

EUROPEES PARLEMENT

1999



2004

Zittingsdocument

DEFINITIEVE VERSIE
A5-0188/2004

18 maart 2004

*****I** **VERSLAG**

over het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken)
(COM(2003) 356 – C5-0288/2003 – 2003/0134(COD))

Commissie juridische zaken en interne markt

Rapporteur: Fiorella Ghilardotti

Rapporteur voor advies (*) :
Phillip Whitehead, Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid

(*) Nauwere samenwerking tussen commissies, overeenkomstig artikel 162 bis van het Reglement

Verklaring van de gebruikte tekens

- * Raadplegingsprocedure
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen
- **I Samenwerkingsprocedure (eerste lezing)
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen
- **II Samenwerkingsprocedure (tweede lezing)
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen voor de goedkeuring van het gemeenschappelijk standpunt
Meerderheid van de leden van het Parlement voor de verwerping of amendering van het gemeenschappelijk standpunt
- *** Instemming
Meerderheid van de leden van het Parlement, behalve in de in de artikelen 105, 107, 161 en 300 van het EG-Verdrag en in artikel 7 van het EU-Verdrag bedoelde gevallen
- ***I Medebeslissingsprocedure (eerste lezing)
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen
- ***II Medebeslissingsprocedure (tweede lezing)
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen voor de goedkeuring van het gemeenschappelijk standpunt
Meerderheid van de leden van het Parlement voor de verwerping of amendering van het gemeenschappelijk standpunt
- ***III Medebeslissingsprocedure (derde lezing)
Meerderheid van de uitgebrachte stemmen voor de goedkeuring van de gemeenschappelijke ontwerp tekst

(De aangeduide procedure is gebaseerd op de door de Commissie voorgestelde rechtsgrondslag.)

Amendementen op wetsteksten

Door het Parlement aangebrachte wijzigingen worden in vet cursief aangegeven. De markering in mager cursief is een aanwijzing voor de technische diensten en betreft passages in de wetstekst waarvoor een correctie wordt voorgesteld (bijvoorbeeld aperte fouten of weglatingen in een taalversie). Dergelijke correcties moeten worden goedgekeurd door de betrokken technische diensten.

INHOUD

	Blz.
PROCEDUREVERLOOP	4
ONTWERPWETGEVINGSRESOLUTIE VAN HET EUROPEES PARLEMENT	5
TOELICHTING	44
ADVIES VAN DE COMMISSIE MILIEUBEHEER, VOLKSGEZONDHEID EN CONSUMENTENBELEID(*)	48

(*) Nauwere samenwerking tussen commissies, overeenkomstig artikel 162 bis van het Reglement

PROCEDUREVERLOOP

Bij schrijven van 18 juni 2003 diende de Commissie, overeenkomstig artikel 251, lid 2 en artikel 95 van het EG-Verdrag, bij het Parlement het voorstel in voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken) (COM(2003) 356 – 2003/0134(COD)).

Op 1 september 2003 gaf de Voorzitter van het Parlement kennis van de verwijzing van dit voorstel naar de Commissie juridische zaken en interne markt als commissie ten principale en naar de Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid als medeadviserende commissie (C5-0288/2003).

Op haar vergadering van 15 oktober 2003 deelde de voorzitter van het Parlement mee dat de Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid als medeadviserende commissie bij de opstelling van het verslag betrokken zou worden overeenkomstig artikel 162 bis van het Reglement.

De Commissie juridische zaken en interne markt benoemde op haar vergadering van 11 september 2003 Fiorella Ghilardotti tot rapporteur.

De commissie behandelde het Commissievoorstel en het ontwerpverslag op haar vergaderingen van 6 november 2003, 2 december 2003, 22 januari 2004, 18 februari 2004, 8 maart 2004 en 17 maart 2004.

Op laatstgenoemde vergadering hechtte zij met 27 stemmen voor en 2 tegen haar goedkeuring aan de ontwerpwetgevingsresolutie.

Bij de stemming waren aanwezig: Giuseppe Gargani (voorzitter), Willi Rothley (ondervoorzitter), Ioannis Koukiadis(ondervoorzitter), Elena Ornella Paciotti (plaatsvervangend rapporteur), Uma Aaltonen, Paolo Bartolozzi, Maria Berger, Ward Beysen, Bert Doorn, Francesco Fiori (verving Lord Inglewood, overeenkomstig artikel 153, lid 2 van het Reglement), Marie-Françoise Garaud, Malcolm Harbour, Hans Karlsson (verving Carlos Candal), Piia-Noora Kauppi (verving Janelly Fourtou), Kurt Lechner, Sir Neil MacCormick, Toine Manders, Arlene McCarthy, Manuel Medina Ortega, Marcelino Oreja Arburúa (verving Klaus-Heiner Lehne), Barbara O'Toole (verving Evelyne Gebhardt), Anne-Marie Schaffner, Francesco Enrico Speroni (verving Alexandre Varaut), Marianne L.P. Thyssen, Gary Titley (verving Bill Miller, overeenkomstig artikel 153, lid 2 van het Reglement), Ian Twinn (verving Rainer Wieland), Diana Wallis, Phillip Whitehead (verving François Zimeray, overeenkomstig artikel 153, lid 2 van het Reglement) en Joachim Wuermeling.

Het advies van de Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid is bij dit verslag gevoegd.

Het verslag werd ingediend op 18 maart 2004.

ONTWERPWETGEVINGSRESOLUTIE VAN HET EUROPEES PARLEMENT

over het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken)

(COM(2003) 356 – C5-0288/2003 – 2003/0134(COD))

(Medebeslissingsprocedure: eerste lezing)

Het Europees Parlement,

- gezien het voorstel van de Commissie aan het Europees Parlement en de Raad (COM(2003) 356)¹,
 - gelet op artikel 251, lid 2 en artikel 95 van het EG-Verdrag, op grond waarvan het voorstel door de Commissie bij het Parlement is ingediend (C5-0288/2003),
 - gelet op artikel 67 van zijn Reglement,
 - gezien het verslag van de Commissie juridische zaken en interne markt en het advies van de Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid (A5-0188/2004),
1. hecht zijn goedkeuring aan het Commissievoorstel, als geamendeerd door het Parlement;
 2. verzoekt om hernieuwde voorlegging indien de Commissie voornemens is ingrijpende wijzigingen in dit voorstel aan te brengen of dit door een nieuwe tekst te vervangen;
 3. verzoekt zijn Voorzitter het standpunt van het Parlement te doen toekomen aan de Raad en de Commissie.

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendementen van het Parlement

Amendement 1 OVERWEGING 6

(6) Deze richtlijn vormt geen beletsel voor het instellen van individuele vorderingen door *personen* die schade hebben geleden door een oneerlijke handelspraktijk. Deze richtlijn doet evenmin afbreuk aan de communautaire en nationale regels inzake verbintenissenrecht, intellectuele eigendomsrechten en gezondheids- en veiligheidsaspecten van producten en de communautaire regels inzake concurrentie

(6) Deze richtlijn vormt geen beletsel voor het instellen van individuele vorderingen door *degenen* die schade hebben geleden door een oneerlijke handelspraktijk. Deze richtlijn doet evenmin afbreuk aan de communautaire en nationale regels inzake verbintenissenrecht, intellectuele eigendomsrechten en gezondheids- en veiligheidsaspecten van producten en de communautaire regels inzake concurrentie

¹ Nog niet in het PB gepubliceerd.

en de desbetreffende nationale omzettingsbepalingen.

en de desbetreffende nationale omzettingsbepalingen.

Motivering

De richtlijn betreft enkel 'business to consumer' praktijken. Zonder dit toepassingsgebied te veranderen, moet het duidelijk zijn dat deze richtlijn niet belet dat een handelaar gerechtelijke stappen onderneemt tegen de handelspraktijken van een andere handelaar die in strijd zijn met deze richtlijn en die in de 'business to business'-relatie een oneerlijke concurrentiepraktijk uitmaken.

Amendement 2 OVERWEGING 8

(8) Het hoge niveau van convergentie dat door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt **één algemeen** verbod **vastgesteld** op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming scheppen op hun beurt de voorwaarden om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

(8) Het hoge niveau van convergentie dat door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt **een** verbod **ingesteld** op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming scheppen op hun beurt de voorwaarden om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

Amendement 3 Overweging 8

(8) Het hoge niveau van convergentie dat door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt één algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels

(8) Het hoge niveau van convergentie dat door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt één algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels

inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming **scheppen op hun beurt** de voorwaarden om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming **die de richtlijn beoogt tot stand te brengen, zullen na verloop van tijd** de voorwaarden **scheppen** om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

Motivering

Het is nog niet zover dat de aanpak van wederzijdse erkenning kan functioneren en kan zorgen voor een hoge mate van bescherming van de consument, een van de hoofddoelen van deze richtlijn. Het kost tijd voordat de omstandigheden daarvoor rijp zijn.

Amendement 4 OVERWEGING 10

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden **vervangen**. Bij deze richtlijn wordt daarom **één gemeenschappelijk, algemeen** verbod **vastgesteld** op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden **geharmoniseerd**. Bij deze richtlijn wordt daarom **een** verbod **ingesteld** op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

Amendement 5 Overweging 10

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden vervangen. Bij deze richtlijn wordt daarom

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden vervangen. Bij deze richtlijn wordt daarom

één gemeenschappelijk, algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

één gemeenschappelijk, algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. ***Om de doelstelling van consumentenbescherming te bereiken en het consumentenvertrouwen te steunen, is het algemene verbod gelijkelijk van toepassing op oneerlijke handelspraktijken die plaatsvinden buiten een eventuele contractuele relatie tussen handelaar en consument of na de sluiting van een overeenkomst en gedurende de tenuitvoerlegging ervan.*** Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

Motivering

De definitie en reikwijdte van besluiten over transacties werden niet expliciet in deze overweging en in de ontwerprichtlijn vermeld.

Amendement 6 OVERWEGING 11

(11) Het is wenselijk dat onder misleidende handelspraktijken praktijken (waaronder misleidende reclame) worden verstaan waarbij de consument wordt bedrogen en daardoor wordt belet een geïnformeerde en dus efficiënte keuze te maken. Overeenkomstig de wetten en de praktijk van de lidstaten met betrekking tot misleidende reclame worden misleidende praktijken in de richtlijn onderverdeeld in misleidende handelingen en misleidende omissies. Met betrekking tot omissies wordt in de richtlijn een beperkte hoeveelheid essentiële informatie vermeld die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie. Deze informatie hoeft niet in alle reclame te worden vermeld, maar wel wanneer de handelaar tot een aankoop uitnodigt, een begrip dat in de richtlijn duidelijk wordt gedefinieerd.

(11) Het is wenselijk dat onder misleidende handelspraktijken praktijken (waaronder misleidende reclame) worden verstaan waarbij de consument wordt bedrogen en daardoor wordt belet een geïnformeerde en dus efficiënte keuze te maken. ***De richtlijn beoogt niet de keuze van de consument te beperken door de verkoopbevordering van goedkopere "look-alike"-producten niet toe te staan of te beperken, tenzij de consument beschermd moet worden tegen impliciete of expliciete pogingen om hem te misleiden via "passing-off".*** Overeenkomstig de wetten en de praktijk van de lidstaten met betrekking tot misleidende reclame worden misleidende praktijken in de richtlijn onderverdeeld in misleidende handelingen en misleidende omissies. Met betrekking tot omissies wordt in de richtlijn een beperkte hoeveelheid essentiële informatie vermeld die de consument nodig heeft om een

geïnformeerd besluit te nemen over een transactie. Deze informatie hoeft niet in alle reclame te worden vermeld, maar wel wanneer de handelaar tot een aankoop uitnodigt, een begrip dat in de richtlijn duidelijk wordt gedefinieerd.

Amendement 7
OVERWEGING 11 bis (nieuw)

(11 bis) De in bijlage I vermelde handelspraktijken worden onder alle omstandigheden als oneerlijk beschouwd. De lidstaten zetten bijlage I in haar geheel om in nationale wetgeving, zonder wijzigingen, schrappingen of toevoegingen. De Europese Commissie brengt regelmatig aan het Europees Parlement en de Raad van Ministers verslag uit over de toepassing van de richtlijn, met inbegrip van bijlage I, en stelt waar nodig een herziening van de richtlijn voor conform de procedures van artikel 251 van het Verdrag.

Motivering

Ter wille van de rechtszekerheid mogen de lidstaten na de goedkeuring van de richtlijn niet van de lijst van verboden praktijken afwijken tijdens of na de omzetting daarvan, aangezien een en ander ten koste zou gaan van de harmonisatie van de wetgeving en voor zowel handelaars als consumenten rechtsongelijkheid zou teweegbrengen.

Oneerlijke praktijken die bij de goedkeuring van de richtlijn niet op de lijst voorkomen, vallen onder de algemene bepaling en de drie daarin vervatte criteria. Dit betekent niet dat de zwarte lijst niet periodiek kan worden aangepast conform het door de rapporteur in amendement 16 geformuleerde voorstel. Eventuele herzieningen moeten echter plaatsvinden onder volledige toepassing van de medebeslissingsprocedure van artikel 251 van het Verdrag.

Amendement 8
OVERWEGING 13

(13) In deze richtlijn wordt het door het Europees Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de "gemiddelde consument" gecodificeerd. Overeenkomstig de jurisprudentie van het Hof van Justitie moeten de nationale rechtbanken bij de toepassing van dit criterium rekening houden met sociale, culturele en

(13) In deze richtlijn wordt het door het Europees Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de "gemiddelde consument" gecodificeerd. Overeenkomstig de jurisprudentie van het Hof van Justitie moeten de nationale rechtbanken bij de toepassing van dit criterium rekening houden met *economische*, sociale,

taalkundige factoren. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten, **bijvoorbeeld kinderen**, gericht is, is het wenselijk dat het effect van de commerciële praktijk wordt beoordeeld in verhouding tot het gemiddelde lid van de groep.

culturele en taalkundige factoren. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, is het wenselijk dat het effect van de commerciële praktijk wordt beoordeeld in verhouding tot het gemiddelde lid van de groep. **Aangezien de meest kwetsbare consumenten ook de meest waarschijnlijke slachtoffers zijn van oneerlijke handelspraktijken als bedoeld in deze richtlijn, dienen hun belangen als consument te worden beschermd waarbij, al naar gelang de desbetreffende omstandigheden, naar behoren rekening wordt gehouden met de leeftijd, lichamelijke gebrekkigheid, geestelijke toestand en vaardigheid tot lezen en schrijven.**

Motivering

In deze richtlijn moet worden gelet op de omstandigheden waarin bepaalde consumenten kwetsbaar zijn in gevallen die niet vallen onder de toets op basis van de uitspraken van het Europees Hof van Justitie.

Amendement 9 OVERWEGING 14

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars de beginselen van **de richtlijn in bepaalde economische sectoren kunnen toepassen**. Dergelijke codes **kunnen nationale autoriteiten van nut zijn om de vereisten van professionele toewijding voor een bepaalde sector vast te stellen. Als eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau toezicht uitoefenen om oneerlijke handelspraktijken weg te werken, kan dit administratieve of gerechtelijke stappen overbodig maken; dit moet dan ook worden aangemoedigd.**

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars **volgens** de beginselen van **deze richtlijn voor henzelf bindende regels kunnen vaststellen. Bij de vaststelling en het gebruik van dergelijke codes en van de erin vervatte duidelijke verplichtingen moet worden voldaan aan de in de concurrentiewetgeving vastgestelde eisen.**

Motivering

Dit amendement is bedoeld om duidelijk te maken dat gedragscodes alleen op vrijwillige grondslag kunnen worden geaccepteerd en niet in de plaats kunnen treden van wetgeving of jurisprudentie. Bovendien moeten ze ook in overeenstemming zijn met de concurrentiewetgeving. Een en ander betekent dat gedragscodes voor iedereen toegankelijk moeten zijn en dat, wanneer aansluiting bij een bedrijfsvereniging verplicht wordt gesteld, de geldende gedragscode volgens transparante en democratische regels tot stand moeten zijn

gekomen.

Amendement 10
Overweging 14

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars de beginselen van de richtlijn in bepaalde economische sectoren kunnen toepassen. Dergelijke codes kunnen nationale autoriteiten van nut zijn om de vereisten van professionele toewijding voor een bepaalde sector vast te stellen. Als eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau toezicht uitoefenen om oneerlijke handelspraktijken weg te werken, kan dit administratieve of gerechtelijke stappen overbodig maken; dit moet dan ook worden aangemoedigd.

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars de beginselen van de richtlijn in bepaalde economische sectoren kunnen toepassen. Dergelijke codes kunnen nationale autoriteiten van nut zijn om de vereisten van professionele toewijding voor een bepaalde sector vast te stellen. Als eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau toezicht uitoefenen om oneerlijke handelspraktijken weg te werken, kan dit administratieve of gerechtelijke stappen overbodig maken; dit moet dan ook worden aangemoedigd. ***Om een hoog niveau van consumentenbescherming te bereiken kunnen consumentenorganisaties geïnformeerd worden over en betrokken worden bij de opstelling van gedragscodes.***

Motivering

Teneinde de brede toepassing en het frequente gebruik van gedragscodes te bevorderen, is het uitermate wenselijk dat ook de consumentenorganisaties worden betrokken bij de opstelling en toepassing van dergelijke codes.

Amendement 11
Artikel 1 , alinea 1 bis (nieuw)

Dit laat het recht van de lidstaten om handelingen die de belangen van marktdeelnemers schaden in hun nationale wetgeving als oneerlijke handelspraktijk aan te merken, onverlet.

Motivering

De lidstaten moeten de vrijheid hebben om hun nationale wetgeving inzake oneerlijke handelspraktijken zo uit te breiden dat inbreuken op deze richtlijn worden beschouwd als inbreuken op de wetgeving inzake oneerlijke concurrentie tussen ondernemingen.

Amendement 12
Artikel 2, letter b)

b) gewone consument: een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument;

b) gewone consument: een **karacteristieke**, gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument **die bij het nemen van een besluit over een transactie de nodige zorgvuldigheid en oplettendheid aan de dag heeft gelegd**;

Motivering

Het is de bedoeling dat niet wordt gerefereerd aan het gemiddelde van alle consumenten, maar aan een karakteristieke, redelijk goed geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument die bij het nemen van een beslissing de nodige zorgvuldigheid en oplettendheid aan de dag legt, met name ten aanzien van de beschikbare informatie.

Amendement 13
Artikel 2, letter b bis) (nieuw)

b bis) bijzondere groep consumenten: een groep consumenten die duidelijke kenmerken hebben van niet-economische aard, zoals:

i) consumenten wier beoordelings- en/of reactievermogen door uiteenlopende factoren, zoals leeftijd, een handicap, fysieke of mentale omstandigheden (ook van tijdelijke aard) of alfabetiseringsgraad zodanig is beïnvloed dat zij kwetsbaar zijn;

ii) consumenten die beschikken over specifieke kennis in de sector waarop de handelaar zich richt, waardoor zij in staat zijn een specialistische commerciële boodschap te begrijpen.

Motivering

In artikel 5 is sprake van de mogelijkheid dat een handelspraktijk zich specifiek richt op een bijzondere groep consumenten, en derhalve dient nader te worden gedefinieerd wat precies onder een dergelijke groep consumenten moet worden verstaan.

Amendement 14
Artikel 2, letter c)

(c) verkoper of leverancier (hierna "handelaar"): een natuurlijke persoon of

(c) verkoper of leverancier (hierna "handelaar"):

rechtspersoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit;

- een natuurlijke persoon of rechtspersoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit , **of met het oog op de verwezenlijking van zijn statutair doel; een handeling die de handelaar bewust door eigen optreden bevordert of überhaupt pas mogelijk maakt, wordt hem aangerekend;**

- **de overheidsinstellingen of de rechtspersonen waarin de overheid een overwegend aandeel heeft, die een commerciële, financiële of industriële activiteit uitoefenen en die producten of diensten aanbieden of verkopen;**

- **de personen die, hetzij in eigen naam, hetzij in naam of voor rekening van een al dan niet rechtspersoonlijkheid bezittende derde, met of zonder winstoogmerk, een commerciële, financiële of industriële activiteit uitoefenen en die producten of diensten te koop aanbieden of verkopen;**

Motivering

Er moet voor gezorgd worden dat de bevordering van concurrentie door derden ook onder de bepalingen van de richtlijn valt, omdat in de praktijk steeds vaker oneerlijke praktijken door derden worden bedreven die in opdracht handelen van een verkoper of leverancier. Ook door de gezamenlijke activiteiten van talrijke ondernemingen (reclame, exploitatie, verzending) is vaak niet na te gaan wie er exact verantwoordelijk is voor de verstoring.

Amendement 15 Artikel 2, letter e)

e) handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedrag, voorstelling of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar die rechtstreeks verband houdt met de verkoopsbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten;

e) handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedrag, voorstelling of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar die rechtstreeks verband houdt met de verkoopsbevordering, verkoop of levering **door die handelaar** van een product aan consumenten;

Motivering

Het oorspronkelijke voorstel kan tot gevolg hebben dat uitgeverijen (die uiteraard zelf ook als "handelaar" optreden) aansprakelijk kunnen worden gesteld voor de publicatie van een

reclameboodschap die kan worden beschouwd als een oneerlijke handelspraktijk. Het is van essentieel belang dat de richtlijn niet interfereert met consumentenjournalistiek of andere vormen van publicatiemateriaal. Eveneens is het essentieel dat de richtlijn in de praktijk geen aanleiding geeft tot inbreuken op de vrijheid van drukpers en informatie.

Amendement 16
Artikel 2, letter f)

f) het economische gedrag van consumenten op oneerlijke wijze wezenlijk beïnvloeden: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

f) het economische gedrag van consumenten op oneerlijke wijze wezenlijk beïnvloeden: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de **gemiddelde** consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk te beperken, waardoor de **gemiddelde** consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten, **met als gevolg dat de consument economische schade lijdt**;

Motivering

Dit amendement is bedoeld om duidelijk te maken dat het op oneerlijke wijze wezenlijk beïnvloeden van toepassing is op de gemiddelde consument. Tevens beoogt het een duidelijker onderscheid aan te brengen tussen eerlijke handelspraktijken die zijn bedoeld om de consument te bewegen tot het nemen van besluiten die hij anders niet zou hebben genomen en handelspraktijken die werkelijk oneerlijk zijn en de consument economische schade toebrengen of kunnen toebrengen.

Amendement 17
Artikel 2, letter g)

g) gedragscode: overeenkomst waarin wordt vastgesteld hoe handelaars die zich tot de code verbinden, zich moeten gedragen met betrekking tot een of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

g) gedragscode: **vrijwillig gesloten** overeenkomst waarin wordt vastgesteld hoe handelaars die zich tot de code verbinden, zich moeten gedragen met betrekking tot een of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

Motivering

De definitie moet preciseren dat gedragscodes vrijwillig van aard zijn, zoals in de toelichting wordt erkend.

Amendement 18
Artikel 2, letter g)

g) gedragscode: overeenkomst waarin wordt vastgesteld hoe handelaars die zich tot de code verbinden, zich moeten gedragen met

g) gedragscode: overeenkomst waarin wordt vastgesteld hoe handelaars die zich tot de code verbinden **of daardoor gebonden zijn**,

betrekking tot een of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

zich moeten gedragen met betrekking tot een of meer bepaalde handelspraktijken of bedrijfssectoren;

Motivering

Dit amendement is bedoeld om een onderscheid te maken tussen regelingen mét en zonder lidmaatschap.

Amendement 19 Artikel 2, letter h)

h) code op communautair niveau: een gedragscode waarin om het even welke handelaar in om het even welke lidstaat die aan de vereisten van de code voldoet, zonder discriminatie kan participeren en die geschikte en effectieve mechanismen omvat om toe te zien op de naleving ervan;

Schrappen

Motivering

De gedragscode moet in alle gevallen gelijkelijk van toepassing zijn, ongeacht of het gaat om activiteiten op nationaal dan wel communautair niveau. Teneinde de brede toepassing en het frequente gebruik van gedragscodes te bevorderen, is het uitermate wenselijk dat ook de consumentenorganisaties worden betrokken bij de opstelling en toepassing van dergelijke codes.

Amendement 20 Artikel 2, letter i)

(i) eigenaar van de code: een instantie, met inbegrip van een handelaar of een groep handelaars, die verantwoordelijk is voor het opstellen en herzien van een gedragscode en/of voor het toezicht op de naleving van de code door diegenen die zich ertoe hebben verbonden;

(i) eigenaar van de code: de natuurlijke persoon of rechtspersoon die verantwoordelijk is voor het opstellen en herzien van een gedragscode en eventueel voor het toezicht op de naleving van de code door diegenen die zich ertoe hebben verbonden;

Amendement 21 Artikel 2, letter j)

j) professionele toewijding: de mate van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid van een handelaar, overeenkomstig de vereisten van de normale marktpraktijk jegens consumenten in zijn sector van de interne markt;

j) professionele toewijding: de vakkundigheids- en zorgvuldigheidsnorm waaraan een handelaar redelijkerwijs mag worden geacht jegens consumenten te voldoen ten aanzien van de specifieke marktpraktijkeisen die in zijn sector van toepassing zijn in de lidstaat waar hij is

toepassing zijn in de lidstaat waar hij is gevestigd;

Motivering

Met dit amendement worden vier doelstellingen beoogd:

1) Het introduceert de eis dat handelaars jegens consumenten een mate van vakkundigheid en zorgvuldigheid ten toon moeten spreiden "die redelijkerwijs van hen kan worden verwacht" en niet zozeer een "bijzondere" vakkundigheid of zorgvuldigheid. De bestaande definitie is voor handelaars en met het toezicht op de naleving van de richtlijn belaste instanties moeilijk te doorzien, terwijl de geamendeerde tekst uitgaat van het objectievere criterium op welke wijze handelaars met consumenten dienen om te gaan.

2) Het zorgt ervoor dat handelaars oneerlijke praktijken niet kunnen goedpraten door te beweren dat het voor een bepaalde sector de "gangbare marktpraktijk" is, bijvoorbeeld bij het slijten van obscure financiële producten of de huis-aan-huisverkoop van bepaalde producten.

3) Het biedt handelaars de zekerheid dat met de naleving van gedetailleerde regels voor bepaalde goederen of diensten rekening zal worden gehouden bij het bepalen van de vraag of zij op een eerlijke manier handel drijven, bijvoorbeeld met betrekking tot de specifieke regels die van toepassing zijn op financiële dienstverleners of beroepsgroepen zoals advocaten. Niettemin blijft de mogelijkheid bestaan om met betrekking tot deze producten de algemene bepaling inzake handelspraktijken toe te passen onder uitzonderlijke omstandigheden waarbij de gedetailleerde bepalingen onvoldoende ruimte bieden om oneerlijke praktijken tegen te gaan.

4) Het maakt duidelijk dat als "normale marktpraktijk" geldt de marktpraktijk die gangbaar is in het land waar de handelaar is gevestigd. Dit is in overeenstemming met artikel 4 (interne markt), waarin is bepaald dat het land van oorsprong bepalend is voor de toepasselijke regelgeving.

Amendement 22 Artikel 2, letter k)

*k) uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap waarin de voornaamste kenmerken van het product en de prijs op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze worden aangegeven en op basis waarvan de consument **een aankoop kan doen**;*

*k) uitnodiging tot aankoop: een commerciële boodschap waarin de voornaamste kenmerken van het product en de prijs op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze worden aangegeven en op basis waarvan de consument **in de gelegenheid wordt gesteld het product van de handelaar of diens tussenpersoon te kopen**;*

Motivering

De gedetailleerde informatievoorschriften van artikel 7 zijn alleen van toepassing voorzover de consument in staat is een besluit over een transactie te nemen, waartoe hij over bepaalde informatie moet beschikken. Dit amendement is bedoeld om een onderscheid te maken tussen

een reële mogelijkheid tot aankoop en de marketing van of reclame voor een product wanneer er sprake is van een prijsopgave, maar de handelaar niet het voornemen had uit te nodigen tot het plaatsen van een postorder of rechtstreekse verkooporder.

Amendement 23
Artikel 2, letter l)

(l) ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie om, zonder gebruik van fysieke kracht, pressie uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt.

(l) ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie om, **zelfs** zonder gebruik van **of dreiging met gebruik van** fysieke kracht, pressie uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt.

Motivering

De bedoeling is duidelijk te maken dat gebruik van of dreiging met gebruik van fysieke kracht een mogelijke, maar daarom beslist geen noodzakelijke voorwaarde is om te bepalen of er sprake is van "ongepaste beïnvloeding".

Amendement 24
Artikel 2, letter l) bis (nieuw)

l bis) vaste verbintenis: in een gedragscode opgenomen verbintenis waarmee de ondertekenaar uitdrukkelijk de verplichting aangaat om een specifieke handeling te verrichten of een specifieke gedragslijn aan te houden ten aanzien van de consument met betrekking tot de handelspraktijken waarop deze richtlijn betrekking heeft. Hiervan uitgesloten zijn verbintenissen die in de code zelf uitdrukkelijk van de classificatie van vaste verbintenis zijn uitgesloten of die hierin uitsluitend als doelstelling of intentie worden vermeld.

Motivering

Het begrip "vaste verbintenis" moet worden omschreven, gezien de consequenties die dit heeft voor het gebruik van de gedragscodes. Er moet dan ook een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen een vaste verbintenis en een simpele intentie.

Amendement 25
Artikel 3, lid 1

1. Deze richtlijn is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken, zoals

1. Deze richtlijn is van toepassing op oneerlijke **"business-to-consumer"**-

gedefinieerd in artikel 5 *vóór en na een commerciële transactie met betrekking tot een product.*

handelspraktijken, zoals gedefinieerd in artikel 5. ***Dit geldt voor besluiten van consumenten over transacties ook als dergelijke besluiten niet resulteren in een overeenkomst tussen de consument en een handelaar. Bij het aangaan van een eventuele overeenkomst geldt deze richtlijn gelijkelijk voor besluiten over transacties voor en na het aangaan van de overeenkomst.***

Motivering

Verduidelijkt dat het toepassingsgebied beperkt moet blijven tot "business-to-consumer"-transacties. "Business-to-business"-transacties vallen onder de mededingingswetgeving.

Amendement 26 Artikel 3, lid 6

6. Deze richtlijn laat de regels voor de bepaling van de bevoegdheid van rechtbanken onverlet.

6. Deze richtlijn laat de regels voor de bepaling van de bevoegdheid van rechtbanken ***alsmede de regels ter bepaling van het recht dat van toepassing is op niet-contractuele verplichtingen*** onverlet.

Motivering

Ter wille van de consistentie moet de richtlijn, indien zij de regels ter bepaling van de bevoegdheid van rechtbanken onverlet laat, dat ook doen voor de regels ter bepaling van het toepasselijke recht.

Amendement 27 Artikel 3, lid 6 bis (nieuw)

6 bis. De richtlijn laat (met uitzondering van artikel 4) de eisen onverlet welke zijn verbonden aan vergunningenstelsels, gedragscodes of andere specifieke regels inzake het gedrag van handelaars die dergelijke producten leveren of promoten en die zodanige kenmerken vertonen dat daarvoor gedetailleerde voorschriften nodig zijn ter bescherming van de belangen van de consumenten, althans voorzover de bovengenoemde eisen op zijn minst een even hoog niveau van consumentenbescherming waarborgen als hetgeen door deze richtlijn wordt geboden.

Motivering

Volgens de huidige versie van de richtlijn zouden de lidstaten alle regelgeving waarop de harmonisatie van toepassing is, moeten vervangen door de bepalingen van de richtlijn. Dit zou echter niet gelden voor de "algemene bepalingen" of voor de bepalingen van het burgerlijk wetboek van de lidstaten, maar zou betekenen dat er geen sprake meer zou zijn van consumentenbescherming in sectoren zoals financiële diensten, vervoer, nutsvoorzieningen, de vastgoedsector en de vrije beroepen.

Ook moet de richtlijn de lidstaten voor alle sectoren dezelfde "algemene verplichtingen om eerlijk handel te drijven" opleggen, zodat het harmonisatieniveau kan worden bereikt waarnaar volgens de analyse van de Commissie moet worden gestreefd in het kader van de opheffing van internemarktbelemmeringen. Daar staat evenwel tegenover dat de richtlijn het de lidstaten niet noodzakelijkerwijs onmogelijk moet maken om gedetailleerde voorschriften per sector te handhaven teneinde hoge integriteitsnormen in de respectieve sectoren te bevorderen, althans voorzover de internemarkt doelstellingen van de richtlijn daardoor niet worden ondermijnd.

Onderlinge erkenning betekent ook dat de lidstaten zich zorgvuldig moeten beraden over de vraag welke van hun sectorale voorschriften werkelijk noodzakelijk zijn om de consument te beschermen, omdat deze niet konden worden toegepast op door een handelaar in een andere lidstaat geleverde producten.

Amendement 28 Artikel 4, lid 2 bis (nieuw)

(2 bis) Deze richtlijn laat het recht van de lidstaten onverlet om maatregelen te treffen in sectoren die niet door deze richtlijn worden geharmoniseerd, zoals de volksgezondheid, de bescherming van het lichamelijke, geestelijke en morele welzijn van minderjarigen, en de openbare veiligheid.

Amendement 29 Artikel 5

- in strijd is met de vereisten van professionele toewijding; en

- in strijd is met de vereisten van professionele toewijding **en goede trouw**; en

Motivering

Dit artikel moet ter wille van de juridische duidelijkheid worden aangepast om onnodige geschillen te voorkomen en rechtszekerheid te handhaven.

Amendement 30 Artikel 5, lid 2, streepje 2

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort.

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, **bij gerichte marketing**, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep **consumenten die toegang hebben tot het advertentiemateriaal**, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort.

Motivering

Gerichte marketing is hoofdzakelijk omschreven door de specifieke ontvangers tenzij de verkoopbevordering een meer algemene verspreiding onder groepen consumenten heeft gehad.

Amendement 31 Artikel 5, lid 2, streepje 2

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort.

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort. **Daarbij moet speciaal worden gedacht aan de bescherming van minderjarigen en ouderen.**

Motivering

Met name minderjarigen moeten worden gerekend tot de consumentengroepen waarvoor het niveau van bescherming tegen specifieke handelspraktijken moet worden verhoogd, omdat zij kwetsbaarder zijn dan volwassenen. Daarbij moet met name worden gedacht aan vormen van reclame of marketing zoals het sponsoren van sportevenementen, opleidingsprogramma's of de verkoop van producten op scholen. Ook de ouderen komen in aanmerking om te worden beschouwd als een consumentencategorie die speciale aandacht dient te krijgen.

Amendement 32 Artikel 5, lid 3, inleidende formule

3. Handelspraktijken worden met name als oneerlijk beschouwd indien zij:

3. Handelspraktijken worden, **met inachtneming van bovenstaand lid 2**, met name als oneerlijk beschouwd indien zij:

Motivering

Dit amendement beoogt expliciet aan te geven dat misleidende en agressieve praktijken moeten voldoen aan de voorwaarden van lid 2 om als oneerlijk te kunnen worden beschouwd.

Amendement 33 Artikel 5, lid 4

4. Bijlage I bevat een lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd.

4. Bijlage I bevat een **exhaustieve** lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd. **Deze lijst kan alleen via de medebeslissingsprocedure worden gewijzigd.**

Motivering

Dit amendement beoogt met betrekking tot de bijlage duidelijk te maken dat de lidstaten de daarin opgenomen lijst bij de omzetting van de richtlijn niet kunnen uitbreiden, aangezien daarmee de harmoniserende werking van een exhaustieve lijst op EU-niveau ongedaan zou worden gemaakt. Tevens wordt daarmee duidelijk gemaakt dat de lijst alleen via de gebruikelijke communautaire wetgevingsprocedure kan worden aangepast.

Amendement 34 Artikel 6, lid 1, inleidende formule

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien deze de consument er op om het even welke wijze, inclusief door de algemene presentatie, (waarschijnlijk) toe brengt een besluit **over een transactie** te nemen **dat hij anders niet had genomen**, doordat hij (waarschijnlijk) wordt bedrogen met betrekking tot:

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien deze de consument er op om het even welke wijze, inclusief door de algemene presentatie, (waarschijnlijk) toe brengt een besluit te nemen **dat zijn economisch gedrag beïnvloedt**, doordat hij (waarschijnlijk) wordt bedrogen met betrekking tot:

Motivering

Besluiten die het economisch gedrag niet beïnvloeden zijn hier vanuit juridisch oogpunt irrelevant.

Amendement 35 Artikel 6, lid 1, letter a)

a) de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, **risico's**, uitvoering, samenstelling, **accessoires**, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of levering, bezorging, doelmatigheid, gebruik, hoeveelheid,

a) de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, uitvoering, samenstelling, klantenservice en klachtenbehandeling, procédé en datum van fabricage of levering, bezorging, doelmatigheid, gebruik, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële

specificatie, geografische of commerciële oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of resultaten en wezenlijke kenmerken van tests of controles van het product;

oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of resultaten en wezenlijke kenmerken van tests of controles van het product;

Motivering

Strikte interpretatie van de richtlijn bij omzetting in nationale wetgeving zou kunnen leiden tot een aantal zogenaamde "waarschuwingen ten behoeve van de consument". Zo zou bij programmapakketten voor huiscomputers moeten worden vermeld dat softwarepakketten kunnen verouderen of zou in autoreclames moeten worden aangegeven dat autorijden niet zonder risico is. Bedrijven moeten de garantie krijgen dat de richtlijn alleen dient om misbruiken te voorkomen en niet kan worden gebruikt als een sluike manier om extra verplichtingen op te leggen, zonder dat daarover op Europees niveau adequaat overleg heeft plaatsgevonden.

Amendement 36 Artikel 6, lid 1, letter d)

d) de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of herstelling;

d) de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of herstelling **waartoe wordt besloten overeenkomstig de voorwaarden als omschreven in artikel 2, letter j)**;

Motivering

Artikel 6, lid 1, letter d) lijkt geen ruimte te laten voor een in alle eerlijkheid door een handelaar gedane uitspraak die vervolgens door de feiten wordt tegengesproken. Er is in dat geval geen voornemen tot misleiding aanwezig en bij herstellingen bestaat niet altijd de zekerheid dat een bepaald onderdeel moest worden vervangen wanneer een defect moeilijk op te sporen valt. In haar huidige vorm is deze bepaling dan ook te absoluut geformuleerd.

Amendement 37 Artikel 6, lid 1, letter f)

(f) beweringen over het product die **de handelaar niet kan staven**;

(f) beweringen over het product die niet **kunnen worden gestaafd**;

Motivering

Er kunnen zich omstandigheden voordoen waaronder een handelaar een bewering niet kan staven, maar de bewering wel kan worden gestaafd door anderen op wie de handelaar kan vertrouwen.

Amendement 38 Artikel 6, lid 1, letter g)

g) **de rechten van de consument of de risico's die hij eventueel loopt.**

g) **zijn** rechten.

Motivering

Naar de eventuele risico's wordt reeds verwezen in artikel 2, lid 1, letter a), maar het is niet duidelijk welke andere risico's er hier kunnen zijn bedoeld. Bij gebrek aan duidelijke redenen moet de term "risico's" hier worden geschrapt om verwarring te voorkomen.

Amendement 39

Artikel 6, lid 2, inleidende formule

2. Een handelspraktijk wordt eveneens als oneerlijk beschouwd indien deze, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, de gemiddelde consument er (waarschijnlijk) toe brengt een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, en indien:

2. Een handelspraktijk wordt eveneens als oneerlijk beschouwd indien deze, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, de gemiddelde consument er (waarschijnlijk) toe brengt een besluit over een transactie te nemen **dat zijn economisch gedrag beïnvloedt en** dat hij anders niet had genomen, en indien:

Motivering

Besluiten die het economisch gedrag niet beïnvloeden zijn hier vanuit juridisch oogpunt irrelevant.

Amendement 40

Artikel 6, lid 2, letter b), streepje 3 (nieuw)

- de handelaar zelf bekend maakt dat hij de gedragscode onderschreven heeft;

Amendement 41

Artikel 6, lid 2, letter c)

c) een verbintenis tegenover een publieke autoriteit om een oneerlijke praktijk zoals bedoeld in deze richtlijn te staken, niet wordt nageleefd.

schrappen

Motivering

Het is waarschijnlijk vanzelfsprekend dat de voortzetting van een oneerlijke handelspraktijk oneerlijk is, zodat een regeling onnodig is.

Amendement 42
Artikel 6, lid 2 bis (nieuw)

2 bis. Een handelspraktijk wordt eveneens als oneerlijk beschouwd indien de handelaar de verbintenissen die zijn vastgesteld in gedragscodes waartoe hij zich heeft verbonden, niet naleeft, voor zover:

- in een verbintenis niet wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd, maar de verbintenis vast en controleerbaar is, en

- de specifieke informatie met betrekking tot de handelaren op wie de gedragscode van toepassing is en de inhoud van de gedragscode voor iedereen beschikbaar zijn. De bepalingen van de onderstaande artikelen 11, 12 en 13 zijn echter alleen op een dergelijke praktijk van toepassing indien er sprake is van voortdurende niet-naleving en in laatste instantie wanneer de eigenaar van de code heeft nagelaten te handelen, of de handelaar heeft nagelaten uitvoering te geven aan het besluit van de eigenaar van de code, of de eigenaar van de code heeft verzocht om toepassing van de bepalingen.

Motivering

De meeste in het Verenigd Koninkrijk gangbare gedragscodes hebben ten doel duidelijk te maken welke handelspraktijken buiten de bestaande wettelijke voorschriften om jegens de consument dienen te worden gevolgd. De toepassing van deze praktijken wordt op vrijwillige basis bevorderd en tot ontwikkeling gebracht en zij maken geen deel uit van de bestaande wet- en regelgeving. Vrijwillige bedrijfscodes worden doorgaans slechts zelden en wellicht onopzettelijk overtreden, en dergelijke overtredingen moeten althans in eerste aanzet door de desbetreffende bedrijfsorganisatie zelf worden rechtgezet.

De Commissie verklaart zelf dat het de bedoeling is dat pas in laatste instantie door de overheid mag worden ingegrepen wanneer er van de zijde van het bedrijf dat zich tot de naleving van een gedragscode heeft verplicht, sprake is van een bepaald gedragspatroon. Dit amendement is dan ook bedoeld om in de richtlijn zelf duidelijk te vermelden wat de bedoeling van de Commissie is.

In dit amendement is ook sprake van verbintenissen waarin wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd, waarbij wordt bedoeld op verbintenissen die niet objectief kunnen worden beoordeeld.

Amendement 43
Artikel 7, lid 1

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, essentiële informatie wordt achtergehouden die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en de gemiddelde consument er daardoor (waarschijnlijk) toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, essentiële informatie wordt achtergehouden **- of wanneer het door fysieke beperkingen qua ruimte of doorgiftetijd niet mogelijk is om tijdig op verzoek essentiële informatie beschikbaar te stellen** - die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en de gemiddelde consument er daardoor (waarschijnlijk) toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Motivering

Artikel 7 legt een aantal verplichtingen op met betrekking tot informatie die door handelaars in de commerciële aankondiging moet worden verstrekt wanneer er sprake is van een uitnodiging tot aankoop. Het heeft wel degelijk zin om een lijst van essentiële gegevens voor te schrijven die de consument bekend moeten zijn. Niettemin schiet deze bepaling haar doel voorbij, aangezien er praktische redenen kunnen zijn waarbij bepaalde informatie om redenen van ruimte en/of doorgiftetijd alleen op verzoek kan worden verstrekt.

Amendement 44
Artikel 7, lid 1

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, essentiële informatie wordt achtergehouden die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en de gemiddelde consument er daardoor (**waarschijnlijk**) toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, **en eventueel met de aard van het gebruikte communicatiemiddel**, essentiële informatie wordt achtergehouden die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en de gemiddelde consument er daardoor **waarschijnlijk** toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

Motivering

Linguïstisch amendement Nederlandstalige versie.

Amendement 45 Artikel 7, lid 1

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, essentiële informatie wordt achtergehouden die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, en de gemiddelde consument er daardoor (waarschijnlijk) toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.

1. Een handelspraktijk wordt als misleidend beschouwd indien, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, essentiële informatie wordt achtergehouden die de gemiddelde consument, gezien de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, **of de consument niet de mogelijkheid wordt geboden deze informatie te verkrijgen of aan te vullen**, en de gemiddelde consument er daardoor (waarschijnlijk) toe wordt gebracht een besluit over een transactie **met economische gevolgen** te nemen dat hij anders niet had genomen.

Motivering

Men kan onmogelijk verwachten dat een onderneming alle informatie opneemt in een krantenadvertentie of een radio- of tv-spot. Wanneer het niet mogelijk is om alle essentiële informatie die de gemiddelde consument nodig heeft rechtstreeks te verstrekken, kan de onderneming de consument de mogelijkheid bieden deze informatie te verkrijgen of aan te vullen. Alleen wanneer de onderneming weigert de informatie te verstrekken moet dit worden beschouwd als een misleidende omissie.

Amendement 46 Artikel 7, lid 2

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken.

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, **of niet verstrekt wanneer de consument daarom heeft verzocht**, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken.

Motivering

Het begrip essentiële informatie is ambigu. Bij gebrek aan een eenduidige definitie zal de term worden ingevuld afhankelijk van de omzetting van deze richtlijn in de nationale rechtsstelsels van de lidstaten, van de culturele en juridische context in de verschillende landen, en zelfs van de betekenis die de gemiddelde consument aan het begrip essentiële informatie geeft.

Amendement 47 Artikel 7, lid 2

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken.

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op **onvolledige**, onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken **indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt**.

Motivering

Er dienen maatregelen te worden genomen om te zorgen dat de verstrekte informatie volledig is. Dit amendement vult de formulering in lid 1 van dit artikel aan. Alle handelspraktijken zijn erop gericht om een consument ertoe over te halen iets te doen wat hij anders niet zou doen. Doel moet zijn ervoor te zorgen dat dit niet wordt bereikt door de consument te misleiden. Het is voor de gemiddelde consument vaak uit de context duidelijk dat de praktijk een commercieel oogmerk heeft, bijvoorbeeld in een reclame-uiting. In dat geval is het niet misleidend of oneerlijk om het commerciële oogmerk niet te laten blijken en dit zou ook niet verplicht mogen worden gesteld.

Amendement 48 Artikel 7, lid 3, inleidende formule

3. In geval van handelspraktijken vóór een commerciële transactie kan er alleen van een misleidende omissie sprake zijn indien een handelaar tot een aankoop uitnodigt. In het geval van een uitnodiging tot aankoop **wordt** de volgende informatie als belangrijk beschouwd, voor zover deze niet reeds uit de context blijkt:

3. In geval van handelspraktijken vóór een commerciële transactie kan er alleen van een misleidende omissie sprake zijn indien een handelaar tot een aankoop uitnodigt. In het geval van een uitnodiging tot aankoop **kan, al naar gelang van het communicatiemiddel waarlangs de uitnodiging wordt verspreid**, de volgende informatie **in haar geheel of ten dele** als belangrijk **worden** beschouwd, voor zover deze niet reeds uit de context blijkt:

Motivering

In dit amendement wordt recht gedaan aan het feit dat verspreiding van alle in artikel 7 bedoelde informatie niet mogelijk is wanneer het gaat om reclamespots via bijvoorbeeld radio of televisie.

Amendement 49

Artikel 7, lid 3, letter b)

b) de handelsnaam van de handelaar en, in voorkomend geval, de handelsnaam van de handelaar namens wie hij optreedt;

b) **op alle schriftelijke stukken**, de handelsnaam van de handelaar en, in voorkomend geval, de handelsnaam van de handelaar namens wie hij optreedt;

Motivering

Deze informatie moet tegelijk met het aanbod tot verkoop worden verstrekt of, indien dit gezien het gebruikte communicatiemiddel niet mogelijk is, op eenvoudig verzoek van de consument beschikbaar worden gesteld.

Het is niet realistisch om deze informatie te verstrekken via vluchtige media als radio of televisie, omdat de boodschap minder vlot overkomt, terwijl essentiële informatie voor de consument verloren gaat.

Amendement 50

Artikel 7, lid 3, letter e)

e) voor producten en transacties met recht op herroeping of annulering, het bestaan van dit recht.

e) voor producten en transacties met recht op herroeping of annulering, **ruil en/of terugbetaling**, het bestaan van dit recht.

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 51

Artikel 7, lid 3, letter e bis) (nieuw)

e bis) de precieze inhoud en oorsprong in geval van levensmiddelen;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 52

Artikel 7, lid 3, letter e ter) (nieuw)

e ter) volledige bijzonderheden van de productgarantie en voorwaarden van de service na verkoop;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 53

Artikel 7, lid 3, letter e quater) (nieuw)

e quater) lidmaatschap van een gedragscode, voorzover van toepassing;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 54

Artikel 7, lid 3 bis (nieuw)

3 bis. Alle informatie genoemd in lid 3 wordt op een duidelijke en zichtbare manier getoond.

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 55 Artikel 7, lid 4

4. Overeenkomstig de communautaire wetgeving vereiste informatie met betrekking tot reclame, commerciële communicatie of marketing wordt als essentieel beschouwd.

4. Overeenkomstig de communautaire wetgeving vereiste informatie **omtrent het door de bewuste handelaar aangeboden scala van producten** met betrekking tot reclame, commerciële communicatie of marketing wordt als essentieel beschouwd.

Motivering

Een handelaar verschaft informatie omtrent de producten die hij zelf aanbiedt. Vergelijkende reclame is volgens de voorwaarden van artikel 3, letter a) alleen toegestaan, maar kan handelaren niet worden opgelegd.

Amendement 56 Artikel 7, lid 5

5. Bijlage 2 bevat een enuntiatieve opsomming van communautaire wettelijke bepalingen betreffende de informatievereisten met betrekking tot commerciële communicatie, reclame en marketing.

schrappen

Motivering

Verwijzing naar rechtsnormen die toch al bestaan is overbodig en niet stelselmatig. Evenmin schieten zij die het recht toepassen er iets mee op als de opsomming niet definitief is.

Amendement 57 Artikel 7, lid 5, alinea 1 bis (nieuw)

Om naar behoren te voldoen aan de bovenvermelde informatieverplichtingen worden handelaren geacht geen essentiële gegevens te hebben achtergehouden die de gemiddelde consument nodig heeft om over een transactie een geïnformeerd besluit te

kunnen nemen.

Motivering

Dit amendement is bedoeld om erop te wijzen dat de Commissie, wanneer zij informatieverplichtingen oplegt, altijd moet uitgaan van de vraag wat de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerde beslissing te kunnen nemen.

Amendement 58
Artikel 8

Een handelspraktijk **wordt als agressief beschouwd** indien deze, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, door intimidatie, dwang **of ongepaste beïnvloeding**, de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de **gemiddelde** consument met betrekking tot het product **(waarschijnlijk) aanzienlijk** beperkt, **waardoor hij er (waarschijnlijk) toe wordt gebracht een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.**

Een **agressieve** handelspraktijk **is oneerlijk** indien deze, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, door intimidatie **of** dwang de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de consument **of ondernemer** met betrekking tot het product beperkt, **of indien hij anderszins op onaanvaardbare wijze onder druk wordt gezet.**

Motivering

Het verband met de noodzaak van een zakelijk besluit lijkt op deze plaats overbodig, daar intimidatie en dwang als dusdanig fundamenteel oneerlijk zijn en hier niet uitsluitend beïnvloeding op zakelijk gebied in het geding is, maar eveneens de bescherming van het persoonlijke leven en de vrije besluitvorming. Iedere vorm van intimidatie of dwang is oneerlijk, ongeacht het nagestreefde doel.

Wetstechnisch wordt de tekst van het oorspronkelijke artikel 8 zonder leden opgenomen in het nieuwe lid 1, aangezien er een tweede lid wordt toegevoegd.

Amendement 59
Artikel 9, letter c)

(c) het gebruik door de handelaar van bepaalde tegenslagen of omstandigheden die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen beperken, en die de handelaar bekend zijn, om het besluit van de consument met betrekking tot het product te beïnvloeden;

(c) het gebruik door de handelaar van bepaalde tegenslagen of omstandigheden die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen beperken, en die de handelaar bekend zijn, om het besluit van de consument met betrekking tot het product te beïnvloeden, **tenzij de consument**

uitdrukkelijk het product wenst aan te schaffen in verband met de tegenslagen of omstandigheden;

Motivering

De handelaar moet een consument op legitieme wijze kunnen adviseren over een product dat dient om de tegenslag te verwerken, bijvoorbeeld, een begrafenisondernemer moet alternatieve opties kunnen aandragen voor de begrafenis van een dierbare, hoewel duidelijk is dat de consument is aangedaan.

Amendement 60
Artikel 9, letter e)

(e) het dreigen met maatregelen die wettelijk niet kunnen worden genomen.

(e) het dreigen met maatregelen die wettelijk niet kunnen worden genomen, **tenzij de handelaar zijn goede trouw aantoon**.

Amendement 61
Artikel 10

Deze richtlijn sluit (eventueel door de lidstaten aangemoedigd) toezicht op oneerlijke handelspraktijken door eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau en het inschakelen van deze instanties door de in artikel 11 genoemde personen of organisaties niet uit, indien de mogelijkheid van behandeling door dergelijke instanties bestaat naast de gerechtelijke of de administratieve procedure bedoeld in dat artikel.

1. Gedragscodes bevatten adequate en efficiënte mechanismen om toezicht te houden op de naleving van de gedragscode. Consumentenorganisaties kunnen deelnemen aan de opstelling van de code.

2. Deze richtlijn sluit (eventueel door de lidstaten aangemoedigd) toezicht op oneerlijke handelspraktijken door eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau en het inschakelen van deze instanties door de in artikel 11 genoemde personen of organisaties niet uit, indien de mogelijkheid van behandeling door dergelijke instanties bestaat naast de gerechtelijke of de administratieve procedure bedoeld in dat artikel.

Amendement 62
Artikel 10, alinea 1 bis (nieuw)

De in de eerste alinea aangegeven proceduremogelijkheden kunnen de vorm aannemen van een arbitrageregeling waarbij bij wijze van sanctie of schadeloosstelling een dwangsom wordt opgelegd.

Motivering

De consument moet meer mogelijkheden tot zijn beschikking krijgen om oneerlijke handelspraktijken tegen te gaan, in die zin dat de in te stellen gedragscodes ter wille van een snellere en effectievere afwikkeling van klachten via rechtbanken of administratieve instanties moeten voorzien in een soort van snelrechtprocedures.

Amendement 63
Artikel 11, lid 1, alinea 1

1. De lidstaten ***zorgen voor*** passende en doeltreffende middelen ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken ***en*** voor de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten.

1. De lidstaten ***zetten*** passende en doeltreffende middelen ***in*** ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken ***om te zorgen*** voor de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten.

Motivering

De lidstaten zijn verplicht resultaten te bereiken bij de controle van de toepassing van de richtlijn.

Amendement 64
Artikel 11, lid 1, alinea 4

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector ***of tegen een eigenaar van een code*** worden gebruikt.

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector worden gebruikt.

Motivering

Vloeit voort uit het schrappen van de gedragscodes, zie motivering bij amendement nr. 13 op artikel 2, letter g).

Amendement 65
Artikel 11, lid 1, alinea 4

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector **of tegen de eigenaar van een code** worden gebruikt.

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector worden gebruikt.

Motivering

De eigenaar van een gedragscode mag niet juridisch aansprakelijk worden gesteld voor oneerlijke praktijken van handelaars. Gedragscodes zijn juridisch immers niet bindend, zij bevatten alleen afspraken over goede handelspraktijken.

Amendement 66
Artikel 11, lid 3, letter c)

(c) hun beslissingen **in beginsel** met redenen omkleden.

(c) hun beslissingen met redenen omkleden.

Amendement 67
Artikel 14, lid 5, alinea 3

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector **of tegen een eigenaar van een code** worden gebruikt.

Met inachtneming van de nationale wetgeving mogen deze rechtsmiddelen afzonderlijk of gezamenlijk tegen een aantal handelaars uit dezelfde economische sector worden gebruikt.

Motivering

Het opleggen van juridische sancties aan de eigenaar van een code wegens inbreuken door individuele handelaars op de bepalingen van die code zal het propageren van vrijwillige gedragscodes door de eigenaars daarvan niet bevorderen. Dit zou uiteindelijk in het nadeel van de consument uitvallen en zou de ontwikkeling van beste praktijken tot buiten de door de wet gestelde eisen verhinderen.

Amendement 68
Artikel 17

De lidstaten nemen de nodige maatregelen om de consument in kennis te stellen van het nationale recht waarin deze richtlijn is omgezet en moedigen handelaars **en** beroepsorganisaties zo nodig aan om de consumenten over hun gedragscodes in te

De lidstaten nemen de nodige maatregelen om de consument in kennis te stellen van het nationale recht waarin deze richtlijn is omgezet en moedigen handelaars, beroepsorganisaties **en eigenaren van codes** zo nodig aan om de consumenten over hun

lichten.

gedragscodes in te lichten.

Amendement 69
Artikel 17 bis (nieuw)

Artikel 17 bis

Aanpassing

1. De Commissie brengt op gezette tijden aan het Europees Parlement en de Raad verslag uit over de toepassing van deze richtlijn in de lidstaten en komt om de vijf jaar met een aangepaste versie van de lijst van onder alle omstandigheden als oneerlijk te beschouwen handelspraktijken, als bedoeld in bijlage I bij deze richtlijn.

2. De Commissie legt uiterlijk vier jaar na de omzetting van deze richtlijn aan het Europees Parlement en de Raad een uitvoerig verslag voor over de toepassing van de richtlijn, inzonderheid artikel 4 ervan, eventueel vergezeld van een voorstel tot wijziging van artikel 4.

3. Aan de hand hiervan onderwerpen het Europees Parlement en de Raad het bepaalde in artikel 4 aan een nieuw onderzoek en treffen, in overeenstemming met het Verdrag, binnen twee jaar na de indiening door de Commissie van het in lid 1 genoemde voorstel maatregelen.

Motivering

Er moet voor worden gezorgd dat de lijst van onder alle omstandigheden als oneerlijk te beschouwen handelspraktijken geregeld wordt aangepast, aangezien de markt steeds in ontwikkeling is en er zich voortdurend nieuwe soorten oneerlijke handelspraktijken voordoen. Een en ander komt vooral de consumenten ten goede, die daardoor ten dele worden ontheven van de bewijslast, als bedoeld in de algemene verbodsbepalingen van artikel 5.

Amendement 70
Bijlage 1, misleidende handelspraktijken, punt (1)

(1) Beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is.

(1) ***Te kwader trouw*** beweren een gedragscode te hebben ondertekend wanneer dit niet het geval is.

Motivering

Wanneer er duidelijk sprake is van een vergissing moet de praktijk beoordeeld worden volgens de algemene regel en hoort hij niet thuis in de zwarte lijst.

Amendement 71

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt (5)

(5) Bedrieglijk beweren dat het product slechts gedurende een **zeer korte** tijd beschikbaar zal zijn om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven om een geïnformeerd besluit te nemen.

(5) Bedrieglijk beweren dat het product slechts gedurende een **bepaalde** tijd beschikbaar zal zijn om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven om een geïnformeerd besluit te nemen.

Motivering

Ter wille van de duidelijkheid.

Amendement 72

Bijlage 1, misleidende handelspraktijken, punt (8)

(8) **Redactionele inhoud in de media, waarvoor de handelaar heeft betaald, gebruiken om reclame te maken voor een product, zonder dat dit duidelijk uit de inhoud blijkt (advertorial).**

(8) **Publiciteitsacties, aankondigingen of reclameboodschappen - soms "advertorials" genoemd - die tegen betaling of in onderlinge afspraak worden verspreid, moeten aan de richtlijn voldoen indien de inhoud daarvan veeleer door marketeers en niet zozeer door de uitgevers ervan wordt bepaald. De betrokken handelaren en uitgevers moeten duidelijk maken dat het bij de publiciteitsacties om reclame-uitingen gaat, bijvoorbeeld door deze te betitelen als "reclameacties".**

Motivering

In de bestaande tekst kan de term "advertorials" te breed worden geïnterpreteerd, hetgeen onbedoeld tot gevolg zou kunnen hebben dat ook de redactionele inhoud eronder zou vallen. Dit amendement is bedoeld om de tekst ondubbelzinnig te formuleren en rechtszekerheid te creëren voor zowel uitgevers als handelaars en consumenten.

Amendement 73

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt (9)

(9) Bedrieglijk beweren dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin in gevaar is indien de consument het product niet koopt.

(9) Bedrieglijk beweren dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin in gevaar is indien de consument het product niet koopt **of het ernstig overdrijven van de**

gevaren die de consument of zijn gezin loopt als de consument het product koopt of niet koopt.

Motivering

Er zijn omstandigheden waaronder het van belang is dat handelaren de consument wijzen op de gevaren die verbonden zijn aan het kopen of het niet kopen van bepaalde producten, en om die reden is het van belang dat die situaties niet onder het verbod vallen.

Amendement 74

Bijlage 1, misleidende handelspraktijken, punt (11)

(11) Nalaten de in de bijlage bij de verordening betreffende verkoopsbevordering vermelde informatie te verstrekken, of bij de uitvoering van de vereisten van deze bijlage onjuiste, onduidelijke of dubbelzinnige informatie verstrekken.

Schrappen

Motivering

De verordening betreffende verkoopbevordering mag in de richtlijn geen speciale vermelding krijgen. Zij moet op een lijn worden gesteld met alle andere verordeningen en de bepalingen ervan dienen op zichzelf te staan. Bovendien is er geen behoefte meer aan de in de bijlage bij de verordening inzake verkoopbevordering vermelde informatie zodra de richtlijn in werking treedt.

Amendement 75

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 11 bis (nieuw)

(11 bis) Gebruik van een kunstmatig hoge referentieprijis als basis voor het verlenen van kortingen en het aldus bij de consument wekken van de onjuiste indruk dat er een prijsvoordeel is.

Amendement 76

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt (12)

(12) De bewoording "liquidatie-uitverkoop" of een gelijkwaardige bewoording gebruiken wanneer de handelaar niet op het punt staat zijn zaak stop te zetten.

(12) De bewoording "liquidatie-uitverkoop" of een gelijkwaardige bewoording gebruiken wanneer de handelaar niet op het punt staat zijn zaak stop te zetten en zich evenmin in een omstandigheid bevindt die hem krachtens de wet het recht geeft zijn

verkoopssituatie als liquidatieverkoop te kwalificeren.

Amendement 77

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 bis (nieuw)

(12 bis) Bevordering van de verkoop van een product waarvan beweerd wordt dat het identiek is aan dat van een andere fabrikant, indien dit niet het geval is.

Motivering

Hoewel bedrijven het recht hebben goedkopere alternatieven te produceren mits zij geen octrooien/handelsmerken schenden, moeten consumenten de sterkst mogelijke bescherming genieten tegen zgn. "passing-off".

Amendement 78

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 ter (nieuw)

(12 ter) Levering van goederen of diensten aan consumenten die daar niet om verzocht hebben, tenzij duidelijk is gemaakt dat de goederen of diensten gratis zijn en kunnen worden behouden of gebruikt zonder enige verplichting van de zijde van de consument.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 79

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 quater (nieuw)

(12 quater) Het op zodanige wijze drijven van handel dat het voor consumenten moeilijk is de ware identiteit te kennen van de persoon of personen die in het normale geval als verkoper of leverancier volgens de geldende wetgeving aansprakelijk zijn.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 80

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 quinquies (nieuw)

(12 quinquies) Het bevorderen van de levering van producten of diensten onder het mom van enquêtering of opinieonderzoek.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 81

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 sexes (nieuw)

(12 sexes) Het op zodanig wijze adverteren of bevorderen van de verkoop van producten dat de commerciële bedoeling van de mededeling wordt verhuld.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 82

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 septies (nieuw)

(12 septies) Het frauduleus verkrijgen van de handtekening van de consument voor uitzonderingen op de in deze richtlijn vervatte wettelijke bescherming.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 83

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 nonies (nieuw)

(12 nonies) De praktijk om zich op te heffen of van eigenaar te veranderen met het opzettelijke doel om zich aan aansprakelijkheid of eerdere overeenkomsten te onttrekken (zgn. 'phoenix companies').

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 84

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 decies (nieuw)

(12 decies) Wedstrijden organiseren of prijzen uitloven volgens regelingen waarbij niet de bedoeling bestaat of heeft bestaan om de prijzen daadwerkelijk te verlenen.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 85

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 2

(2) De consument langdurig of herhaaldelijk thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan, negeren.

(2) De consument langdurig of herhaaldelijk thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan ***en niet terug te komen***, negeren.

Motivering

Dit moet herhaalde bezoeken vollediger aanpakken.

Amendement 86

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 3

(3) Hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of via andere afstandsmedia.

(3) Hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of via andere afstandsmedia ***wanneer de consument eenmaal duidelijk heeft gemaakt dat dit aandringen niet langer gewenst is.***

Motivering

Gevalen waarin een handelaar in contact blijft treden ondanks een duidelijke reactie van de consument dat de communicatie ongewenst is en moet worden gestaakt.

Amendement 87

Bijlage 1, agressieve handelspraktijken, punt (3), alinea 2 (nieuw)

Onder "aandringen" mag niet worden verstaan het op legitieme wijze doen naleven van een contractuele verplichting, waaruit al dan niet een nieuw contract kan voortkomen.

Motivering

Achterstallige schulden vormen in diverse stadia een klein onderdeel van de nering van verstrekkers van consumptief en hypotheekkrediet. Een kleine minderheid van consumenten, die ertoe neigen hun probleem te negeren, moet regelmatig telefonisch worden benaderd om na te gaan of zij in aanmerking komen voor een herfinancieringsvoorstel. Daarbij kan worden gedacht aan een langere aflossingstermijn en een nieuw contract, hetgeen echter zowel in het belang van de consument als van de kredietverschaffer is. Een goede reglementering om een en ander in juiste banen te leiden, vormt een belangrijk onderdeel van goed functionerende kredietmarkten.

Amendement 88

Bijlage 1, agressieve handelspraktijken, punt (4)

(4) Zich richten tot consumenten die onlangs een sterfgeval of een ernstige ziekte in hun familie hebben meegemaakt om hun een product te verkopen dat rechtstreeks met hun leed verband houdt.

(4) Zich richten tot consumenten die onlangs een sterfgeval of een ernstige ziekte in hun familie hebben meegemaakt om hun een product te verkopen dat rechtstreeks met hun leed verband houdt. ***Deze bepaling is niet van toepassing op begrafenisondernemers of aanverwante bedrijven.***

Motivering

Dit amendement is bedoeld om te voorkomen dat begrafenisondernemers en aanverwante bedrijven onnodig worden beperkt in hun mogelijkheden om de nodige diensten aan te bieden, zoals de levering van grafstenen, gedenktekens, enz.

Amendement 89

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 5

(5) Een ***consument die een beroep doet op een verzekeringspolis*** om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de aanspraak te beoordelen, ***om*** de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen.

(5) Een ***verzekerde*** om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de aanspraak ***op zijn verzekeringspolis*** te beoordelen, ***met de bedoeling*** de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen.

Amendement 90
Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 6

(6) In reclame voor kinderen suggereren dat zij slechts door hun leeftijdsgenoten zullen worden aanvaard **indien hun ouders** een bepaald product **voor hen kopen**. Deze bepaling laat artikel 16 van Richtlijn 89/552/EEG betreffende televisie-omroepactiviteiten onverlet.

(6) In reclame voor kinderen suggereren dat zij slechts door hun leeftijdsgenoten zullen worden aanvaard indien **zij** een bepaald product **kopen of dat dit voor hen gekocht wordt**. Deze bepaling laat artikel 16 van Richtlijn 89/552/EEG betreffende televisie-omroepactiviteiten onverlet.

Motivering

Andere personen dan ouders kunnen verantwoordelijk zijn voor de aanschaf, inclusief de kinderen zelf.

Amendement 91
Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7

(7) Betaling vragen voor producten die de handelaar heeft geleverd, maar waar de consument niet om heeft gevraagd (ongevraagde levering)

(7) Betaling **of terugzending** vragen voor producten die de handelaar heeft geleverd, maar waar de consument niet om heeft gevraagd (ongevraagde levering)

Motivering

De consument verplichten om een ongevraagd product terug te zenden brengt kosten voor de consument met zich mee en moet als zodanig als agressieve handelspraktijk worden aangemerkt.

Amendement 92
Bijlage 1, agressieve handelspraktijken, punt (7), alinea 1 bis (nieuw)

Dit geldt echter niet voor vervangingsgoederen als bedoeld in artikel 7, lid 3 van richtlijn 97/7/EG betreffende op afstand gesloten overeenkomsten.

Motivering

Er is onvoldoende rekening gehouden met de speciale eisen bij verkoop op afstand. De in deze sector gangbare catalogi blijven vaak voor langere tijd geldig, hetgeen ook de reden is waarom artikel 7, lid 3 van de richtlijn betreffende op afstand gesloten overeenkomsten een uitzondering maakt voor het verbod op niet-gevraagde leveringen. Indien deze uitzondering wordt gemaakt in de richtlijn betreffende verkopen op afstand, moet zij ook in de nieuwe richtlijn worden erkend.

Amendement 93

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 bis (nieuw)

(7 bis) Lastig vallen, dwingen of op onbetamelijke wijze beïnvloeden van de consument om een kredietovereenkomst aan te gaan tegen een rentepercentage dat zeer hoog is in vergelijking met de percentages die in het algemeen geboden worden aan consumenten voor kredietovereenkomsten van hetzelfde type.

Motivering

De formulering 'kredietovereenkomst' beschermt de consument tegen allerlei soorten agressieve kredietovereenkomsten, met inbegrip van kredieten die betrekking hebben op woningverbetering, waar regelmatig sprake is van oneerlijke praktijken. Dergelijke overeenkomsten moeten worden verboden vanwege de agressieve aard ervan, en niet zozeer vanwege de prijs.

Amendement 94

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 ter (nieuw)

(7 ter) Het in de weg leggen van buitengewoon zware of onredelijke belemmeringen, ongeacht of deze van procedurele of inhoudelijke aard zijn, voor consumenten die gebruik willen maken van hun recht om een overeenkomst te beëindigen of van leverancier te veranderen.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

TOELICHTING

Historische achtergrond

De onderhavige ontwerprichtlijn grijpt voor een groot deel terug op het Groenboek (COM(2001) 531) inzake de consumentenbescherming, dat bedoeld was als een grootschalige opiniepeiling omtrent de manier waarop de consumentenbescherming in de EU in de toekomst gestalte zou moeten krijgen. Het Groenboek laat er overigens geen twijfel over bestaan dat er behoefte is aan een kaderrichtlijn, die gebaseerd moet zijn op een algemene regeling voor de betrekkingen tussen bedrijven en consumenten. Daarbij wordt meteen duidelijk gemaakt dat het er uitsluitend om te doen is oneerlijke handelspraktijken aan te pakken en niet een definitie te geven van wat er precies moet worden verstaan onder correcte handelspraktijken in het algemeen. Om de consument meer vertrouwen te geven, wordt daarbij bij wijze van zelfreguleringsinstrument met name ook gedacht aan gedragscodes waaraan handelaren zich vrijwillig dienen te houden in hun relaties met de consument. De rol van gedragscodes krijgt daarbij weliswaar speciale aandacht, maar daarnaast wordt tevens duidelijk aangegeven dat de vaststelling van een "Europese gedragscode" als zodanig ongewenst is, omdat deze niet zal bijdragen tot een effectieve bescherming van de consument. Gedragscodes moeten evenwel dienen om te bepalen welke handelaren zich níet houden aan de verplichtingen van de voor hen geldende codes en zich derhalve schuldig maken aan oneerlijke handelspraktijken; het gaat er derhalve om de rol en de specifieke verantwoordelijkheid vast te stellen van de personen en instanties die moeten toezien op de naleving van dergelijke gedragscodes. In de bijlage bij de richtlijn is tevens een indicatieve en onvolledige lijst opgenomen van algemene en specifieke voorbeelden van oneerlijke handelspraktijken (die tevens is bedoeld om nationale rechtbanken behulpzaam te zijn bij de interpretatie van het begrip "oneerlijke handelspraktijken").

De ontwerprichtlijn ter uitbanning van oneerlijke handelspraktijken in de relaties tussen bedrijven en consumenten binnen de interne markt

De rapporteur staat positief tegenover het richtlijnvoorstel van de Commissie en uit haar voldoening over de algemene opzet ervan.

De redenen die ten grondslag liggen aan de richtlijn - welke een optimale bescherming van de consument beoogt - zijn van economische aard en zijn derhalve bedoeld om de interne markt beter te helpen functioneren. De algemene economische doelstellingen ervan kunnen dan ook alleen worden bereikt via een beleid ter bescherming van de consument dat de Europese consumenten vertrouwen inboezemt en meer vaart zet achter de veranderingen die zich voltrekken in het internationale en Europese handelsverkeer.

De economische groei die door de interne markt mogelijk wordt gemaakt, moet resulteren in meer winst voor het bedrijfsleven en een betere bescherming en meer economische voordelen voor de consument. Via een gemeenschappelijk consumentenbeleid en harmonisatie van de interne markt kunnen de prijzen beter op elkaar worden afgestemd. Het is van zeer groot belang dat deze doelstellingen inderdaad worden gerealiseerd, want als de interne markt niet effectief kan functioneren - bijvoorbeeld doordat er geen effectief halt kan worden toegeroepen aan de verspreiding en het voortbestaan van oneerlijke handelspraktijken - zou zij als markt namelijk gaan disfunctioneren. Oneerlijke handelspraktijken zetten de consument aan tot niet-rationeel economisch gedrag, zij brengen concurrentiedistorsies teweeg en staan een goede werking van de interne markt in de weg doordat de tussen de lidstaten bestaande marktfragmentatie blijft voortbestaan. Om bij de consumenten meer vertrouwen te wekken, moet de interne markt derhalve verder worden geharmoniseerd door invoering van wetgeving ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken. Derhalve onderschrijft de rapporteur de door

de Commissie gevolgdde benadering, die gebaseerd is op harmonisatie van marktpraktijken, het beginsel van wederzijdse erkenning en van het land van oorsprong, op de invoering van een algeheel verbod op oneerlijke handelspraktijken en op de vaststelling van specifieke criteria en praktijkgevallen. Zij is vooral ingenomen met het feit dat het toepassingsgebied van de in te voeren regeling beperkt blijft tot een kaderrichtlijn op basis van de relaties tussen bedrijven en consumenten.

Wanneer de ontwerprichtlijn in positieve zin wordt aangewend en correct wordt toegepast, zou dit de bescherming van de consument ongetwijfeld zeer ten goede komen en zouden ook de bedrijven er duidelijk baat bij hebben doordat zij in staat zouden worden gesteld hun internationale marketingkosten te beperken.

Het standpunt van de rapporteur

De rapporteur onderschrijft de algemene opzet en de principiële doelstellingen van het richtlijnvoorstel van de Commissie ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken (COM(2003) 356). Het voornaamste doel van de richtlijn bestaat erin een hoog niveau van consumentenbescherming en een optimale werking van de interne markt te bewerkstelligen, teneinde het internationale handelsverkeer te bevorderen, met alle gunstige gevolgen van dien voor de economische groei. De invoering van een Europese kaderregeling ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken die gebaseerd is op een effectieve harmonisatie en gericht is op een duidelijke en daadwerkelijke bescherming van de consumenten binnen de Europese Unie, zal leiden tot meer vertrouwen bij de consument en een intensivering van het internationale handelsverkeer en zal de bedrijven bovendien in staat stellen om onder duidelijke rechtsvoorwaarden met elkaar in concurrentie te treden.

De definitie van het begrip "consument" en de belangrijke betekenis die in de tekst van de richtlijn aan de consument wordt toegekend, vormen een essentieel onderdeel van het richtlijnvoorstel. De rapporteur acht het, mede met het oog op een daadwerkelijke bescherming van consumenten die meer worden blootgesteld aan oneerlijke handelspraktijken, dan ook alleszins opportuun de door de Commissie gevolgdde benadering en de door haar gebezigde definitie (die verwijst naar de door het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen aan het begrip "gemiddelde consument" gegeven omschrijving) over te nemen en daarbij nadrukkelijk gewag te maken van kwetsbare consumenten, zowel in de overwegingen als vooral ook in de artikelen 5 en 9. Kinderen, ouderen en gehandicapten zijn namelijk vaker het slachtoffer van oneerlijke handelspraktijken en misbruiken door verkopers, en derhalve moet in de algemene formulering van de groep consumenten die het slachtoffer kunnen worden van oneerlijke praktijken specifiek gewag worden gemaakt van kinderen en ouderen. In verband met artikel 9 zij overigens nog opgemerkt dat misbruik door handelaren van de kwetsbaarheid van bepaalde consumenten (met name zwangere vrouwen, kinderen, gehandicapten en ouderen) zal worden beschouwd als een vorm van agressie.

Gedragscodes kunnen een belangrijke rol vervullen ter aanvulling van de richtlijn en van de nationale wetgevingen inzake oneerlijke handelspraktijken. Volgens de opvatting van de rapporteur zijn vrijwillige gedragscodes vooral zinvol bij de bescherming van de consument en bij het beoordelen van het al dan niet correcte marktgedrag van bedrijven, en moeten dergelijke gedragscodes los worden gezien van de bepalingen van de richtlijn zelf. Zij onderkent het nut en de rol die gedragscodes kunnen vervullen en acht het dan ook zinvol deze nader te definiëren (in artikel 2, letter g) - door er namelijk één enkele definitie aan te geven - en zij vindt het wel degelijk opportuun om te kunnen beschikken over controlemechanismen en systemen om consumentenorganisaties bij het gebeuren te

betrekken. Gedragscodes kunnen voor consumenten effectief fungeren als arbitragecriterium bij geschillen tussen consumenten en bedrijven, waarbij bij wijze van sanctie of schadeloosstelling dwangsommen kunnen worden opgelegd; in die zin moet het door de rapporteur voorgestelde nieuwe artikel 10 bis dan ook worden geïnterpreteerd. Een en ander brengt ook met zich mee dat de in het kader van gedragscodes toegepaste arbitrageprocedures wel in overeenstemming moeten zijn met de bepalingen van de richtlijn (met name die van artikel 12) inzake de bewijslast bij zaken welke bij administratieve instanties of rechtbanken aanhangig worden gemaakt. Het treffen van arbitrageregelingen in het kader van gedragscodes kan voor de consumenten een snelle en doeltreffende manier zijn om zaken op te lossen, maar daarbij moet er wel op worden toegezien dat in dergelijke gevallen dezelfde beschermings- en garantieniveaus worden gehandhaafd als bij procedures voor administratieve instanties of rechtbanken.

In grote lijnen komt het richtlijnvoorstel neer op een algemene verbodsbepaling, een indeling in twee soorten oneerlijke handelspraktijken - namelijk "misleidende" en "agressieve" praktijken - alsmede bij wijze van bijlage een indicatieve en onvolledige lijst van als oneerlijk te beschouwen handelspraktijken. Het richtlijnvoorstel komt in grote lijnen tegemoet aan de bestaande realiteit en aan de te verwachten ontwikkelingen binnen de interne markt waar het oneerlijke handelspraktijken betreft. Tevens zij eraan herinnerd dat de Commissie moet toezien op de correcte toepassing van de richtlijn in de lidstaten en daarover op gezette tijden aan het Europees Parlement en de Raad verslag moet uitbrengen, en daarom stelt de rapporteur bij wijze van amendement voor dat om de vijf jaar wordt overgegaan tot een aanpassing van de lijst van oneerlijke handelspraktijken.

De rapporteur spreekt derhalve de wens uit dat de Commissie juridische zaken en interne markt en de Milieucommissie de richtlijn op een gecoördineerde manier samen zullen kunnen behandelen, zodat het Europees Parlement er zich op korte termijn in eerste lezing over kan uitspreken en een relevante en positieve bijdrage kan leveren aan de totstandkoming van deze richtlijn.

21 januari 2004

ADVIES VAN DE COMMISSIE MILIEUBEHEER, VOLKSGEZONDHEID EN CONSUMENTENBELEID

aan de Commissie juridische zaken en interne markt

inzake het voorstel voor een richtlijn van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke "business-to-consumer"-handelspraktijken op de interne markt en tot wijziging van de richtlijnen 84/450/EEG, 97/7/EG en 98/27/EG (richtlijn oneerlijke handelspraktijken) (COM(2003) 356 – C5-0288/2003 – 2003/0134(COD))

Rapporteur voor advies(*): Phillip Whitehead

(*) Nauwere samenwerking tussen commissies - artikel 162 bis van het Reglement

PROCEDUREVERLOOP

De Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid benoemde op haar vergadering van 10 september 2003 Phillip Whitehead tot rapporteur voor advies.

De commissie behandelde het ontwerpadvies op haar vergadering van 21 januari 2004.

Op dezelfde vergadering hechtte zij met 52 stemmen voor en 3 tegen haar goedkeuring aan de hierna volgende amendementen.

Bij de stemming waren aanwezig: Caroline F. Jackson (voorzitter), Alexander de Roo, Mauro Nobilia en Guido Sacconi (ondervoorzitters), Phillip Whitehead (rapporteur voor advies), María del Pilar Ayuso González, María Luisa Bergaz Conesa, Jean-Louis Bernié, Hans Blokland, David Robert Bowe, John Bowis, Hiltrud Breyer, Philip Bushill-Matthews (verving Avril Doyle), Martin Callanan, Dorette Corbey, Chris Davies, Saïd El Khadraoui, Jillian Evans (verving Hiltrud Breyer), Karl-Heinz Florenz, Pernille Frahm, Cristina García-Orcoyen Tormo, Robert Goodwill, Françoise Grossetête, Cristina Gutiérrez Cortines, Jutta D. Haug (verving Anne Ferreira), Marie Anne Isler Béguin, Eija-Riitta Anneli Korhola, Bernd Lange, Peter Liese, Minerva Melpomeni Malliori, Erik Meijer (verving Mihail Papayannakis), Bill Miller (verving Elena Valenciano Martínez-Orozco overeenkomstig artikel 153, lid 2 van het Reglement), Rosemarie Müller, Antonio Mussa (verving Jim Fitzsimons), Riitta Myller, Giuseppe Nisticò, Ria G.H.C. Oomen-Ruijten, Marit Paulsen, Fernando Pérez Royo (verving Béatrice Patrie), Frédérique Ries, Dagmar Roth-Behrendt, Yvonne Sandberg-Fries, Karin Scheele, Ursula Schleicher, Horst Schnellhardt, Jonas Sjöstedt, María Sornosa Martínez, Catherine Stihler, Robert William Sturdy, Nicole Thomas-Mauro, Astrid Thors, Marianne L.P. Thyssen (verving Martin Kastler), Antonios Trakatellis, Ian Twinn (verving Marialiese Flemming overeenkomstig artikel 153, lid 2 van het Reglement) en Peder Wachtmeister.

BEKNOPTE MOTIVERING

Dit voorstel volgt in grote lijnen de beraadslagingen in de Europese instellingen over een kaderrichtlijn om consumenten te beschermen tegen oneerlijke handelspraktijken en bevordert daarmee het vrij verkeer van goederen en diensten in de interne markt naarmate het vertrouwen van consumenten groeit. Het debat heeft zich geleidelijk ontwikkeld sinds de publicatie van het Groenboek COM(2001)531. Een en ander is verheugend, vooral omdat het formuleren van een algemene plicht om geen oneerlijke handel te drijven een aanvulling en bekrachtiging is van reeds van kracht zijnde sectoriële wetgeving. Dit is, ongeacht de betrokken lidstaat, belangrijk bij tekortkomingen van "business-to-user" transacties.

Het staat echter lang niet vast dat een directe overschakeling naar volledige harmonisatie praktisch uitvoerbaar is in de uitgebreide interne markt, zoals die nu is, gezien de momenteel sterk uiteenlopende mate van bescherming van de consument. Uw rapporteur deelt de twijfels van de meeste Europese consumentenorganisaties over de rechtsgrond op basis van alleen artikel 95, terwijl juist artikel 153 specifiek en expliciet een hoge mate van bescherming van de consument verlangt. Hoewel consumentenbescherming onder artikel 95 valt, is het in artikel 153 een eerste verplichting. Het gebruik van beide artikelen zorgt ervoor dat, wanneer het gaat om bescherming van kwetsbare consumenten en om handhaving van bestaande rechten, beide zaken pro-actief worden aangepakt. Waarom was anders artikel 153 in de verdragen opgenomen?

De Commissie milieubeheer is niet van nature afkerig van maximale harmonisatie. Maximale noch minimale harmonisatie zijn in alle omstandigheden praktisch haalbaar. Het beste is een redelijke mate van harmonisatie om de geleidelijke overschakeling op volledige harmonisatie te bevorderen, wanneer aangetoond kan worden dat de hoge mate van consumentenbescherming in de lidstaten niet wordt verlaagd. Met dat doel moet de opsomming van aangewezen oneerlijke praktijken in de zwarte lijst van Bijlage I worden beschouwd als een doorlopend proces van harmonisatie over een lange periode. De vrijwillige gedragscodes spelen eveneens een belangrijke rol als basis voor de eerlijkheid en gelijktrekking van handelspraktijken over de nationale grenzen. Vaak kunnen zij zelfs voor een hogere mate van consumentenbescherming zorgen.

Wij begrijpen dat wederzijdse erkenning voor verkopers een hoge prioriteit is geworden. Handelaren hebben het eenvoudiger en hebben een ruimere markt als zij zich alleen maar houden aan de wettelijke vereisten inzake eerlijke handel in het land van oorsprong. Natuurlijk zullen de voorschriften bij volledige harmonisatie in alle landen dezelfde zijn. Maar toch zal er nog een schemerzone bestaan waarin consumenten worden benaderd - bijvoorbeeld door rechtstreekse post - met verkoopmethoden onder hoge druk, waar zij niet tegen opgewassen zijn en waartegen zij onvoldoende of geen toegankelijke middelen van verhaal hebben. De industrie moet accepteren dat, gedurende een bepaalde periode, de prijs van toegang tot de markt ook de kosten omvat van naleving van de plaatselijke voorschriften inzake oneerlijke handel. Alleen fanatiekelingen zullen de voorkeur geven aan een ondoelmatig en impopulair voorstel voor volledige harmonisatie boven een voorstel om op meer gematigde wijze tot hetzelfde doel te komen.

Bij het begrip "professionele toewijding" moet de bekwaamheid en zorg van de verkoper worden gericht op wat een consument onder de gegeven omstandigheden redelijkerwijs

aanvaardbaar acht. Wij geven de voorkeur aan de vereisten van goed vertrouwen overeenkomstig de bepalingen van richtlijn 93/13/EG betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, zoals geciteerd in de resolutie-Patrie inzake het Groenboek. Om de consumentenbescherming te bevorderen moeten 'besluiten over transacties' worden gedefinieerd als het geheel van beslissingen over het wanneer, hoe en op welke voorwaarden koop tot stand komt, ongeacht of al dan niet gebruik wordt gemaakt van de contractuele rechten van het product.

Verder is er nog de definitie van "gewone consument" die gemiddeld geïnformeerd, omzichtig en oplettend is. Volgens deze definitie zijn wij allemaal vroeger of later gemiddelde consumenten. Op andere momenten zijn wij misschien bevoordeeld- of benadeeld. Sommige groepen consumenten zijn kwetsbaar, zowel omdat de handel zich speciaal op hen richt als binnen de markt in het algemeen. Om deze groepen te beschermen moet bij het analyseren van oneerlijke handelspraktijken rekening worden gehouden met het goede vertrouwen bij de betrokken transactie, en met de specifieke tijd en plaats. Als het om kwetsbare consumenten gaat, bestaat de hoop dat de lijst in Bijlage I, hoewel niet uitputtend, veel van de praktijken vermeldt waarmee zij in de val kunnen worden gelokt. Sommige van de voorgestelde toevoegingen kunnen in laatste instantie bescherming geven aan consumenten die door leemten in de sectoriële voorschriften zijn gedupeerd.

De moeilijkheden qua definitie, uitvoering en toezicht op de naleving van de richtlijn spreken voor zich. Maar ook moet worden opgemerkt dat dit mogelijk een geweldig voordeel voor de Europese consument is. Een grotere zekerheid en kennis van de markt zal ook de grensoverschrijdende handel en het economisch welzijn vergroten. Doctrinaire leuzen over hoe voort te gaan, rivaliteit tussen commissies over verantwoordelijkheid mogen het Europees Parlement niet beletten gemene zaak te maken op elk punt waarbij wij overeenstemming kunnen bereiken opdat wij in de eerste en tweede lezing tot een eensluidende tekst komen. Een spaarzaam woordgebruik en helderheid van denken zullen ons hierbij helpen.

AMENDEMENTEN

De Commissie milieubeheer, volksgezondheid en consumentenbeleid verzoekt de ten principale bevoegde Commissie juridische zaken en interne markt onderstaande amendementen in haar verslag op te nemen:

Door de Commissie voorgestelde tekst ¹	Amendementen van het Parlement
	Amendement 1 Visum 1
Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, en met name op artikel 95,	Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, en met name op artikel 95 <i>en artikel 153</i> ,

¹ Nog niet in het PB gepubliceerd.

Motivering

Het voorstel moet evenveel belang toekennen aan de bevordering van de interne markt en aan een betere bescherming van de consument.

Amendement 2 OVERWEGING 3

(3) Deze verschillen veroorzaken onduidelijkheid over welke nationale regels van toepassing zijn op oneerlijke handelspraktijken die de economische belangen van de consumenten schaden, en werpen veel barrières op voor bedrijven en consumenten. Deze barrières maken het voor bedrijven duurder om de vrijheden van de interne markt uit te oefenen, met name wanneer zij over de grenzen heen willen verkopen, reclamecampagnes willen voeren of aan verkoopbevordering willen doen. Daarnaast maken deze verschillen consumenten onzeker over hun rechten en ondermijnen ze hun vertrouwen in de interne markt.

(3) Deze verschillen veroorzaken onduidelijkheid over welke nationale regels van toepassing zijn op oneerlijke handelspraktijken die de **gezamenlijke** economische belangen van de consumenten schaden, en werpen veel barrières op voor bedrijven en consumenten. Deze barrières maken het voor bedrijven duurder om de vrijheden van de interne markt uit te oefenen, met name wanneer zij over de grenzen heen willen verkopen, reclamecampagnes willen voeren of aan verkoopbevordering willen doen. Daarnaast maken deze verschillen consumenten onzeker over hun rechten en ondermijnen ze hun vertrouwen in de interne markt.

Motivering

Onderstreept de verklaarde doelstelling van de Commissie dat de richtlijn alleen van toepassing zou moeten zijn op de gezamenlijke economische belangen van de consumenten.

Amendement 3 OVERWEGING 4

(4) Bij gebrek aan uniforme regels op communautair niveau kunnen belemmeringen voor het grensoverschrijdend verrichten van diensten, het vrije verkeer van goederen en de vrijheid van vestiging volgens de jurisprudentie van het Hof van Justitie gerechtvaardigd zijn indien zij tot doel hebben, erkende doelstellingen van algemeen belang te beschermen en indien zij met deze doelstellingen evenredig zijn. ***In het licht*** van de communautaire doelstellingen zoals vermeld in de bepalingen van het Verdrag inzake het vrije verkeer en het afgeleide communautaire recht, ***en in overeenstemming met het beleid van de Commissie inzake commerciële***

(4) Bij gebrek aan uniforme regels op communautair niveau kunnen belemmeringen voor het grensoverschrijdend verrichten van diensten, het vrije verkeer van goederen en de vrijheid van vestiging volgens de jurisprudentie van het Hof van Justitie gerechtvaardigd zijn indien zij tot doel hebben, erkende doelstellingen van algemeen belang te beschermen en indien zij met deze doelstellingen evenredig zijn. ***Ondanks het bestaan*** van de communautaire doelstellingen zoals vermeld in de bepalingen van het Verdrag inzake het vrije verkeer en het afgeleide communautaire recht ***moet worden geconstateerd dat er grote verschillen tussen de lidstaten zijn en***

*communicatie moeten deze belemmeringen worden opgeheven. Dat kan alleen door op communautair niveau **uniforme** regels vast te stellen en bepaalde rechtsbegrippen te verduidelijken, voor zover dit voor de goede werking van de interne markt en de rechtszekerheid nodig is.*

*deze verschillen kunnen een belemmering vormen bij het bereiken van het doel van een hoog **consumentenbeschermingsniveau**. Een **hoog beschermingsniveau** kan alleen **worden bereikt** door op communautair niveau regels vast te stellen en bepaalde rechtsbegrippen te verduidelijken, voor zover dit voor de goede werking van de interne markt en de rechtszekerheid nodig is.*

Motivering

Deze overweging moet worden veranderd omdat het volkomen duidelijk is dat campagnes voor het op de markt brengen van producten altijd moeten worden aangepast aan de bewuste markt, bovendien met inachtneming van de taalkundige, sociale en culturele context. Het argument dat de Commissie in dit geval hanteert, namelijk dat nationale regelingen leiden tot een verhoging van de kosten van het op de markt brengen, wijst op een ongehoord gebrek aan respect voor de culturele diversiteit, het behoud waarvan een van de belangrijkste doelstellingen van de EU is. Daarentegen kunnen de bedoelde verschillen wel het vertrouwen van de consument ondermijnen als zij het risico willen nemen zaken te doen met handelaars in andere landen.

Amendement 4 OVERWEGING 5

(5) Daarom worden de wetten van de lidstaten betreffende oneerlijke handelspraktijken, waaronder oneerlijke reclame, die de **economische** belangen van de consumenten schaden, bij deze richtlijn onderling aangepast. Deze richtlijn is niet van toepassing of van invloed op nationale wetten betreffende oneerlijke handelspraktijken die alleen de economische belangen van concurrenten schaden of betrekking hebben op transacties tussen handelaars, noch op de bepalingen van Richtlijn 84/450/EEG betreffende reclame die misleidend is voor bedrijven maar niet voor consumenten en betreffende vergelijkende reclame. Deze richtlijn is evenmin van invloed op algemeen aanvaarde reclame- en marketingpraktijken zoals "product placement", merkdifferentiatie en het aanbieden van premies, die het beeld dat de consument van het product heeft en zijn gedrag op wettige wijze kunnen beïnvloeden zonder daarom het vermogen van de

(5) Daarom worden de wetten van de lidstaten betreffende oneerlijke handelspraktijken, waaronder oneerlijke reclame, die de belangen van de consumenten schaden, bij deze richtlijn onderling aangepast. Deze richtlijn is niet van toepassing of van invloed op nationale wetten betreffende oneerlijke handelspraktijken die alleen de economische belangen van concurrenten schaden of betrekking hebben op transacties tussen handelaars, noch op de bepalingen van Richtlijn 84/450/EEG betreffende reclame die misleidend is voor bedrijven maar niet voor consumenten en betreffende vergelijkende reclame. Deze richtlijn is evenmin van invloed op algemeen aanvaarde reclame- en marketingpraktijken zoals "product placement", merkdifferentiatie en het aanbieden van premies, die het beeld dat de consument van het product heeft en zijn gedrag op wettige wijze kunnen beïnvloeden zonder daarom het vermogen van de

consument om een geïnformeerd besluit te nemen, te beperken. Deze richtlijn betreft handelspraktijken die rechtstreeks verband houden met het beïnvloeden van beslissingen van de consument over transacties met betrekking tot producten. Deze richtlijn is niet van toepassing op handelspraktijken die hoofdzakelijk voor andere doeleinden bedoeld zijn, bijvoorbeeld commerciële communicatie gericht op investeerders, zoals jaarverslagen en promotiemateriaal over bedrijven.

consument om een geïnformeerd besluit te nemen, te beperken. Deze richtlijn betreft handelspraktijken die rechtstreeks verband houden met het beïnvloeden van beslissingen van de consument over transacties met betrekking tot producten. Deze richtlijn is niet van toepassing op handelspraktijken die hoofdzakelijk voor andere doeleinden bedoeld zijn, bijvoorbeeld commerciële communicatie gericht op investeerders, zoals jaarverslagen en promotiemateriaal over bedrijven.

Motivering

Alle belangen van de consumenten moeten worden beschermd (gezondheid, enz.) en niet alleen de economische belangen.

Amendement 5 OVERWEGING 6

(6) Deze richtlijn vormt geen beletsel voor het instellen van individuele vorderingen door personen die schade hebben geleden door een oneerlijke handelspraktijk. Deze richtlijn doet evenmin afbreuk aan de communautaire en nationale regels inzake verbintenissenrecht, intellectuele eigendomsrechten en gezondheids- en veiligheidsaspecten van producten en de communautaire regels inzake concurrentie en de desbetreffende nationale omzettingbepalingen.

(6) Deze richtlijn vormt geen beletsel voor het instellen van individuele vorderingen door personen **en lidstaten** die schade hebben geleden door een oneerlijke handelspraktijk. Deze richtlijn doet evenmin afbreuk aan de communautaire en nationale regels inzake verbintenissenrecht, intellectuele eigendomsrechten en gezondheids- en veiligheidsaspecten van producten en de communautaire regels inzake concurrentie en de desbetreffende nationale omzettingbepalingen.

Motivering

Ook al hebben de lidstaten de mogelijkheid om algemene verbodsbepalingen in te voeren, toch mag niet zo zijn dat alleen bepaalde personen individueel een vordering kunnen instellen; het amendement moet het ook mogelijk maken de situatie beter aan de verschillende rechtsstelsels in de EU aan te passen.

Amendement 6 OVERWEGING 7

(7) Deze richtlijn moet coherent zijn met de bestaande communautaire wetgeving, met name indien gedetailleerde bepalingen betreffende oneerlijke handelspraktijken op specifieke sectoren van toepassing zijn. Deze richtlijn wijzigt bijgevolg Richtlijn 84/450/EEG, zoals gewijzigd bij Richtlijn

(7) Deze richtlijn moet coherent zijn met de bestaande communautaire wetgeving, met name indien gedetailleerde bepalingen betreffende oneerlijke handelspraktijken op specifieke sectoren van toepassing zijn. Deze richtlijn wijzigt bijgevolg Richtlijn 84/450/EEG, zoals gewijzigd bij Richtlijn

97/55/EG, betreffende misleidende en vergelijkende reclame, Richtlijn 98/27/EG betreffende het doen staken van inbreuken in het raam van de bescherming van de consumentenbelangen en Richtlijn 97/7/EG betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten. Deze richtlijn is bijgevolg slechts van toepassing voor zover er geen specifieke communautaire wetsbepalingen bestaan betreffende specifieke aspecten van oneerlijke handelspraktijken, zoals informatievereisten en regels voor de wijze waarop informatie aan de consument wordt gepresenteerd. Deze richtlijn beschermt de consument in gevallen waarvoor op EU-niveau geen specifieke, sectorale wetgeving bestaat en verbiedt handelaars een verkeerde indruk te geven van de aard van producten. Dit is met name van belang voor complexe producten die veel risico's inhouden voor de consumenten, zoals bepaalde financiële diensten. De richtlijn vormt bijgevolg een aanvulling op het "acquis communautaire" dat van toepassing is op handelspraktijken die de *economische* belangen van de consumenten schaden, en met name de verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verkoopbevordering in de interne markt. De verordening heft een aantal verbodsbepalingen of beperkingen op met betrekking tot het gebruik van verkoopsbevordering en verwijzingen daarnaar in commerciële communicatie. De algemene bepalingen betreffende misleidende reclame en andere oneerlijke handelspraktijken die van toepassing zijn op het gebruik en de mededeling van verkoopsbevordering vallen onder deze richtlijn.

97/55/EG, betreffende misleidende en vergelijkende reclame, Richtlijn 98/27/EG betreffende het doen staken van inbreuken in het raam van de bescherming van de consumentenbelangen en Richtlijn 97/7/EG betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten. Deze richtlijn is bijgevolg slechts van toepassing voor zover er geen specifieke communautaire wetsbepalingen bestaan betreffende specifieke aspecten van oneerlijke handelspraktijken, zoals informatievereisten en regels voor de wijze waarop informatie aan de consument wordt gepresenteerd. Deze richtlijn beschermt de consument in gevallen waarvoor op EU-niveau geen specifieke, sectorale wetgeving bestaat en verbiedt handelaars een verkeerde indruk te geven van de aard van producten. Dit is met name van belang voor complexe producten die veel risico's inhouden voor de consumenten, zoals bepaalde financiële diensten. De richtlijn vormt bijgevolg een aanvulling op het "acquis communautaire" dat van toepassing is op handelspraktijken die de belangen van de consumenten schaden, en met name de verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verkoopbevordering in de interne markt. De verordening heft een aantal verbodsbepalingen of beperkingen op met betrekking tot het gebruik van verkoopsbevordering en verwijzingen daarnaar in commerciële communicatie. De algemene bepalingen betreffende misleidende reclame en andere oneerlijke handelspraktijken die van toepassing zijn op het gebruik en de mededeling van verkoopsbevordering vallen onder deze richtlijn.

Motivering

Alle belangen van de consumenten moeten worden beschermd (gezondheid, enz.) en niet alleen de economische belangen.

Amendement 7 Overweging 8

(8) Het hoge niveau van convergentie dat

(8) Het hoge niveau van convergentie dat

door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt één algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming **scheppen op hun beurt** de voorwaarden om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

door de onderlinge afstemming van de nationale bepalingen door deze richtlijn wordt bereikt, zorgt voor een hoog gemeenschappelijk niveau van consumentenbescherming. Bij de richtlijn wordt één algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. De richtlijn omvat ook regels inzake agressieve commerciële praktijken, die momenteel niet op EU-niveau gereguleerd zijn. De bereikte harmonisatie en het hoge gemeenschappelijke niveau van consumentenbescherming **die hij beoogt tot stand te brengen, zullen na verloop van tijd** de voorwaarden **scheppen** om het beginsel van wederzijdse erkenning te kunnen toepassen op het gebied dat door de richtlijn wordt gecoördineerd.

Motivering

Het is nog niet zover dat de aanpak van wederzijdse erkenning kan functioneren en kan zorgen voor een hoge mate van bescherming van de consument, een van de hoofddoelen van deze richtlijn. Het kost tijd voordat de omstandigheden daarvoor rijp zijn.

Amendement 8 OVERWEGING 8 BIS (nieuw)

(8 bis) Om te zorgen dat deze bepalingen niet leiden tot een verslapping van de hoge mate van consumentenbescherming in de lidstaten, dient er een proces van convergentie plaats te vinden op basis van het beginsel van redelijke en doelmatige harmonisatie totdat aangetoond kan worden dat de ontwikkeling van een volledig geharmoniseerd systeem geen nadelige gevolgen heeft.

Motivering

De hoge mate van bescherming van de consument die expliciet in artikel 153 wordt genoemd, vereist een gelijkmatige overschakeling van minimum naar maximum harmonisatie.

Amendement 9 OVERWEGING 9

(9) Door de harmonisatie en het beginsel van wederzijdse erkenning zullen zowel consumenten als bedrijven aanzienlijk meer rechtszekerheid krijgen. Zowel consumenten als bedrijven zullen zich kunnen verlaten op één regelgevend kader op basis van duidelijk omschreven rechtsbegrippen, dat alle aspecten van oneerlijke handelspraktijken in de hele EU regelt. Bedrijven zullen alleen hoeven te voldoen aan de nationale regels tot omzetting van de richtlijn in het land waar ze gevestigd zijn. Daardoor zullen de belemmeringen die het gevolg zijn van de fragmentarische regels inzake oneerlijke handelspraktijken die de *economische* belangen van de consumenten schaden, worden weggewerkt en zal de interne markt op dit gebied kunnen worden voltooid. De vestigingsplaats van de handelaar zal worden vastgesteld overeenkomstig eventuele specifieke bepalingen van de communautaire wetgeving en de jurisprudentie van het Hof van Justitie.

(9) Door de harmonisatie en het beginsel van wederzijdse erkenning zullen zowel consumenten als bedrijven aanzienlijk meer rechtszekerheid krijgen. Zowel consumenten als bedrijven zullen zich kunnen verlaten op één regelgevend kader op basis van duidelijk omschreven rechtsbegrippen, dat alle aspecten van oneerlijke handelspraktijken in de hele EU regelt. Bedrijven zullen alleen hoeven te voldoen aan de nationale regels tot omzetting van de richtlijn in het land waar ze gevestigd zijn. Daardoor zullen de belemmeringen die het gevolg zijn van de fragmentarische regels inzake oneerlijke handelspraktijken die de belangen van de consumenten schaden, worden weggewerkt en zal de interne markt op dit gebied kunnen worden voltooid. De vestigingsplaats van de handelaar zal worden vastgesteld overeenkomstig eventuele specifieke bepalingen van de communautaire wetgeving en de jurisprudentie van het Hof van Justitie.

Motivering

Alle belangen van de consumenten moeten worden beschermd (gezondheid, enz.) en niet alleen de economische belangen.

Amendement 10

Overweging 10

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden vervangen. Bij deze richtlijn wordt daarom één gemeenschappelijk, algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

(10) Om de doelstellingen van de Gemeenschap te kunnen verwezenlijken door belemmeringen voor de interne markt weg te werken, moeten de bestaande, uiteenlopende algemene bepalingen en rechtsbeginselen van de lidstaten worden vervangen. Bij deze richtlijn wordt daarom één gemeenschappelijk, algemeen verbod vastgesteld op oneerlijke handelspraktijken die het economische gedrag van consumenten verstoren. ***Om de doelstelling van consumentenbescherming te bereiken en het consumentenvertrouwen te steunen, is het algemene verbod gelijkelijk van toepassing op oneerlijke handelspraktijken die plaatsvinden buiten een eventuele contractuele relatie tussen handelaar en consument en, indien een***

consument geen overeenkomst sluit, op alle aspecten van de relatie, hetzij binnen een contractuele relatie of ingevolge een overeenkomst die echter niet resulteert in verdere besluiten over transacties door de consument. Dit algemene verbod wordt verder uitgewerkt in regels betreffende de twee soorten handelspraktijken die veruit het meeste voorkomen, namelijk misleidende handelspraktijken en agressieve handelspraktijken.

Motivering

De definitie en reikwijdte van besluiten over transacties werden niet expliciet in deze overweging en in de ontwerprichtlijn vermeld.

Amendement 11 OVERWEGING 11

(11) Het is wenselijk dat onder misleidende handelspraktijken praktijken (waaronder misleidende reclame) worden verstaan waarbij de consument wordt bedrogen en daardoor wordt belet een geïnformeerde en dus efficiënte keuze te maken. Overeenkomstig de wetten en de praktijk van de lidstaten met betrekking tot misleidende reclame worden misleidende praktijken in de richtlijn onderverdeeld in misleidende handelingen en misleidende omissies. Met betrekking tot omissies wordt in de richtlijn een beperkte hoeveelheid essentiële informatie vermeld die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie. Deze informatie hoeft niet in alle reclame te worden vermeld, maar wel wanneer de handelaar tot een aankoop uitnodigt, een begrip dat in de richtlijn duidelijk wordt gedefinieerd.

(11) Het is wenselijk dat onder misleidende handelspraktijken praktijken (waaronder misleidende reclame) worden verstaan waarbij de consument wordt bedrogen en daardoor wordt belet een geïnformeerde en dus efficiënte keuze te maken. ***De richtlijn beoogt niet de keuze van de consument te beperken door de verkoopbevordering van goedkopere "look-alike"-producten niet toe te staan of te beperken, tenzij de consument beschermd moet worden tegen impliciete of expliciete pogingen om hem te misleiden via "passing-off".*** Overeenkomstig de wetten en de praktijk van de lidstaten met betrekking tot misleidende reclame worden misleidende praktijken in de richtlijn onderverdeeld in misleidende handelingen en misleidende omissies. Met betrekking tot omissies wordt in de richtlijn een beperkte hoeveelheid essentiële informatie vermeld die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie. Deze informatie hoeft niet in alle reclame te worden vermeld, maar wel wanneer de handelaar tot een aankoop uitnodigt, een begrip dat in de richtlijn duidelijk wordt gedefinieerd.

Amendement 12

OVERWEGING 13

(13) In deze richtlijn wordt het door het Europees Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de "gemiddelde consument" gecodificeerd. Overeenkomstig de jurisprudentie van het Hof van Justitie moeten de nationale rechtbanken bij de toepassing van dit criterium rekening houden met sociale, culturele en taalkundige factoren. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten, **bijvoorbeeld kinderen**, gericht is, is het wenselijk dat het effect van de commerciële praktijk wordt beoordeeld in verhouding tot het gemiddelde lid van de groep.

(13) In deze richtlijn wordt het door het Europees Hof van Justitie ontwikkelde criterium van de "gemiddelde consument" gecodificeerd. Overeenkomstig de jurisprudentie van het Hof van Justitie moeten de nationale rechtbanken bij de toepassing van dit criterium rekening houden met **economische**, sociale, culturele en taalkundige factoren. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, is het wenselijk dat het effect van de commerciële praktijk wordt beoordeeld in verhouding tot het gemiddelde lid van de groep. ***Aangezien de meest kwetsbare consumenten ook de meest waarschijnlijke slachtoffers zijn van oneerlijke handelspraktijken als bedoeld in deze richtlijn, dienen hun belangen als consument te worden beschermd waarbij, al naar gelang de desbetreffende omstandigheden, naar behoren rekening wordt gehouden met de leeftijd, lichamelijke gebrekkigheid, geestelijke toestand en vaardigheid tot lezen en schrijven.***

Motivering

In deze richtlijn moet worden gelet op de omstandigheden waarin bepaalde consumenten kwetsbaar zijn in gevallen die niet vallen onder de toets op basis van de uitspraken van het Europees Hof van Justitie.

Amendement 13

Overweging 14

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars de beginselen van de richtlijn in bepaalde economische sectoren kunnen toepassen. **Dergelijke** codes kunnen nationale autoriteiten van nut zijn om de vereisten van professionele toewijding voor een bepaalde sector vast te stellen. Als eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau toezicht uitoefenen om oneerlijke handelspraktijken weg te werken, kan dit administratieve of gerechtelijke stappen overbodig maken; dit

(14) Het is wenselijk een rol weg te leggen voor gedragscodes, aan de hand waarvan handelaars de beginselen van de richtlijn in bepaalde economische sectoren kunnen toepassen. **De duidelijke verplichtingen van dergelijke** codes kunnen nationale autoriteiten van nut zijn om de vereisten van professionele toewijding voor een bepaalde sector vast te stellen. Als eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau toezicht uitoefenen om oneerlijke handelspraktijken weg te werken, kan dit administratieve of

moet dan ook worden aangemoedigd.

gerechtelijke stappen overbodig maken; dit moet dan ook worden aangemoedigd.

Motivering

Het gebruik en de definitie van gedragscodes is vervaagd sinds de vervolgededeling op het Groenboek inzake consumentenbescherming in de EU. Er dient een positievere en duidelijker omschrijving te worden gegeven van de ondersteunende rol die vrijwillige gedragscodes op den duur kunnen spelen.

Amendement 14

OVERWEGING 14 BIS (nieuw)

(14 bis) Het is wenselijk dat eigenaren van gedragscodes streven naar officiële goedkeuring en aanvaarding van hun industriële gedragscode wanneer is aangetoond dat deze de economische belangen van de consument op succesvolle wijze beschermt, alsmede de toewijding en eerlijkheid van op de consument gerichte handelspraktijken. Een aantal lidstaten heeft regelingen voor de officiële goedkeuring of bekrachtiging van industriële gedragscodes en overwogen zou moeten worden om een dergelijke regeling te laten ontwikkelen door de EU. De Europese Commissie zou binnen drie jaar na inwerkingtreding van deze richtlijn verslag moeten uitbrengen aan het Europees Parlement en de lidstaten, met aanbevelingen betreffende de haalbaarheid, en zo nodig, de minimumvereisten van een dergelijke regeling. De Europese Commissie zou bijzondere aandacht moeten besteden aan de minimumcriteria waaraan industriële gedragscodes moeten voldoen, de transparante en vrijwillige aard van regelingen die leiden tot bekrachtiging, en met inachtneming van de wetgevende bevoegdheden van het Europees Parlement en de Raad op het gebied van de interne markt.

Motivering

Een aantal lidstaten kent regelingen voor de goedkeuring van zelfregulerende gedragscodes op het gebied van consumentenbescherming. In het voorstel van de Europese Commissie wordt terecht erkend dat gedragscodes nuttig zijn voor de juiste toepassing van de

kaderrichtlijn in 25 lidstaten. Codes kunnen een eerste houvast bieden voor consumenten en kunnen derhalve bijdragen tot het consumentenvertrouwen. Goedkeuring van codes door regelgevende instanties kan het consumentenvertrouwen nog meer doen toenemen en een aanzienlijke bijdrage leveren aan de toepassing van wetgeving op het gebied van consumentenbescherming.

Voorgesteld is dat, hoewel het nut van codes en hun goedkeuring niet wordt betwist, het in dit stadium wenselijker zou zijn om het openbare debat aan te zwengelen en onderzoek te verrichten naar de doelmatigheid van gedragscodes op het gebied van consumentenbescherming. Derhalve wordt voorgesteld dat de Europese Commissie zich verbindt tot het verrichten van nader onderzoek naar mogelijke goedkeurings- en bekrachtigingsregelingen en dat zij binnen drie jaar na inwerkingtreding van de richtlijn verslag uitbrengt aan het Europees Parlement, met specifieke aanbevelingen waarin rekening wordt gehouden met de medebeslissingsbevoegdheden van het Parlement op het gebied de interne markt.

Amendement 15 Artikel 1

Doel van deze richtlijn is bij te dragen aan de goede werking van de interne markt en een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen door de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake oneerlijke handelspraktijken die de **economische** belangen van de consumenten schaden, zoals hieronder gedefinieerd, onderling aan te passen.

Doel van deze richtlijn is bij te dragen aan de goede werking van de interne markt en een hoog niveau van consumentenbescherming tot stand te brengen door de wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen van de lidstaten inzake oneerlijke handelspraktijken die de belangen van de consumenten schaden, zoals hieronder gedefinieerd, onderling aan te passen.

Motivering

De beperking tot zuiver economische belangen is een te nauwe opvatting. Aspecten die voor bescherming in aanmerking komen, zijn in ieder geval ook belangen op het gebied van de gezondheid of inbreuken op de privé-sfeer.

Amendement 16 Artikel 2, letter a)

(a) consument: een natuurlijke persoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken handelt voor doeleinden **die buiten zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit vallen;**

(a) consument : een natuurlijke persoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken **uitsluitend handelt voor niet-beroepsmatige doeleinden;**

Motivering

Door middel van deze wijzigingen kan men zich houden aan de definities die door het Europees Hof van Justitie zijn bepaald en tevens streven naar het bereiken van een hoog niveau van consumentenbescherming. In de regelingen van vele landen voor het op de markt

brengen van producten gaat men ervan uit dat de consument noch de tijd noch de mogelijkheid heeft zich op de hoogte te stellen van alle details van bijvoorbeeld verkoopprospecti, enz., maar dat men rekening moet houden met de algemene indruk van de wijze van verkoop die wordt gegeven.

Amendement 17
Artikel 2, letter b)

b) gewone consument: een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument;

b) gewone consument: een gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument, **waarbij naar behoren rekening is gehouden, al naargelang de desbetreffende omstandigheden, met de leeftijd, lichamelijke gebrekkigheid, geestelijke toestand en mate van vaardigheid in lezen en schrijven;**

Motivering

In deze richtlijn moet worden gelet op de omstandigheden waarin bepaalde consumenten kwetsbaar zijn in gevallen die niet vallen onder de toets op basis van de uitspraken van het Europees Hof van Justitie.

Amendement 18
Artikel 2, letter c)

(c) verkoper of leverancier (hierna "handelaar"): een natuurlijke persoon of rechtspersoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit;

(c) verkoper of leverancier (hierna "handelaar"): een natuurlijke persoon of rechtspersoon die bij onder deze richtlijn vallende handelspraktijken handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit, **of met het oog op de verwezenlijking van zijn statutair doel; een handeling die de handelaar bewust door eigen optreden bevordert of überhaupt pas mogelijk maakt, wordt hem aangerekend;**
- de overheidsinstellingen of de rechtspersonen waarin de overheid een overwegend aandeel heeft, die een commerciële, financiële of industriële activiteit uitoefenen en die producten of diensten aanbieden of verkopen;
- de personen die, hetzij in eigen naam, hetzij in naam of voor rekening van een al dan niet rechtspersoonlijkheid bezittende derde, met of zonder winstoogmerk, een commerciële, financiële of industriële activiteit uitoefenen en die producten of

diensten te koop aanbieden of verkopen;

Motivering

Er moet voor gezorgd worden dat de bevordering van concurrentie door derden ook onder de bepalingen van de richtlijn valt, omdat in de praktijk steeds vaker oneerlijke praktijken door derden worden bedreven die in opdracht handelen van een verkoper of leverancier. Ook door de gezamenlijke activiteiten van talrijke ondernemingen (reclame, exploitatie, verzending) is vaak niet na te gaan wie er exact verantwoordelijk is voor de verstoring.

Amendement 19
Artikel 2, letter d)

(d) product: een goed of dienst, met inbegrip van onroerend goed;

(d) product: een goed of dienst, met inbegrip van onroerend goed **en rechten**;

Motivering

De richtlijn moet ook betrekking hebben op de rechten van de consument (bijvoorbeeld als het gaat om timesharing).

Amendement 20
Artikel 2, letter e)

e) handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedrag, voorstelling of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar die **rechtstreeks** verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten;

e) handelspraktijken: iedere handeling, omissie, gedrag, voorstelling of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar die verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten;

Motivering

De indirecte betrokkenheid van een of meer handelaren bij verkoopbevordering gericht op de consument, biedt ruimere mogelijkheden voor oneerlijkheid en misleiding.

Amendement 21
Artikel 2, letter f)

f) het economische gedrag van consumenten op oneerlijke wijze wezenlijk beïnvloeden: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk te beperken, waardoor de consument tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

f) het economische gedrag van consumenten op oneerlijke wijze wezenlijk beïnvloeden: een handelspraktijk gebruiken om het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk te beperken, waardoor de consument **mogelijkerwijs** tot een transactie besluit waartoe hij anders niet had besloten;

Motivering

Dit zorgt voor consistentie met de aanduiding 'waarschijnlijk' in de artikelen 5, 6, 7 en 8 betreffende toetsing van oneerlijke, misleidende en agressieve handelspraktijken.

Amendement 22 Artikel 2, letter i)

(i) eigenaar van de code: **een instantie, met inbegrip van een handelaar of een groep handelaars**, die verantwoordelijk is voor het opstellen en herzien van een gedragscode en/of voor het toezicht op de naleving van de code door diegenen die zich ertoe hebben verbonden;

(i) eigenaar van de code: **de natuurlijke persoon of rechtspersoon** die verantwoordelijk is voor het opstellen en herzien van een gedragscode en **eventueel** voor het toezicht op de naleving van de code door diegenen die zich ertoe hebben verbonden;

Amendement 23 Artikel 2, letter j)

j) professionele toewijding: de mate van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid van een handelaar, overeenkomstig de vereisten van de normale marktpraktijk jegens consumenten in zijn sector van de interne markt;

j) professionele toewijding: de mate van bijzondere vakkundigheid en zorgvuldigheid van een handelaar, overeenkomstig de vereisten van de normale marktpraktijk jegens consumenten in zijn sector van de interne markt **en de vereisten van goed vertrouwen overeenkomstig de bepalingen vervat een richtlijn van de Raad 93/13/EEG van 5 april 1993 inzake oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten¹**;

¹ *PB L 95 van 21.4.1993, blz. 29.*

Motivering

De algemene clausule moet zijn gebaseerd op nauwkeurige en objectieve criteria om uiteenlopende interpretaties in de wetgeving of jurisprudentie van de lidstaten te vermijden.

Amendement 24 Artikel 2, letter l)

l) ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie om, **zonder gebruik van fysieke kracht**, pressie uit te oefenen op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt.

l) ongepaste beïnvloeding: het uitbuiten van een machtspositie om pressie uit te oefenen, **inclusief maar niet beperkt tot fysiek geweld of dreiging met fysiek geweld**, op een wijze die het vermogen van de consument om een geïnformeerd besluit te nemen, aanzienlijk beperkt.

Motivering

Artikel 9 van de richtlijn noemt niet specifiek de dreiging met fysiek geweld. De definitie van ongepaste beïnvloeding in het voorstel van de Commissie sluit fysiek geweld specifiek uit. Het zou vreemd zijn als intimiderend gedrag niet onder de richtlijn zou vallen uitsluitend omdat het werd verboden met fysiek geweld.

Amendement 25

Artikel 2, letter l) bis (nieuw)

l bis) besluit over een transactie: iedere door een consument genomen besluit over de vraag of, hoe en op welke voorwaarden hij of zij iets koopt, geheel of gedeeltelijk betaalt, een product behoudt of erover beschikt dan wel een contractueel recht in verband met het product uitoefent. Een dergelijk besluit kan ertoe leiden dat de consument actie onderneemt of van het ondernemen van actie afziet.

Motivering

De definitie en reikwijdte van besluiten over transacties werden niet expliciet in de ontwerprichtlijn vermeld.

Amendement 26

Artikel 2, letter l quater) (nieuw)

(l quater) Een 'vaste verbintenis' is een verbintenis in een gedragscode waarmee de ondertekenaar een specifieke verplichting aangaat om een specifieke handeling of reeks handelingen te verrichten ten behoeve van de consument in het kader van de handelspraktijken waar deze richtlijn betrekking op heeft. Hiervan uitgesloten zijn verbintenissen die de code zelf specifiek uitsluit van de classificatie van vaste verbintenissen of waarin wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd of dat een bepaald doel wordt beoogd.

Motivering

Het is van belang de vaste verbintenissen te definiëren omdat deze verbintenissen specifieke verplichtingen met zich meebrengen voor de ondertekenaars en de eigenaren van gedragscodes en de basis vormen van mogelijk oneerlijke handelspraktijken. Verbintenissen waarin wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd of dat een bepaald doel wordt beoogd worden uitgesloten om ervoor te zorgen dat de codes ertoe blijven bijdragen

dat de normen hoger komen te liggen dan het wettelijk minimum zonder dat zij zelf aanvullende wettelijke verplichtingen creëren die voor de ondertekenaars aanleiding zouden kunnen zijn te weigeren de code te ondertekenen. De definitie beperkt de verbintenissen tevens tot de verbintenissen op die gebieden die zijn bepaald in de richtlijn.

Amendement 27
Artikel 3, lid 1

1. Deze richtlijn is van toepassing op oneerlijke handelspraktijken, zoals gedefinieerd in artikel 5 **vóór en na een commerciële transactie met betrekking tot een product.**

1. Deze richtlijn is van toepassing op oneerlijke **"business-to-consumer"**-handelspraktijken, zoals gedefinieerd in artikel 5. **Dit geldt voor besluiten van consumenten over transacties ook als een dergelijk besluit niet resulteert in een overeenkomst tussen de consument en een handelaar. Bij het aangaan van een eventuele overeenkomst geldt deze richtlijn gelijkelijk voor besluiten over transacties voor en na het aangaan van de overeenkomst.**

Motivering

Verduidelijkt dat het toepassingsgebied beperkt moet blijven tot "business-to-consumer"-transacties. "Business-to-business"-transacties vallen onder de mededingingswetgeving.

Amendement 28
Artikel 4, lid 1

1. Op het gebied dat door deze richtlijn wordt aangepast, hoeven handelaars alleen te voldoen aan de nationale bepalingen van de lidstaat waar zij gevestigd zijn. De lidstaat waar de handelaar gevestigd is, ziet toe op de naleving.

1. Op het gebied dat door deze richtlijn wordt aangepast, hoeven handelaars alleen te voldoen aan de nationale bepalingen van de lidstaat waar zij gevestigd zijn. De lidstaat waar de handelaar gevestigd is, ziet toe op de naleving. **In afwijking van de richtlijn mogen lidstaten handelaren positieve verplichtingen opleggen wanneer zij actief zijn in een sector waarvoor geen doeltreffende procedures bestaan op EU-niveau. Dit geldt voor een periode van niet langer dan zeven jaar.**

Motivering

Vervangt amendement 14 van de rapporteur. De clause inzake de interne markt schept problemen voor consumenten. De goedkeuring van een stelsel volgens welke consumenten te maken krijgen met leveranciers die goederen en diensten leveren volgens diverse wetten en voorschriften van (in 2004) 25 verschillende lidstaten zou gedurende een bepaalde periode neerkomen op een vermindering van hun eigen consumentenbescherming. Iedere benadering

die van consumenten verlangt dat zij met een onbekend rechtsstelsel te maken hebben, ondermijnt het vertrouwen van de consument in de bescherming die hij ontvangt en schaadt derhalve de handel. Dit argument werd aanvaard in het debat over de wijziging van de Conventie van Brussel inzake jurisdictie bij consumentengeschillen. Ditzelfde argument is hier van toepassing.

Amendement 29
Artikel 5, lid 2, streepje 2

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort.

- het economische gedrag van de gemiddelde consument die door de handelspraktijk wordt bereikt of op wie deze gericht is, of, **bij gerichte marketing**, indien een handelspraktijk specifiek op een bepaalde groep consumenten gericht is, het gemiddelde lid van deze groep **consumenten die toegang hebben tot het advertentiemateriaal**, met betrekking tot het product (waarschijnlijk) wezenlijk verstoort.

Motivering

Gerichte marketing is hoofdzakelijk omschreven door de specifieke ontvangers tenzij de verkoopbevordering een meer algemene verspreiding onder groepen consumenten heeft gehad.

Amendement 30
Artikel 5, lid 2 bis (nieuw)

2 bis. Het criterium 'gemiddeld groepslid' mag niet worden gehanteerd wanneer een handelspraktijk specifiek gericht is op minderjarigen of op personen met een geestelijke of lichamelijke handicap.

Motivering

Bepaalde groepen consumenten moeten in het bijzonder worden beschermd in verband met hun kwetsbaarheid. Het betreft minderjarigen en personen met een geestelijke of lichamelijke handicap. Bij deze categorieën consumenten moet de gehele groep worden beschermd en mag niet worden verwezen naar het begrip 'gemiddelde consument'.

Amendement 31
Artikel 5, lid 3, inleidende formule

3. Handelspraktijken worden met name als oneerlijk beschouwd indien zij:

3. Handelspraktijken worden, **met inachtneming van bovenstaand lid 2**, met name als oneerlijk beschouwd indien zij:

Motivering

Dit amendement beoogt expliciet aan te geven dat misleidende en agressieve praktijken moeten voldoen aan de voorwaarden van lid 2 om als oneerlijk te kunnen worden beschouwd.

Amendement 32
Artikel 5, lid 4

4. Bijlage I bevat een lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd.

4. Bijlage I bevat een **niet-uitputtende** lijst van handelspraktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd.

Motivering

Het moet volkomen duidelijk zijn dat de lijst in bijlage I slechts een opsomming van voorbeelden is en niet uitputtend is.

Amendement 33
Artikel 6, lid 1, letter f)

(f) beweringen over het product die **de handelaar** niet **kan staven**;

(f) beweringen over het product die niet **kunnen worden gestaafd**;

Motivering

Er kunnen omstandigheden zijn waaronder een handelaar beweringen niet kan staven maar de bewering wel gestaafd kan worden door anderen op wie de handelaar kan vertrouwen, bijvoorbeeld leveranciers.

Amendement 34
Artikel 6, lid 2, letter b)

(b) de handelaar de verbintenissen die zijn vastgesteld in gedragscodes waartoe hij zich heeft verbonden, niet naleeft, voor zover:

– de verbintenis vast en controleerbaar is;
en

– de lijst van de handelaars op wie de gedragscode van toepassing is en de inhoud van de gedragscode voor iedereen beschikbaar zijn; of

Schrappen

Motivering

Dit wordt geregeld in een nieuw artikel 6, lid 2 bis (nieuw) (zie de motivering van amendement 35 op dit lid).

Amendement 35
Artikel 6, lid 2 bis (nieuw)

2 bis. Een handelspraktijk wordt eveneens als oneerlijk beschouwd indien deze, in de feitelijke context, rekening houdend met alle kenmerken en omstandigheden, de gemiddelde consument er (waarschijnlijk) toe brengt een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, en indien de handelaar de verbintenissen die zijn vastgesteld in gedragscodes waartoe hij zich heeft verbonden, niet naleeft, voorzover:

- in een verbintenis niet wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd, maar de verbintenis vast en controleerbaar is, en

- de verbintenis wordt aangegaan met betrekking tot het specifieke product of de specifieke handelspraktijk in kwestie om de consument ertoe over te halen een besluit te nemen over een transactie met betrekking tot dat product, en

- de lijst van de handelaren op wie de gedragscode van toepassing is en de inhoud van de gedragscode voor iedereen beschikbaar zijn;

De bepalingen van de onderstaande artikelen 11, 12 en 13 zijn echter alleen van toepassing op een dergelijke praktijk indien er sprake is van herhaaldelijke niet-naleving en in laatste instantie wanneer de eigenaar van de code heeft nagelaten te handelen, of de handelaar heeft nagelaten uitvoering te geven aan het besluit van de eigenaar van de code, of de eigenaar van de code heeft verzocht om toepassing van de bepalingen.

Motivering

Dit lid vervangt artikel 6, lid 2, onder b). Dit amendement zorgt ervoor dat geringe en/of onopzettelijke overtredingen van de code in eerste instantie kunnen worden behandeld door de opsteller van de code. Er zou alleen in laatste instantie moeten worden opgetreden door openbare handhavingsautoriteiten en wanneer een bedrijf dat de code heeft ondertekend een bepaald gedragspatroon vertoont. Met de formulering 'een verbintenis waarin wordt aangegeven dat naar een bepaald doel wordt gestreefd' worden die verbintenissen bedoeld die niet objectief kunnen worden gemeten.

Amendement 36
Artikel 7, lid 2

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken.

2. Een misleidende omissie kan er ook in bestaan dat een handelaar deze essentiële informatie verborgen houdt of op **onvolledige**, onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige of ontijdige wijze verstrekt, of dat hij het commerciële oogmerk van de handelspraktijk niet laat blijken **indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt**.

Motivering

Er dienen maatregelen te worden genomen om te zorgen dat de verstrekte informatie volledig is. Dit amendement vult de formulering in lid 1 van dit artikel aan. Alle handelspraktijken zijn erop gericht om een consument ertoe over te halen iets te doen wat hij anders niet zou doen. Doel moet zijn ervoor te zorgen dat dit niet wordt bereikt door de consument te misleiden. Het is voor de gemiddelde consument vaak uit de context duidelijk dat de praktijk een commercieel oogmerk heeft, bijvoorbeeld in een reclame-uiting. In dat geval is het niet misleidend of oneerlijk om het commerciële oogmerk niet te laten blijken en dit zou ook niet verplicht mogen worden gesteld.

Amendement 37
Artikel 7, lid 3, letter e)

e) voor producten en transacties met recht op herroeping of annulering, het bestaan van dit recht.

e) voor producten en transacties met recht op herroeping of annulering, **ruil en/of terugbetaling**, het bestaan van dit recht.

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 38
Artikel 7, lid 3, letter e) bis (nieuw)

e bis) de precieze inhoud en oorsprong in geval van levensmiddelen;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en

adequate voorlichting van de consument.

Amendement 39
Artikel 7, lid 3, letter e) ter (nieuw)

e ter) volledige bijzonderheden van de productgarantie en voorwaarden en de service na verkoop;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 40
Artikel 7, lid 3, letter e) quater (nieuw)

e quater) lidmaatschap van een gedragscode, voorzover van toepassing;

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 41
Artikel 7, lid 3 bis (nieuw)

3 bis. Alle informatie genoemd in lid 3 wordt op een duidelijke en zichtbare manier getoond.

Motivering

Dit komt overeen met de resolutie van het EP over de gevolgen van het Groenboek van de Commissie over de consumentenbescherming in de EU voor het toekomstige consumentenbeleid van de EU (verslag-Patrie, P5_TA-PROV(2003)0101) dat op 13 maart 2003 werd goedgekeurd en dat, in paragraaf 8, de noodzaak beklemtoont van duidelijke en adequate voorlichting van de consument.

Amendement 42
Artikel 7, letter b) bis (nieuw)

b bis) het gebruik door een handelaar van
uitgeleend materiaal, gebruik van de

enigerlei fysiek gebrek waarvan de handelaar zich bewust is, teneinde de vrijheid van keuze van de consument in verband met het product te beperken.

Motivering

Bescherming moet worden geboden aan kwetsbare groepen, met name mensen met een fysiek gebrek, wier gebrek kan worden uitgebuit.

Amendement 43
Artikel 9, letter c)

(c) het gebruik door de handelaar van bepaalde tegenslagen of omstandigheden die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen beperken, en die de handelaar bekend zijn, om het besluit van de consument met betrekking tot het product te beïnvloeden;

(c) het gebruik door de handelaar van bepaalde tegenslagen of omstandigheden die zo ernstig zijn dat zij het beoordelingsvermogen van de consument kunnen beperken, en die de handelaar bekend zijn, om het besluit van de consument met betrekking tot het product te beïnvloeden ***tenzij de consument uitdrukkelijk het product wenst aan te schaffen in verband met de tegenslagen of omstandigheden;***

Motivering

De handelaar moet een consument op legitieme wijze kunnen adviseren over een product dat dient om de tegenslag te verwerken, bijvoorbeeld, een begrafenisondernemer moet alternatieve opties kunnen aandragen voor de begrafenis van een dierbare, hoewel duidelijk is dat de consument is aangedaan.

Amendement 44
Artikel 10

Deze richtlijn sluit (eventueel door de lidstaten aangemoedigd) toezicht op oneerlijke handelspraktijken door eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau en het inschakelen van deze instanties door de in artikel 11 genoemde personen of organisaties niet uit, indien de mogelijkheid van behandeling door dergelijke instanties bestaat naast de gerechtelijke of de administratieve procedure bedoeld in dat artikel.

Deze richtlijn sluit (eventueel door de lidstaten aangemoedigd) toezicht op oneerlijke handelspraktijken door eigenaars van codes op nationaal of communautair niveau en het inschakelen van deze instanties door de in artikel 11 genoemde personen of organisaties niet uit, indien de mogelijkheid van behandeling door dergelijke instanties bestaat naast de gerechtelijke of de administratieve procedure bedoeld in dat artikel.
Dergelijke codes moeten verifieerbare verplichtingen bevatten voor toezicht, naleving en schadeloosstelling van

klachten, die voor alle ondertekenaars bindend zijn. Inschakeling van een dergelijke controlerende instantie houdt niet in dat wordt afgezien van de in artikel 11 van de richtlijn bedoelde gerechtelijke of administratieve beroepsprocedures.

Motivering

Het voorstel versterkt de uitwerking van vrijwillige gedragscodes. Het beroep op gedragscodes is facultatief en mag de in artikel 11 van de richtlijn bedoelde gerechtelijke of administratieve beroepsprocedures niet vervangen.

Amendement 45
Artikel 10, lid 1 bis (nieuw)

1 bis. De Commissie dient verder onderzoek te verrichten naar de rol van industriële gedragscodes op het gebied van de bescherming van de economische belangen van consumenten. Binnen drie jaar na de inwerkingtreding van de richtlijn brengt de Commissie verslag uit aan het Europees Parlement en de lidstaten, met aanbevelingen over de mogelijke goedkeuring of bekrachtiging van dergelijke vrijwillige, non-discriminatoire industriële gedragscodes, met inbegrip van de criteria waaraan dergelijke gedragscodes moeten voldoen en de procedure die gevolgd moet worden voor de goedkeuring of bekrachtiging.

Motivering

Zie motivering bij amendement op overweging 14 bis (nieuw).

Amendement 46
Artikel 11, lid 1, alinea 1

1. De lidstaten ***zorgen voor*** passende en doeltreffende middelen ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken ***en*** voor de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten.

1. De lidstaten ***zetten*** passende en doeltreffende middelen ***in*** ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken ***om te zorgen*** voor de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten.

Motivering

De lidstaten zijn verplicht resultaten te bereiken bij de controle van de toepassing van de richtlijn.

Amendement 47
Artikel 11, lid 2, alinea 2

ook zonder bewijs van daadwerkelijk geleden verlies of schade dan wel van opzet of onachtzaamheid van de handelaar.

indien er geen bewijs **is** van daadwerkelijk geleden verlies of schade **voor de gemiddelde consument** dan wel van opzet of onachtzaamheid van de handelaar, **dient er voldoende bewijs te worden verzameld om de bevoegde rechtbanken of administratieve autoriteiten ervan te overtuigen dat de oneerlijke handelspraktijk verlies of schade tot gevolg zal hebben.**

Motivering

Indien de formulering niet geamendeerd zou worden, zouden er stappen genomen kunnen worden wanneer een praktijk op het punt staat te worden toegepast, zonder dat er bewijs is van daadwerkelijk geleden verlies of van schade van de economische belangen van de consument, dan wel van opzet of onachtzaamheid van de handelaar. Er moet worden aangegeven dat er voldoende bewijs moet worden overlegd.

Amendement 48
Artikel 11, lid 3, letter c)

(c) hun beslissingen **in beginsel** met redenen omkleden.

(c) hun beslissingen met redenen omkleden.

Amendement 49
Artikel 17

De lidstaten nemen de nodige maatregelen om de consument in kennis te stellen van het nationale recht waarin deze richtlijn is omgezet en moedigen handelaars en **beroepsorganisaties** zo nodig aan om de consumenten over hun gedragscodes in te lichten.

De lidstaten nemen de nodige maatregelen om de consument in kennis te stellen van het nationale recht waarin deze richtlijn is omgezet en moedigen handelaars en **eigenaren van codes** zo nodig aan om de consumenten over hun gedragscodes in te lichten.

Amendement 50
Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 3

(3) Producten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden indien **een gegronde vermoeden bestaat** dat de handelaar deze producten of gelijkwaardige producten niet tegen die prijs kan leveren of door een andere handelaar kan doen leveren gedurende een periode en in hoeveelheden die, rekening houdend met het product en de aangeboden prijs, redelijk zijn

(3) Producten tegen een genoemde prijs te koop aanbieden indien **er aanwijzingen zijn** dat de handelaar deze producten of gelijkwaardige producten niet tegen die prijs kan leveren of door een andere handelaar kan doen leveren gedurende een periode en in hoeveelheden die, rekening houdend met het product, **met de omvang van de voor het product gevoerde reclame**

(lokkertjes).

en de aangeboden prijs, redelijk zijn
(lokkertjes).

Motivering

De toets in de tekst van de Commissie is op een vermoeden gebaseerd. Dit is niet eerlijk.

Amendement 51

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 5

(5) Bedrieglijk beweren dat het product slechts gedurende een zeer **korte** tijd beschikbaar zal zijn om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven om een geïnformeerd besluit te nemen.

(5) Bedrieglijk beweren dat het product slechts gedurende een zeer **bepaalde** tijd beschikbaar zal zijn om de consument onmiddellijk te doen beslissen en hem geen kans of onvoldoende tijd te geven om een geïnformeerd besluit te nemen.

Motivering

Ter wille van de duidelijkheid.

Amendement 52

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 9

(9) Bedrieglijk beweren dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin in gevaar is indien de consument het product niet koopt.

(9) Bedrieglijk beweren dat de persoonlijke veiligheid van de consument of zijn gezin in gevaar is indien de consument het product niet koopt **of door ernstige overdrijving van de gevaren die de consument of zijn gezin loopt als de consument het product koopt of niet koopt.**

Motivering

Er zijn omstandigheden waaronder het van belang is dat handelaren de consument wijzen op de gevaren die verbonden zijn aan het kopen of het niet kopen van bepaalde producten, en om die reden is het van belang dat die situaties niet onder het verbod vallen.

Amendement 53

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 11

(11) Nalaten de in de bijlage bij de verordening betreffende verkoopsbevordering vermelde informatie te verstrekken, of bij de uitvoering van de vereisten van deze bijlage onjuiste, onduidelijke of dubbelzinnige informatie verstrekken.

Schrappen

Motivering

De verordening betreffende verkoopbevordering in de interne markt is nog niet van kracht. Zodra dit het geval is, kan de onderhavige richtlijn alsnog worden aangepast.

Amendement 54

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 11 bis (nieuw)

(11 bis) Gebruik van een kunstmatig hoge referentieprijzen als basis voor het verlenen van kortingen en het aldus bij de consument wekken van de onjuiste indruk dat er een prijsvoordeel is.

Amendement 55

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12

(12) De bewoording "liquidatie-uitverkoop" of een gelijkwaardige bewoording gebruiken wanneer de handelaar niet op het punt staat zijn zaak stop te zetten.

(12) De bewoording "liquidatie-uitverkoop" of een gelijkwaardige bewoording gebruiken wanneer de handelaar niet op het punt staat zijn zaak stop te zetten, ***en zich evenmin in een omstandigheid bevindt die hem krachtens de wet het recht geeft zijn verkoopssituatie als liquidatieverkoop te kwalificeren.***

Amendement 56

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 bis (nieuw)

(12 bis) Bevordering van de verkoop van een product waarvan beweerd wordt dat het identiek is aan dat van een andere fabrikant, indien dit niet het geval is.

Motivering

Hoewel bedrijven het recht hebben goedkopere alternatieven te produceren mits zij geen octrooien/handelsmerken schenden, moeten consumenten de sterkst mogelijke bescherming genieten tegen zgn. "passing-off".

Amendement 57

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 ter (nieuw)

(12 ter) Levering van goederen of diensten aan consumenten die daar niet om verzocht hebben, tenzij duidelijk is gemaakt dat de goederen of diensten gratis zijn en kunnen worden behouden of gebruikt zonder enige verplichting van de

zijde van de consument.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 58

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 quater (nieuw)

(12 quater) Het op zodanige wijze drijven van handel dat het voor consumenten moeilijk is de ware identiteit te kennen van de persoon of personen die in het normale geval als verkoper of leverancier volgens de geldende wetgeving aansprakelijk zijn.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 59

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 quinquies (nieuw)

(12 quinquies) Het bevorderen van de levering van producten of diensten onder het mom van enquêtering of opinieonderzoek.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 60

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 sexes (nieuw)

(12 sexes) Het op zodanig wijze adverteren of bevorderen van de verkoop van producten dat de commerciële bedoeling van de mededeling wordt verhuld.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 61

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 septies (nieuw)

(12 septies) Het direct of indirect verkrijgen van de handtekening van de consument voor uitzonderingen op de in deze richtlijn vervatte wettelijke bescherming.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 62

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 octies (nieuw)

(12 octies) Het dragen van verantwoordelijkheid voor een gedragscode maar het niet nemen van redelijke maatregelen tegen bij de code aangesloten leden die zich bij herhaling niet aan de bepalingen van de code houden.

Motivering

Van eigenaars van gedragscodes kan worden verwacht dat zij erop toe zien dat ondertekenaars de bepalingen van een gegeven code naleven.

Amendement 63

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 nonies (nieuw)

(12 nonies) De praktijk om zich op te heffen of van eigenaar te veranderen met het opzettelijke doel om zich aan aansprakelijkheid of eerdere overeenkomsten te onttrekken (zgn. 'phoenix companies').

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 64

Bijlage 1, "Misleidende handelspraktijken", punt 12 decies (nieuw)

(12 decies) Wedstrijden of uitloven van prijzen volgens regelingen waarbij niet de bedoeling bestaat of heeft bestaan om de prijzen daadwerkelijk te verlenen.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 65

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 2

(2) De consument langdurig of herhaaldelijk thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan, negeren.

(2) De consument langdurig of herhaaldelijk thuis opzoeken en zijn verzoek om weg te gaan **en niet terug te komen**, negeren.

Motivering

Dit moet herhaalde bezoeken vollediger aanpakken.

Amendement 66

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 3

(3) Hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of via andere afstandsmedia.

(3) Hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of via andere afstandsmedia **zodra de consument duidelijk heeft gemaakt dat dit aandringen niet langer gewenst is.**

Motivering

Gevallen waarin een handelaar in contact blijft treden ondanks een duidelijke reactie van de consument dat de communicatie ongewenst is en moet worden gestaakt.

Amendement 67

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 4

(4) Zich richten tot consumenten die onlangs een sterfgeval of een ernstige ziekte in hun familie hebben meegemaakt om hun een product te verkopen dat rechtstreeks met hun leed verband houdt.

(4) Zich richten tot consumenten die onlangs een sterfgeval of een ernstige ziekte in hun familie hebben meegemaakt om hun een product te verkopen dat rechtstreeks met hun leed verband houdt. **Deze bepaling geldt niet voor begrafenisondernemers.**

Amendement 68

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 5

(5) Een **consument die een beroep doet op een verzekeringspolis** om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van

(5) Een **verzekerde** om documenten vragen die redelijkerwijs niet relevant kunnen worden geacht om de geldigheid van de aanspraak **op zijn verzekeringspolis** te

de aanspraak te beoordelen, **om** de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen.

beoordelen, **met de bedoeling** de consument ervan te weerhouden zijn contractuele rechten uit te oefenen.

Amendement 69

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 6

(6) In reclame voor kinderen suggereren dat zij slechts door hun leeftijdsgenoten zullen worden aanvaard **indien hun ouders** een bepaald product **voor hen kopen**. Deze bepaling laat artikel 16 van Richtlijn 89/552/EEG betreffende televisie-omroepactiviteiten onverlet.

(6) In reclame voor kinderen suggereren dat zij slechts door hun leeftijdsgenoten zullen worden aanvaard indien **zij** een bepaald product **kopen of dat dit voor hen gekocht wordt**. Deze bepaling laat artikel 16 van Richtlijn 89/552/EEG betreffende televisie-omroepactiviteiten onverlet.

Motivering

Andere personen dan ouders kunnen verantwoordelijk zijn voor de aanschaf, inclusief de kinderen zelf.

Amendement 70

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7

(7) Betaling vragen voor producten die de handelaar heeft geleverd, maar waar de consument niet om heeft gevraagd (ongevraagde levering)

(7) Betaling **of terugzending** vragen voor producten die de handelaar heeft geleverd, maar waar de consument niet om heeft gevraagd (ongevraagde levering)

Motivering

De consument verplichten om een ongevraagd product terug te zenden brengt kosten voor de consument met zich mee en moet als zodanig als agressieve handelspraktijk worden aangemerkt.

Amendement 71

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 bis (nieuw)

(7 bis) Commerciële mededelingen die ertoe neigen antisociaal of gevaarlijk gedrag te bevorderen, met name onder kwetsbare groepen.

Motivering

De verkoop van producten waarvan bekend is dat zij leiden tot een toename van gewelddadig gedrag, en waarvan de verkoop wordt bevorderd zonder dat rekening wordt gehouden met de mogelijke gevaarlijke gevolgen ervan, mag niet worden bevorderd onder kwetsbare groepen.

Amendement 72

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 ter (nieuw)

(7 ter) Lastig vallen, dwingen of op onbetamelijke wijze beïnvloeden van de consument om een kredietovereenkomst aan te gaan tegen een rentepercentage dat zeer hoog is in vergelijking met de percentages die in het algemeen geboden worden aan consumenten voor kredietovereenkomsten van hetzelfde type.

Motivering

De formulering 'kredietovereenkomst' beschermt de consument tegen allerlei soorten agressieve kredietovereenkomsten, met inbegrip van kredieten die betrekking hebben op woningverbetering, waar regelmatig sprake is van oneerlijke praktijken. Dergelijke overeenkomsten moeten worden verboden vanwege de agressieve aard ervan, en niet zozeer vanwege de prijs.

Amendement 73

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 quater (nieuw)

(7 quater) Het in de weg leggen van buitengewoon zware of onredelijke belemmeringen, ongeacht of deze van procedurele of inhoudelijke aard zijn, voor consumenten die gebruik willen maken van hun recht om een overeenkomst te beëindigen of van leverancier te veranderen.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 74

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 quinquies (nieuw)

(7 quinquies) De weigering om te reageren op klachten binnen een redelijke termijn en procedures die onduidelijk, ingewikkeld, langdurig of kostbaar zijn.

Motivering

Verruiming van de categorieën van oneerlijke praktijken.

Amendement 75

Bijlage 1, "Agressieve handelspraktijken", punt 7 sexies (nieuw)

(7 sexies) Het beginnen van gerechtelijke procedures of het staken van dienstverlening zonder te trachten om overeenstemming te bereiken over een betaalbare terugbetalingsregeling met een consument in financiële moeilijkheden.

Motivering

Dit is een uitwerking van de definitie van 'besluit over een transactie' om te zorgen dat ook situaties hieronder vallen waarbij de consument geen stappen neemt en daardoor slachtoffer wordt van een oneerlijke handelspraktijk. Zo wordt bijvoorbeeld de elektriciteitslevering aan een consument stopgezet na aanvechting van een rekening die maar liefst zeven maal hoger is dan het verschuldigde bedrag.