



Ministerie van Veiligheid en Justitie  
Postbus 20301  
2500 EH Den Haag

Amsterdam, 18 juni 2015

Onderwerp: Reactie naar aanleiding van internetconsultatie implementatie Richtlijn 2014/17/EU

Geachte heer, mevrouw,

Met belangstelling heeft NDP Nieuwsmedia, de brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven, kennisgenomen van het voorstel van wet ter implementatie van de Europese richtlijn inzake kredietovereenkomsten voor consumenten met betrekking tot voor bewoning bestemde onroerende goederen 2014/17/EU.

In deze consultatiebijdrage richten wij ons op de voorgenomen reclameregels voor kredietovereenkomsten van artikel 7:120 BW. Volgens NDP Nieuwsmedia is implementatie van de artikelen 10 en 11 van de Richtlijn in dit artikel niet noodzakelijk. Het artikel schept onduidelijkheid en bovendien zijn er al regels voor reclame voor financiële producten in wetgeving vastgelegd. Daarnaast beschikt Nederland over een uitstekend functionerend zelfreguleringskader voor verantwoorde reclame.

### **Zelfregulering van reclame, uitgangspunt in Nederland**

NDP Nieuwsmedia is principieel tegenstander van nieuwe reclameverboden of –beperkingen, zoals voorgesteld in artikel 7:120. In Nederland neemt de mediasector al meer dan vijftig jaar haar verantwoordelijkheid voor verantwoorde reclame door een effectief systeem van zelfregulering. Zodra maatschappelijke of technologische ontwikkelingen daar aanleiding toe geven, actualiseert de Stichting Reclamecode het zelfreguleringskader. De mediasector heeft de Nederlandse Reclamecode hoog in het vaandel staan: de code wordt zeer goed nageleefd. NDP Nieuwsmedia participeert bestuurlijk en financieel in de Stichting Reclamecode. Het alternatief, dwingende wetgeving, is zeer statisch en kan het commitment van de sector waarop de Reclamecode kan rekenen nooit evenaren.

### **Focus op zelfregulering in plaats van wettelijke beperkingen**

Richtlijn 2014/17/EU beperkt de reclamemogelijkheden. Zoals vaker bij Europese advertentievoorschriften zijn de regels niet toegesneden op de verschillende situaties in EU-lidstaten en bovendien erg statisch. Het bevorderen van effectieve zelfregulering in (nieuwe) EU-lidstaten verdient volgens NDP Nieuwsmedia dan ook de voorkeur boven Europese regelgeving in richtlijnen of verordeningen.

Omdat de zelfregulering op het terrein van reclame uitstekend functioneert in Nederland, is NDP Nieuwsmedia van mening dat het aantal wettelijke beperkingen tot een minimum beperkt moet



blijven. Zeker wanneer hier binnen de richtlijn mogelijkheden voor zijn. Van de mogelijkheid die de Richtlijn 2014/17/EU biedt in artikel 11, eerste lid, tweede alinea (om het verstrekken van standaardinformatie niet verplicht te stellen, indien in plaats van de rentevoet en de cijfers betreffende de kredietkosten alleen het jaarlijks kostenpercentage in de reclame wordt vermeld) wordt echter geen gebruik gemaakt. NDP Nieuwsmedia vraagt zich af waarom u van deze mogelijkheid afziet. Wanneer het niet verstrekken van de standaardinformatie leidt tot misleidende reclame, is er – juist in Nederland – een rol voor zelfregulering weggelegd.

## **Artikel 7:120 geheel overbodig**

Allereerst een opmerking van redactionele aard: de definities van titel 2b van Boek 7, opgenomen in artikel 118 eerste lid, staan niet in alfabetische volgorde. Dit is wel gebruikelijk. Daarnaast is het begrip reclame, essentieel voor toepassing van artikel 120, niet gedefinieerd. Dit kan tot verwarring leiden, zowel bij het medium als bij adverteerders en consumenten.

NDP Nieuwsmedia is van mening dat het eerste lid van artikel 120 overbodig is omdat het overeenkomt met de bepaling van artikel 4:19 tweede lid van de Wet op het financieel toezicht (Wft). Dit artikel luidt: 'De door een financiële onderneming aan cliënten verstrekte of beschikbaar gestelde informatie, waaronder reclame-uitingen, ter zake van een financieel product, financiële dienst of nevendienst is correct, duidelijk en niet misleidend.' Het eerste lid van artikel 51a van het Besluit Gedragstoezicht financiële ondernemingen Wft (Bgfo) geeft hier concreet invulling aan.

Het doel van het eerste lid van artikel 120 en het tweede lid van artikel 4:19 Wft is hetzelfde. Kredietaanbieders voor onroerende zaken moeten al voldoen aan de bepaling uit de Wft. De AFM is bevoegd om artikel 4:19 tweede lid Wft te handhaven.

De burgerlijke rechter wordt op grond van het vijfde lid van artikel 120 bevoegd bij overtredingen van het eerste – of een ander – lid. Deze competentie volgt niet uit Richtlijn 2014/17/EU. Het bevoegd verklaren van de burgerlijke rechter past niet binnen de lijn van het kabinet om richtlijnen minimaal te implementeren. Daarnaast wordt er al toezicht gehouden door de AFM en kent Nederland – zoals eerder gezegd – een goed functionerend systeem van zelfregulering van reclame door de Stichting Reclamecode. Het neerleggen van competentie bij de burgerlijke rechter is dus overbodig.

Naar de mening van NDP Nieuwsmedia zijn het tweede, derde en vierde lid van artikel 120 overbodig, omdat ook deze overeenkomen met regels die voortvloeien uit de Wft en Bgfo. Daarnaast kunnen deze leden tot verwarring leiden. Het opnemen van alle standaardinformatie op grond van het tweede lid leidt tot voor de consument onduidelijke en onbegrijpelijke reclames op alle platforms. Er is een nuance voor *alle* platforms nodig. Artikel 53 Bgfo kan hierbij ter inspiratie dienen, al is dit artikel niet platformneutraal. Daarnaast zal het doel van een 'Europese interne hypotheekmarkt' vanwege taalbarrières, verschillen in nationale wetgeving en – in sommige gevallen – verschillende valuta niet worden behaald door het verplicht mededelen van standaardinformatie in reclame.



Ten slotte is NDP Nieuwsmedia van mening dat omdat de leden 1 tot en met 4 van artikel 7:120 overbodig zijn, het vijfde lid ook overbodig is. Het neerleggen van competentie bij de burgerlijke rechter is overbodig. Dit lid gaat verder dan Richtlijn 2014/17/EU vereist en miskent de Nederlandse traditie van zelfregulering van reclame.

**Samenvattend:**

- Nederland kent een goed functionerend systeem van zelfregulering van reclame door de Stichting Reclamecode, nieuwe wettelijke reclameverboden of –beperkingen zijn daarom ongewenst.
- Het eerste lid van artikel 7:120 BW is met het oog op het tweede lid van artikel 4:19 Wft overbodig.
- Het tweede tot en met het vierde lid van artikel 7:120 zijn onnodig omdat ook deze overeenkomen met de Wft en Bgfo. Daarnaast ontstaat er onduidelijkheid.
- Uit het feit dat de leden 1 tot en met 4 van artikel 7:120 overbodig zijn, volgt logischerwijs dat het vijfde lid dat ook is. Tevens gaat dit lid verder dan de richtlijn en miskent het de Nederlandse traditie van zelfregulering van reclame.

Ik hoop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,

Tom Nauta  
*directeur*