

Reactie CMC op internetconsultatie EZ over het concept wetsontwerp en concept memorie van toelichting inzake de Wijziging van de Wet handhaving consumentenbescherming (versterking van de bestuursrechtelijke handhaving).

Amsterdam, 3 september 2010

Het Centrum voor Merk en Communicatie (CMC), de koepel van de commerciële communicatie, is geen voorstander van een additionele handhavingsbevoegdheid voor de Consumentenautoriteit (CA). Het huidige instrumentarium zou niet toereikend zijn om snel op te kunnen treden tegen een vermoedelijke overtreding van consumentenregels waarop door de CA wordt toegezien. Het CMC acht dit standpunt niet gefundeerd.

Zelfregulering

Het wezenlijke hiaat in het onderhavige wetsvoorstel is dat er geen betekenis lijkt te worden toegekend aan zelfregulering. Het komt CMC voor dat er wel degelijk betekenis dient te worden toegekend aan zelfregulering in het onderhavige wetsontwerp, zoals dit ter overweging is opgenomen in de Richtlijn Oneerlijke handelspraktijken (overweging 20). Het vertrekpunt in het onderhavige wetsontwerp daarbij zou moeten zijn dat er pas publiekrechtelijk aanwijzingen gegeven kunnen worden als de betrokken branche zelf niet in staat blijkt om een juiste en concrete invulling op basis van bijvoorbeeld een bijzondere reclamecode of gedragscode. De zelfregulering in de branche werkt bevredigend. De branche stelt zich voortdurend open voor mogelijke aanpassingen in het gevallen van gefundeerde kritiek.

Daarom luidt ons advies zonder meer negatief ten aanzien van deze additionele bevoegdheid.

Hieronder gaan wij verder meer inhoudelijk in op het concept wetsvoorstel en de daarbij behorende memorie van toelichting.

Corrigerend effect

Het CMC is van oordeel dat de nieuwe handhavingsbevoegdheden een zware wissel kunnen trekken op individuele ondernemers en eventueel breed gedragen 'branche standards' die ontwikkeld zijn in zelfreguleringscodes. De aanleiding hiervoor is gebaseerd op de doelomschrijving van een aanwijzingsbevoegdheid (concept artikel 2.8 Wet handhaving consumentenbescherming). Het doel van deze bevoegdheid bestaat er uit om een concrete gedragslijn voor te schrijven die voorschriften geeft waaraan een individuele ondernemer snel en met enige pressie zou moeten voldoen (paragraaf 3 eerste alinea, pagina 3).

De impact van het ‘corrigerende’ effect van een aanwijzingsbevoegdheid is voor CMC bezwaarlijk. In de stukken wordt immers niet aangegeven hoe de CA deze bevoegdheid mag gebruiken. Deze omissie wordt het sterkst gevoeld, indien de aanwijzing betrekking heeft op het invullen van open normen , terwijl er sprake is van branchebreed gedragen reclamecodes.

Open normen

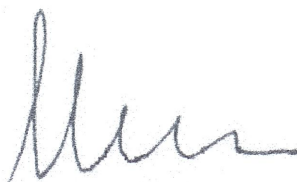
Mocht de aanwijzingsbevoegdheid worden geïntroduceerd, dan zal de Consumentenautoriteit haar aanwijzingsbevoegdheid vooral gaan inzetten op basis van wetgeving die gekenmerkt wordt door een groot aantal open normen. Dit geldt speciaal voor de Wet oneerlijke handelspraktijken die per 1 oktober 2008 in werking trad in afdeling 3A van Titel 3 van Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek. In zo’n geval wordt de toezichthouder daarmee uitlegger en invuller van een open norm die op basis van de wetsgeschiedenis dient te worden overgelaten aan de civiele rechter.¹ Het zou voor de hand hebben gelegen om de aanwijzingsbevoegdheid te beperken tot normen die concrete en nauwkeurig omschreven verbodsbepalingen geven of daaraan in ieder geval inhoudelijke criteria te verbinden. CMC geeft ter overweging mee dat het passend is om terughoudend te zijn in de omgang met de nieuwe bevoegdheid als open normen worden ingevuld. Daarbij wordt in overweging gegeven om eventuele reclame en gedragscodes tot uitgangspunt te nemen. Deze zijn bij uitstek geschikt zijn om te bepalen welke concrete maatregelen moeten worden genomen waaraan een bedrijfsvoering van een ondernemer dient te voldoen.

Slot

Hoewel in de concept Memorie van toelichting wordt toegelicht dat de nieuwe (aanvullende) bevoegdheden als een urgente aangelegenheid wordt gezien, is CMC daarvan niet overtuigd geraakt dat om deze reden er vooruit moet worden gelopen op de wettelijk verplichte evaluatie van de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc), als bedoeld in artikel 10.2 Whc.

CMC hecht er ten slotte sterk aan indien er toch overwogen wordt om het aan aanwijzingsbevoegdheid in te stellen, dan verzoekt het CMC om nader overleg voordat het wetsvoorstel wordt afgerond.

Hoogachtend,



Dhr. J.S.J. (Hans) Hillen
Voorzitter CMC

¹ Tweede Kamer, 2006-2007, 30 928, nr. 3, p. 18.

CMC

CMC, Centrum voor Merk en Communicatie, is het samenwerkingsverband tussen BVA (Bond van Adverteerders), DDMA (Dutch Dialogue Marketing Association), SPOT (Stichting Promotie Televisiereclame) en VEA (Vereniging van Communicatieadviesbureaus). CMC zet zich in voor het behoud van vrijheid van verantwoorde commerciële meningsuiting en zelfregulering. De branche is gebaat bij zelfregulering om commerciële communicatie in optima forma te kunnen benutten. Randvoorwaarde hierbij is dat men met respect voor de ontvanger en maatschappelijk verantwoord te werk gaat.