

Vraag nr. 197 van mevrouw Hilde Dierickx van 23 februari 2006 (N.) aan de vice-eerste minister en minister van Begroting en Consumentenzaken:

«Branding».

De mens probeert al eeuwenlang verschillende vormen van lichaamsverfraaiing uit. De meest bekende vormen zijn tatoeages en piercings. Ondertussen wordt er ook gezocht naar vernieuwende technieken van lichaamsversiering, zoals bijvoorbeeld het plaatsen van een oogjuweel.

Een andere trend die uit het buitenland overgenomen wordt, is «branding». Brandmerken werd vroeger gebruikt om misdadigers te merken met eengloeiend ijzeren voorwerp. Ook dieren werden op deze wijze van een kenmerk voorzien. Branding is een meer gesofistikeerde vorm van brandmerken en werkt op basis van een lasernaald die bij 1 200 graden celcius een motief naar keuze in de huid brandt. Naar verluidt zou branding niet zo pijnlijk zijn, maar wel een speciale geur met zich brengen.

Het is wel niet duidelijk of de Belgische wetgeving branding toelaat. De Belgische wetgeving spreekt immers enkel van tatoeages en piercings, maar voorziet nergens branding. Het is belangrijk dat branding, net als het plaatsen van tatoeages, ook kan gebeuren onder de juiste omstandigheden waardoor het risico op gezondheidsproblemen minimaal wordt.

1. Kent u «branding»?
2. Bestaan er wettelijke regels waardoor de consument van een brandmerk beschermd wordt?
3.
 - a) Is «branding» toegelaten volgens de Belgische wet?

Antwoord van de vice-eerste minister en minister van Begroting en Consumentenzaken van 19 september 2006, op de vraag nr. 197 van mevrouw Hilde Dierickx van 23 februari 2006 (N.) :

1. Het fenomeen «branding» is mij bekend.
2. Strikt genomen kan «branding» als een dienst beschouwd worden, zoals gedefinieerd in de wet van 9 februari 1994 betreffende de veiligheid van producten en diensten.
- 3.

a) Ter aanvulling van het antwoord dat werd gegeven door mijn collega, de minister van Volksgezondheid (uw vraag nr. 696 van 23 februari 2006 *Vragen en Antwoorden*, Kamer, 2005-2006, nr. 119, blz. 23172) kan ik tevens stellen dat volgens de bepalingen van de wet van 9 februari 1994 betreffende de veiligheid van producten en diensten «branding» niet verboden is. De consument wordt wel beschermd in die zin dat de wet verplicht dat enkel veilige diensten mogen worden aangeboden. Dit houdt in dat een dienstverlening geen risico's mag inhouden voor de gebruiker dan wel slechts beperkte risico's die verenigbaar zijn met de dienstverlening en vanuit het oogpunt van een hoog beschermingsniveau voor de gezondheid en de veiligheid, aanvaardbaar worden geacht.

b) Er zijn op dit moment geen wetgevende initiatieven gepland. Zoals reeds gesteld door mijn collega, de minister van Volksgezondheid, zullen de bevoegde diensten dit fenomeen evenwel in de gaten houden en, indien nodig, zullen er gepaste maatregelen worden getroffen.

