exclusief digitale kortingen bij supermarkten in het licht van de wet van 10 mei 2007 ter bestrijding van bepaalde vormen van discriminatie (hierna: antidiscriminatiewet) en de wet van 30 juli 1981 tot bestraffing van bepaalde door racisme of xenofobie ingegeven daden (hierna: antiracismewet).

Onze analyse

Bij onze analyse gaan we na of de wet materieel van toepassing is, of de situatie betrekking heeft op één of meerdere beschermd(e) kenmerk(en), of er sprake is van een verschil in behandeling en of dit al dan niet gerechtvaardigd kan worden.

Toepassingsgebied, beschermde kenmerken en discriminatievorm

De antidiscriminatiewet en de antiracismewet hebben tot doel *“met betrekking tot de in artikel 5 bedoelde aangelegenheden een algemeen kader te creëren voor de bestrijding van discriminatie op grond van de beschermde criteria”* (artikel 3).

De antidiscriminatiewet en de antiracismewet zijn, wat betreft de federale bevoegdheidsmaterie, *“zowel in de overheidssector als in de particuliere sector, met inbegrip van overheidsinstanties, op alle personen van toepassing met betrekking tot: 1° de toegang tot en het aanbod van goederen en diensten die publiekelijk beschikbaar zijn”* (artikel 5).

Met betrekking tot een mogelijk onderscheid in behandeling van personen die geen smartphone bezitten of daarmee niet overweg kunnen, menen wij dat een analyse op grond van de volgende beschermde kenmerken relevant is: geslacht,³ handicap, leeftijd, vermogen, gezondheidstoestand, sociale afkomst of toestand en nationale of etnische afstamming (artikel 4, 4°).

Artikel 14 van de antidiscriminatiewet en artikel 12 van de antiracismewet verduidelijken welke vormen van discriminatie verboden zijn, waaronder onder meer indirecte discriminatie. Een indirecte discriminatie wordt beschouwd als *“de situatie die zich voordoet wanneer een ogenschijnlijk neutrale bepaling, maatstaf of handelwijze personen gekenmerkt door een of meer beschermde criteria in vergelijking met andere personen bijzonder kan benadelen”* en wanneer dit indirect onderscheid niet objectief en redelijk kan worden verantwoord. (artikel 4, 8° en 9°).

³ Het beschermd kenmerk ‘geslacht’ is opgenomen in de wet van 10 mei 2007 ter bestrijding van discriminatie tussen mannen en vrouwen, die met betrekking tot het kenmerk ‘geslacht’ gelijklopende bepalingen kent als de antidiscriminatiewet en de antiracismewet met betrekking tot de overige beschermde kenmerken.

Unia en Testaankoop menen dat het exclusief digitaal aanbieden van kortingen in supermarkten kan worden beschouwd als een indirect onderscheid ten aanzien van dragers van de beschermde kenmerken geslacht, handicap, leeftijd, vermogen, gezondheidstoestand, sociale afkomst of toestand en nationale of etnische afstamming.

Zij lopen het risico om niet over de financiële middelen te beschikken om de aankoop en het gebruik van een smartphone te kunnen bekostigen en/of omwille van hun leeftijd, gezondheidstoestand, sociale afkomst of toestand, handicap of nationale of etnische afstamming niet in staat te zijn om met een smartphone te werken.

Rechtvaardiging?

De artikels 9 van de antidiscriminatiewet en antiracismewet stellen: *“Elk indirect onderscheid op grond van een of meer beschermde criteria vormt een indirecte discriminatie: tenzij de ogenschijnlijk neutrale bepaling, maatstaf of handelwijze die aan de grondslag ligt van dit indirecte onderscheid objectief wordt gerechtvaardigd door een legitiem doel en de middelen voor het bereiken van dat doel passend en noodzakelijk zijn; of, tenzij, in het geval van indirect onderscheid op grond van een handicap, aangetoond wordt dat geen redelijke aanpassingen getroffen kunnen worden.”*

Wat betreft de mogelijke legitimiteit van het doel, lezen wij in het antwoord van Lidl aan Unia dat *“de keuze werd gemaakt voor een digitale tool, om aan te sluiten bij de steeds snellere digitalisering in onze maatschappij en uit duurzaamheidsoverwegingen”* en dat de app ook werd ingevoerd *“om een aantal extra kortingen te kunnen bieden op maat van de klant.”*

Zelfs al mochten deze doelstellingen als legitiem worden beschouwd, menen wij dat de middelen die daartoe worden ingezet niet passend en noodzakelijk zijn.

De kwetsbaarheid van de bevolkingsgroepen die worden uitgesloten lijkt ons immers onvoldoende in aanmerking te zijn genomen in dit aspect van het kortingsbeleid van de supermarkten. Dit leidt *de facto* tot een verschil in behandeling tussen A- en B-klanten.

Met betrekking tot het indirect onderscheid op grond van handicap – het betreft dus personen die omwille van hun handicap niet met een smartphone overweg kunnen – menen Unia en Testaankoop dat er niet kan worden aangetoond dat er geen redelijke aanpassingen kunnen worden getroffen.

De redelijke aanpassing zou er immers in kunnen bestaan om de kortingen via een fysieke kortingskaart aan te bieden. In concrete situaties zouden personen met een handicap aldus kunnen argumenteren dat er sprake is van een weigering van redelijke aanpassingen.

Conclusie

Unia en Testaankoop beschouwen het exclusief digitaal aanbieden van kortingen in supermarkten als een indirecte discriminatie op grond van de beschermde kenmerken geslacht, vermogen, leeftijd, handicap, gezondheidstoestand, sociale afkomst of toestand en nationale of etnische afstamming.



testaankoop

Onze vraag

Aangezien meerdere supermarkten op vandaag nog steeds exclusief digitale kortingen toekennen op basisgoederen – waarvan de meest kwetsbare groepen uit de samenleving aldus verstoken blijven – zijn Unia en Testaankoop in het licht van hun respectievelijke opdrachten en missies genoodzaakt om actie te ondernemen.

Graag willen wij Comeos, als vertegenwoordiger van de supermarktbranche, uitnodigen om op korte termijn met ons in dialoog te gaan over de problematiek.

U kan onze medewerker raadplegen om een geschikt moment te vinden voor een overleg.

We danken u alvast voor de aandacht die u hieraan zal besteden.

Hoogachtend,

Patrick CHARLIER
Directeur Unia

Els KEYTSMAN
Directeur Unia

Jean-Philippe Ducart
Manager Public Affairs & Media Relations Testaankop