Ministerie Economische Zaken en Klimaat

t.a.v. de Staatssecretaris, mevrouw M. Keizer

Postbus 20401

2500 EK Den Haag

En

Ministerie van Justitie en Veiligheid

t.a.v. de Minister, de heer F. Grapperhaus

Postbus 20301

2500 EH Den Haag

Datum, 26 augustus 2020

Onderwerp: Reactie fashioncheque Holding inzake internetconsultatie wetsvoorstel geldigheid cadeaubonnen

Geachte Excellenties,

Fashioncheque Holding B.V. (**FCH**) maakt hierbij graag gebruik van de mogelijkheid te reageren op de consultatietekst van het wetsvoorstel 'Wet verlenging minimale geldigheidsduur cadeaubonnen'.

FCH verzoekt u overigens deze reactie niet te publiceren.

Fashioncheque - introductie

fashioncheque is een cadeaukaart voor de modebranche. Met een fashioncheque kunnen in (online) winkels mode- en aanverwante artikelen worden gekocht. Zie www.fashioncheque.com.

FCH is de eigenaar van het merk fashioncheque. In Nederland wordt de fashioncheque juridisch – als elektronisch geld - uitgegeven door solarisBank AG (**solarisBank**).

SolarisBank heeft een Duitse bankvergunning, en mag uit dien hoofde elektronisch geld uitgeven.

In Nederland is solarisBank actief op basis van grensoverschrijdende dienstverlening (freedom of services).

Gereguleerde en ongereguleerde cadeaubonnen

Fashioncheque is daarmee een gereguleerde cadeaubon, waarop onder andere artikel 7:251a van het Burgerlijk Wetboek (BW) van toepassing is. Dit artikel implementeert artikel 11 van de herziene Elektronisch Geld Richtlijn (richtlijn 2009/110/eg ofwel **EMD2**). Zie ook hierna onder het kopje kostensystematiek.

Op gereguleerde cadeaubonnen is verder de Wet ter voorkoming van witwassen en financieren van terrorisme (**Wwft**) van toepassing. Voor de gereguleerde cadeaubonnen betekent dit dat er cliëntonderzoek vereisten gelden, alsook bepaalde transactiemonitoring verplicht is.

De ongereguleerde cadeaubonnen zijn – samengevat – bonnen die een beperkt bestedingsgebruik kennen of bij een beperkt aantal acceptanten kan worden besteed. Dit wordt ook al aangeduid als de

limited range of limited network. Op dergelijke bonnen is de Wet op het financieel toezicht (**Wft**) ingevolge de artikelen 1:5 jo 1:5a lid 2 onder k Wft niet van toepassing. Ook de op elektronisch geld ziende bepalingen in het BW zijn niet van toepassing (ingevolge artikel 7:515 lid 4 BW). De Wwft is niet van toepassing omdat de uitgevers van dergelijke cadeaubonnen niet als een Wwft-instelling kwalificeren ingevolge artikel 1a lid 3 onder e Wwft.

Kostensystematiek

Voor ongereguleerde cadeaubonnen is het inderdaad zo dat, zoals de consultatieversie van de toelichting ook vermeldt, dat bij het verlopen van de cadeaubonnen er bedragen toevallen aan uitgevers van deze cadeaubonnen. Voor het kunnen uitgeven van de in toenemende mate steeds technologisch complexer wordende producten is dat echer noodzakelijk. Een cadeaubon kan namelijk niet op een gezonde manier worden geëxploiteerd wanneer de consument geen enkele marge zou betalen. Immers, een cadeaubon wordt tegen nominale waarde verkregen en dus is er geen sprake van een transactie waarbij de uitgever geld verdient aan deze transactie. Sterker nog, er wordt bij de verkoop alleen maar een verlies gecreëerd omdat er door het verkooppunt marge wordt ingehouden. Er is dus sprake van een negatief resultaat bij de verkoop van een cadeaubon. Nu er geen marge vooraf wordt betaald door diegene die de cadeaubon koopt voor een ander is het de verkrijger van de cadeaubon die, doordat het tegoed na een bepaalde periode vervalt, op deze wijze een marge betaalt voor het gebruik van de geavanceerde technologische producten die cadeaubonnen inmiddels zijn. Op deze manier wordt het verlies dat geleden wordt bij verkoop goedgemaakt.

Voor gereguleerde cadeaubonnen (elektronisch geld) is het nog ingewikkelder.

Vorderingen van houders van elektronisch geld hebben in beginsel een onbeperkte houdbaarheidsdatum. Terugbetaling, indien dat wordt gevraagd, geschiedt tegen de nominale waarde. Zie artikel 7:521a lid 1 BW. Dus ook als de cadeaubon niet meer in de winkel kan worden besteed voor een aankoop (na verloop van de vervaldatum), heeft de houder van de gereguleerde cadeaubon nog steeds recht op terugbetaling van de nominale waarde door de uitgever van de cadeaubon. Dat is een essentieel verschil met de ongereguleerde cadeaubonnen en maakt de exploitatie zo mogelijk nog moeilijker.

Voor gereguleerde cadeaubonnen geldt overigens wel een bepaalde – wettelijke - kostensystematiek.

Indien de houder terugbetaling verzoekt op de dag waarop de overeenkomst is beëindigd of binnen één jaar na die dag, dan is de uitgever verplicht hem de volledige monetaire waarde van het uitgegeven elektronische geld terug te betalen. Deze regels zijn van dwingend recht. Ten nadele van consumenten kan hiervan niet worden afgeweken.

Wordt de terugbetaling voor het einde van de overeenkomst verzocht of later dan één jaar na het einde van de overeenkomst, dan mag de uitgever kosten voor de terugbetaling in rekening brengen. Wel moet er daarvoor een grondslag in de overeenkomst bestaan. Uit art. 7:251a lid 3 BW volgt dat dit, naast de situatie dat de overeenkomst vroegtijdig door de houder van het elektronisch geld wordt beëindigd, de enige gevallen zijn dat voor terugbetaling een vergoeding kan worden gevraagd. Het einde van de overeenkomst kan overigens óók worden gemarkeerd door het moment waarop de houder het elektronisch geld niet meer als betaalmiddel kan gebruiken.

Voor een gereguleerde cadeaubon met een geldigheidsduur van één jaar geldt dus in ieder geval dat de houder in het tweede jaar de volledige (niet bestede) waarde van de cadeaubon kan terugkrijgen.

Na dat tweede jaar mag de uitgever vergoeding in rekening brengen, maar deze vergoeding moet in wel redelijke verhouding staan tot de kosten die de EGI feitelijk heeft gemaakt, bijvoorbeeld een bedrag van EUR 0,50 per maand aan beheers- en administratiekosten.

Uitzondering voor gereguleerde cadeaubonnen

In de consultatieversie van de toelichting wordt opgemerkt dat het nieuwe artikel 6:236, onderdeel t, BW ziet op "cadeaubonnen". Volgens de toelichting is dit een algemeen gangbaar begrip dat geen wettelijke definitie behoeft. Cadeaubonnen zijn er in allerlei soorten en deze wetswijziging is op al deze soorten van toepassing. Bepalend voor de beoordeling of sprake is van een cadeaubon is de vraag of hij naar zijn aard bestemd is om als geschenk te dienen.

Tegen de hiervoor geschetste achtergrond vindt FCH het passend gereguleerde cadeaubonnen van de toepassing van het nieuwe artikel 6:236, onderdeel t, BW uit te zonderen. De reden daarvoor is dat de houders van dergelijke bonnen, óók na het verval van de mogelijkheid de bon te besteden, hun financiële aanspraak op de uitgever houden en het niet-bestede tegoed niet meteen kwijt zijn. Bovendien wordt het product door geldende wetgeving aangemerkt als financieel product en niet als een cadeauproduct. Integendeel. Een jaar lang kan de volledig (niet-bestede) nominale waarde worden teruggekregen en ná dat jaar blijft de aanspraak bestaan, zij het dat de uitgever vanaf dat moment een redelijke vergoeding in rekening mag brengen.

Het ook van toepassing laten zijn van het nieuwe artikel op gereguleerde cadeaubonnen zou overigens met zich brengen dat het concurrentievoordeel van de uitgevers van ongereguleerde cadeaubonnen ten opzichte van uitgevers van gereguleerde bonnen nog groter wordt. Omdat de uitgevers van gereguleerde bonnen altijd verplicht zijn, na het verval van de bon, de volledige (niet-bestede) waarde op verzoek terug te betalen, zou een minimum duur van twee jaar in plaats van een jaar met zich brengen dat een (maandelijkse) kostenvergoeding pas drie jaar na uitgifte is.

Strijdig met Europees recht?

FCH vraagt zich overigens ook af of het voorgestelde artikel ten aanzien van gereguleerde cadeaubonnen wel is toegestaan gezien (de opzet van) EMD2. Deze richtlijn voorziet niet in een bepaalde bestedingsduur van elektronisch geld, hetgeen ook verklaarbaar is vanwege het recht op terugbetaling. Niet valt in te zien dat een nationale wetgever voor gereguleerde cadeaubonnen dan strengere eisen zou mogen opleggen.

Overig

FCH vraagt verder aandacht voor het feit dat er cadeaubonnen zijn die daadwerkelijk cadeaus betreffen in die zin dat er niet voor hoeft te worden betaald. Dergelijke 'gratis' cadeaubonnen kunnen bijvoorbeeld door een bedrijf als marketingactie worden verstrekt. Nu voor deze cadeaubonnen door de consumenten niet is betaald, lijkt het gepast ook deze bonnen buiten toepassing van het nieuwe artikel te houden.

Mocht u nog vragen hebben naar aanleiding van deze reactie of meer informatie willen over fashioncheque of de markt in zijn algemeen, dan kunt u altijd contact met mij opnemen.

Vriendelijke groet

Stephan Tieleman

CEO fashioncheque Holding B.V.