

Vergaderjaar 2012–2013

22 112

Nieuwe Commissievoorstellen en initiatieven van de lidstaten van de Europese Unie

Nr. 1542

BRIEF VAN DE MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 11 januari 2013

Overeenkomstig de bestaande afspraken heb ik de eer u hierbij zeven fiches aan te bieden die werden opgesteld door de werkgroep Beoordeling Nieuwe Commissievoorstellen (BNC).

Fiche 1: Aanpassing van verordening consortia voor Europese onderzoeksinfrastructuren (ERIC verordening) (Kamerstuk 22 112, nr. 1541)

Fiche 2: Mededeling misleidende marketingpraktijken

Fiche 3: Besluit zevende milieuactieprogramma (Kamerstuk 22 112, nr. 1543)

Fiche 4: Richtlijn toegankelijkheid overheidswebsites (Kamerstuk 22 112, nr. 1544)

Fiche 5: Mededeling actieplan en aanbevelingen belastingfraude en -ontwijking (Kamerstuk 22 112, nr. 1545)

Fiche 6: Wijziging procedureverordening staatssteun (Kamerstuk 22 112, nr. 1546)

Fiche 7: Wijziging machtigingsverordening staatssteun (Kamerstuk 22 112, nr. 1547)

De minister van Buitenlandse Zaken,
F.C.G.M. Timmermans

Fiche: mededeling misleidende marketingpraktijken

1. Algemene gegevens

Titel voorstel

Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's, inzake:

- het beschermen van ondernemingen tegen misleidende marketingpraktijken en zorgen voor doeltreffende handhaving; en
- de toekomstige herziening van Richtlijn 2006/114/EG inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame

Datum ontvangst Commissiedocument

27 november 2012

Nr. Commissiedocument

COM (2012) 702

Pre-lex

http://ec.europa.eu/prelex/detail_dossier_real.cfm?CL=nl&DosId=202148

Nr. impact assessment Commissie en Opinie Impact-assessment Board

Niet opgesteld

Behandelingstraject Raad

Raad voor Concurrentievermogen

2. Eerstverantwoordelijk ministerie

Ministerie van Economische Zaken, in nauwe samenwerking met ministerie van Veiligheid en Justitie

3. Essentie voorstel

Aanleiding tot de mededeling is het volgende. In haar evaluatie van de Small Business Act kondigde de Commissie aan, de werking van de bestaande regels inzake misleidende marketingpraktijken opnieuw te zullen beoordelen. De Commissie heeft daartoe in 2011 een publieke raadpleging gehouden en in een vragenlijst de lidstaten gevraagd om gedetailleerde informatie over de bescherming van bedrijven tegen misleidende marketingpraktijken.

In de mededeling noemt de EC een aantal mogelijke maatregelen om ondernemingen in de «*business to business*» (B2B)-relatie beter te beschermen. De volgende maatregelen worden voorgesteld:

- het per direct oprichten van een ad hoc netwerk van autoriteiten om de handhaving van de richtlijn inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame (vooralsnog binnen de bestaande bepalingen) te intensiveren en informatie te delen;
- het indienen van een wetgevingsvoorstel om ondernemingen beter te beschermen tegen (grensoverschrijdende) misleidende marketingpraktijken. Dit voorstel, tot wijziging van de bestaande richtlijn misleidende reclame en vergelijkende reclame, zal zowel materiële bepalingen als procedureregels omvatten. Blijkens de mededeling zal het richtlijnvoorstel als materiële bepaling in elk geval inhouden: een nieuwe, ruimere definitie van het begrip «misleidende marketingpraktijken» waardoor een rechtsgrond wordt gevormd voor handhaving. In een aantal lidstaten zijn thans door de overheid geen organen aangewezen

die door middel van sancties kunnen optreden tegen dergelijke praktijken in B2B handelsbetrekkingen. Ook in Nederland zijn er door de overheid geen sanctionerende instanties aangewezen; wel is er zelfregulering in de vorm van de Reclame Code Commissie.

Wat betreft procedureregels noemt de mededeling: het vergroten van de doeltreffende samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten van de lidstaten door middel van het invoeren van een samenwerkingsprocedure voor handhaving. Deze samenwerkingsprocedure zal in elk geval een verplichting tot wederzijdse bijstand inhouden. Ook moet elk van de lidstaten aanwijzen welke autoriteit – naar keuze een reeds bestaand orgaan dan wel een op te richten orgaan – ambtshalve kan optreden ter handhaving van de richtlijn.

- het in het kader van bovenbedoeld wetgevingsvoorstel opstellen van een zwarte lijst van misleidende marketingpraktijken die uitdrukkelijk worden verboden, gericht op de schadelijkste vormen van oplichting in B2B-betrekkingen. Doel van zo'n lijst, in aanvulling op de algemene bepalingen die de richtlijn moet gaan bieden, is het vergroten van de rechtszekerheid en de bescherming van ondernemingen;
- het invoeren van doeltreffende, evenredige en afschrikkende sancties voor inbreuken op nationale bepalingen die op grond van de richtlijn zijn vastgesteld;
- het op basis van jurisprudentie van het Hof nader bezien van de reikwijdte van de definitie van «vergelijkende reclame».

4. Wat is de Nederlandse grondhouding ten aanzien van de bevoegdheidsvaststelling, subsidiariteit en proportionaliteit van deze mededeling en de eventueel daarin aangekondigde concrete wet- en regelgeving? Hoe schat Nederland de financiële gevolgen in, alsmede de gevolgen op het gebied van regeldruk en administratieve lasten?

Bevoegdheidsvaststelling: De richtlijn inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame is gebaseerd op artikel 114 VWEU (harmonisatie ten behoeve van de interne markt). De interne markt is een gedeelde bevoegdheid tussen de EU en de lidstaten.

Subsidiariteit: Gegeven het grensoverschrijdende karakter van de betreffende vormen van misleidende praktijken – partijen die deze activiteiten ontplooiën werken bij voorkeur vanuit landen waar hun handelen niet verboden is – is aanpak op communautair niveau en grensoverschrijdende samenwerking noodzakelijk voor een effectieve aanpak. De grondhouding van het kabinet ten aanzien van de subsidiariteit van de mededeling is derhalve positief. Daarmee wordt uiteraard niet vooruitgelopen op het uiteindelijke subsidiariteitsoordeel over de uit deze mededeling voortvloeiende wetgevende voorstellen.

Proportionaliteit: De mededeling laat aan de lidstaten de ruimte om te kiezen voor het oprichten van een nieuw handhavingsorgaan dan wel attributie van additionele taken aan een bestaand orgaan. De Commissie streeft dus niet naar maximum-harmonisatie. Dat is overeenkomstig de Nederlandse voorkeur ter zake, die primair gericht is op het vergroten van mogelijkheden voor zelfredzaamheid van bedrijven.

In paragraaf 3.1 van de mededeling wordt een aantal veel voorkomende misleidende marketingpraktijken genoemd waaronder misleidende gegevensbankdiensten, misleidende betalingsformulieren, (misleidende) aanbiedingen om internetnamen of merkbescherming uit te breiden. Het Nederlandse rechtstelsel gaat uit van contractsvrijheid: het is aan marktpartijen om te bepalen al dan niet met elkaar in zee te gaan. Ook is het aan marktpartijen zelf om gebruik te maken van de bestaande

rechtsmiddelen, zoals het instellen van een civielrechtelijke actie bij de rechter. Een soortgelijke opzet als de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, waarin een lijst van verboden handelspraktijken is opgenomen, zou een mogelijkheid kunnen zijn (zie ook de brief over acquisitiefraude, Kamerstukken 2011–12, 33 233, nr. 4). Wel dient een aantal randvoorwaarden in acht te worden genomen, bijvoorbeeld die ten aanzien van misleidende en vergelijkende reclame. De grondhouding van het kabinet ten aanzien van de proportionaliteit van de mededeling is op basis van het bovenstaande positief, met dien verstande dat de nadruk voor Nederland moet blijven liggen op middelen tot bevordering van zelfredzaamheid en niet in eerste instantie op handhaving van overheidswege. Daarmee wordt uiteraard niet vooruitgelopen op het uiteindelijke proportionaliteitsoordeel over de uit deze mededeling voortvloeiende wetgevende voorstellen.

Administratieve lasten voor bedrijven:

De voorstellen hebben vooral betrekking op het verbieden van ongewenste praktijken en handhaving van deze verboden. Er is geen sprake van additionele voorschriften, zoals informatieverplichtingen, waaraan bedrijven moeten voldoen en de voorstellen leiden daarom niet tot administratieve lasten.

Bestuurlijke lasten:

Indien, zoals in de mededeling voorgesteld, elk van de lidstaten een autoriteit moet aanwijzen die zal worden belast met toezicht en handhaving op het gebied van B2B-marketing, zal daarvoor additionele menskracht nodig zijn. De omvang daarvan valt slechts vergelijkenderwijs in te schatten, bijvoorbeeld op basis van de menskracht die thans gemoeid is met de handhaving van het verbod op oneerlijke handelspraktijken. Eventuele budgettaire gevolgen zullen worden ingepast op de begroting van het/de beleidsverantwoordelijk(e) departement(en), conform de regels van de budgetdiscipline.

5. Nederlandse positie over de mededeling

Nederland ondersteunt op hoofdlijnen de voorstellen, met dien verstande dat Nederland graag meer nadruk zou zien op zelfredzaamheid van bedrijven en de daarvoor benodigde wettelijke bepalingen dan op actieve handhaving. Het is aan marktpartijen zelf om gebruik te maken van de bestaande rechtsmiddelen, zoals het instellen van een civielrechtelijke actie bij de rechter. Een soortgelijke opzet als de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, waarin een lijst van verboden handelspraktijken is opgenomen, zou een mogelijkheid kunnen zijn (zie ook de brief over acquisitiefraude, Kamerstukken 2011–12, 33 233, nr. 4).

Daarnaast zou de Commissie de mogelijkheid kunnen verkennen om in de richtlijn een bepaling op te nemen overeenkomstig artikel 97/1 van de Belgische wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming. Dat wetsartikel dwingt aanbieders om bij het doen van aanbiedingen duidelijk (zowel inhoudelijk als typografisch) aan te geven wat de strekking van het aanbod is voor wat betreft de kosten en de duur waarvoor de overeenkomst wordt aangegaan. Een dergelijke bepaling maakt het (bij naleving) onwaarschijnlijk dat klanten onbewust of onbedoeld een overeenkomst aangaan. Bijkomend voordeel hiervan is dat er veel meer mogelijkheden tot zelfbescherming zouden ontstaan, zodat de nadruk veel minder zou komen te liggen op het handhavend optreden door de overheid. Voorts zou ook kunnen worden ingezet op preventie door het weerbaarder maken van bedrijven tegen fraudeurs.

Handhaving speelt een aanvullende rol naast het faciliteren van zelfredzaamheid. Nederland is van mening dat handhaving beter gediend is met het efficiënt, naar gelang de omstandigheden van het geval, inzetten van bestaande opsporings- of handhavingsdiensten dan met het aanwijzen van één handhavingsautoriteit specifiek voor misleidende marketingpraktijken.

De bestaande richtlijn 2006/114 houdt een definitie in van het begrip «misleidende reclame». Uit de gehouden publieke raadpleging duidelijk is geworden dat deze definitie niet langer voldoet: in het merendeel van de lidstaten (waaronder zeer beslist ook Nederland) worden jaarlijks grote aantallen bedrijven, met name in het MKB, slachtoffer van praktijken die hen op het verkeerde been zetten waardoor zij vaak forse schade lijden. Daarnaast schaden deze praktijken het vertrouwen tussen bedrijven onderling, de basis voor een gezond economisch verkeer. Dat is de achtergrond van de samenwerking van het ministerie van Veiligheid en Justitie en het Openbaar Ministerie met het Steunpunt Acquisitiefraude.

Het voornemen de reikwijdte van de definitie van vergelijkende reclame opnieuw te bezien zal worden gebaseerd op de jurisprudentie van het Hof. Uit die jurisprudentie is een aantal punten naar voren gekomen, zoals beweringen in verband met de milieuvriendelijkheid, waaromtrent een verduidelijking binnen het kader van de Europese regelgeving wenselijk is. Een dergelijke uitwerking zou wat Nederland betreft wel passen binnen het kader zoals dat met de nu bestaande richtlijn is geschapen, nu misleiding ook kan bestaan uit een aanprijzing die niet juist weergeeft wat de kenmerken van het product zijn, of de wijze van fabricage resp. de van het gebruik te verwachten effecten.