EUROPESE
COMMISSIE

Brussel, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD EN HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ

Over de toepassing van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken

De verwezenlijking van een hoog niveau van consumentenbescherming
Opbouw van vertrouwen in de interne markt

MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD EN HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ

Over de toepassing van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken

De verwezenlijking van een hoog niveau van consumentenbescherming
Opbouw van vertrouwen in de interne markt

1. INLEIDING

Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken[1] (hierna "de richtlijn" genoemd) werd op 11 mei 2005 vastgesteld om de consumenten te laten profiteren van de interne markt door het wegnemen van de wettelijke belemmeringen die voortvloeien uit verschillende nationale voorschriften en die bedrijven afschrikken om hun producten in de hele EU aan te bieden en het consumentenvertrouwen in grensoverschrijdende aankopen in de EU ondermijnen.

De richtlijn vormt het belangrijkste stuk EU-wetgeving over misleidende reclame en andere oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten. Het toepassingsgebied ervan is ruim en omvat alle handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten (B2C) in alle sectoren. De richtlijn is niet alleen van toepassing op de reclame- of de marketingfase van een transactie, maar ook "*[…] gedurende en na een commerciële transactie met betrekking tot een product*"[2].

De richtlijn voorziet in een hoog niveau van consumentenbescherming in alle sectoren. Zij fungeert als een vangnet om de lacunes op te vullen waarvoor geen andere sectorspecifieke EU-voorschriften bestaan. Zij zorgt ervoor dat consumenten niet worden misleid of met agressieve marketing worden benaderd en dat alle beweringen van handelaars in de EU duidelijk, nauwkeurig en onderbouwd zijn, zodat de consumenten geïnformeerde en zinnige keuzes kunnen maken.

In combinatie met andere internemarktwetgeving[3] en de "SBC-verordening" betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor de handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming[4] draagt de richtlijn bij tot de transparantie van de markt en tot voorkoming van oneerlijke concurrentie in de EU. Alle lidstaten hebben de voorschriften ervan in hun nationale wetgeving omgezet.

---

1 Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad

2 Zie artikel 3, lid 1, van de Richtlijn.

3 Bijv. Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel"), en Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten.

4 Verordening (EG) Nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad van 27 oktober 2004 betreffende samenwerking tussen de nationale instanties die verantwoordelijk zijn voor handhaving van de wetgeving inzake consumentenbescherming ("verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming").

Deze mededeling schetst de belangrijkste conclusies uit de eerste ervaringen op het gebied van de handhaving van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, krachtens artikel 18 van die richtlijn, en zet uiteen welke actie noodzakelijk is om de voordelen van de richtlijn voor de integratie van de eengemaakte markt en consumentenbescherming zo groot mogelijk te maken.

Samen met deze mededeling wordt een verslag met gedetailleerde gegevens over de toepassing van de richtlijn in de lidstaten bekendgemaakt[5]. Dit is een onderdeel van de Europese Consumentenagenda[6] die erop gericht is de consument maximaal en vol vertrouwen te laten deelnemen aan de markt en het vertrouwen en de groei te stimuleren.

De consumentenuitgaven zijn goed voor 56% van het bbp van de EU en zijn van essentieel belang om de doelstelling van slimme, duurzame en inclusieve groei te bereiken. Zoals in de Europese Consumentenagenda is aangegeven, kan het stimuleren van de vraag een belangrijke rol spelen om voor de EU een uitweg uit de crisis te vinden.

Om dit mogelijk te maken, moet het potentieel van de eengemaakte markt worden benut.

Uit gegevens blijkt dat online winkelende consumenten in de gehele EU kunnen kiezen uit tot 16 keer meer producten, maar dat 60% van de consumenten nog geen gebruik maakt van dit kanaal. Als gevolg van deze terughoudendheid profiteren zij niet optimaal van het keuzeaanbod en de prijsverschillen op de eengemaakte markt.

Beleidsmaatregelen die het consumentenvertrouwen stimuleren, kunnen de economische groei in Europa een sterke impuls geven.

2. BEOORDELING VAN DE VOORDELEN VAN DE RICHTLIJN

2.1. Verwezenlijking van een hoog niveau van consumentenbescherming en gelijke voorwaarden voor handelaars

Uit de eerste ervaringen met de toepassing van de richtlijn blijkt dat de consumentenbescherming bij alle lidstaten intern en grensoverschrijdend sterk verbeterd is en dat bonafide ondernemingen tegelijk beter beschermd worden tegen concurrenten die niet volgens de regels werken.

De voordelen van de richtlijn komen voornamelijk voort uit twee specifieke eigenschappen: het horizontale vangnetkarakter en de combinatie van op beginselen gebaseerde voorschriften met een zwarte lijst die bepaalde oneerlijke praktijken specifiek verbiedt.

Dankzij de op beginselen gebaseerde voorschriften van de richtlijn oneerlijke praktijken kunnen de nationale instanties zich aanpassen aan snel veranderende producten, diensten en verkoopstechnieken. Dit zijn waterdichte voorschriften met criteria die met enig flexibiliteit kunnen worden toegepast ter voorkoming van oneerlijk gedrag waarvoor geen specifieke verbodsbepalingen bestaan.

---

5 Zie het verslag bij deze mededeling “Detailed information on the application of Directive 2005/29/EC concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (‘Unfair Commercial Practices Directive’)”.

6 Zie *“Een Europese consumentenagenda – Vertrouwen en groei stimuleren”*, COM(2012) 225 final van 22.05.2012 – http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0225:FIN:NL:PDF.

De zwarte lijst van praktijken die onder alle omstandigheden verboden zijn, biedt nationale instanties een doeltreffend instrument tegen gangbare oneerlijke praktijken zoals lokkertjes, valse gratis aanbiedingen, verborgen reclame en rechtstreekse beïnvloeding van kinderen.

Enkele voorbeelden van praktijken die volgens de richtlijn verboden zijn:

Consumenten naar de zaak of de website van de handelaar lokken door goederen of diensten aan te bieden die niet kunnen worden geleverd (lokkertjes)

Sabine uit Duitsland zag in een tijdschrift een advertentie voor een speciale promotie: ***"Vlieg naar Barcelona voor 1 euro!"*** *Toen ze de vlucht online wilde boeken, waren de prijzen veel hoger. Toen ze contact opnam met de klantendienst van de firma vernam ze dat slechts een beperkt aantal plaatsen tegen de voordeelprijs werd aangeboden. De meeste klanten konden geen gebruik maken van deze aanbieding.*

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken verbiedt het aanbieden van producten tegen een bepaalde prijs zonder duidelijk te vermelden dat de beschikbaarheid ten gevolge van de grootschalige advertentie en de aangeboden prijs beperkt kan zijn.

Valse gratis aanbiedingen

Marit uit Estland ontving van een onlinewinkel voor schoonheidsproducten de volgende e-mail: ***"Bel nu en ontvang GRATIS een designzonnebril!"*** *Toen ze belde, kreeg ze te horen dat dit aanbod enkel geldig was bij aankoop van producten voor een bedrag van 2 000 euro of meer.*

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken verbiedt een handelaar om een product valselijk als gratis te omschrijven wanneer de klant eigenlijk nog andere kosten moet maken dan de kosten om in te gaan op de advertentie of om het product te laten leveren.

Moeilijk overschakelen

Filip wil voor zijn huis een andere verzekeringspolis nemen en een contract afsluiten met een andere onderneming. Wanneer hij naar zijn verzekeraar belt, vertelt deze hem dat hij een aantal verschillende formulieren moet invullen om zijn contract te beëindigen. Helaas duurt het meer dan twee weken eer de verzekeraar de noodzakelijke formulieren kan (of wil) afgeven en de dame aan de telefoon vermeldt ook dat de verwerking van de aanvraag drie maanden in beslag zal nemen. Van pure frustratie geeft Filip op. Tot zover zijn goede voornemens.

Volgens de richtlijn oneerlijke handelspraktijken mogen handelaars geen kosten met zich meebrengende of bovenmatige niet-contractuele belemmeringen opleggen ten aanzien van rechten die de consument uit hoofde van het contract wil uitoefenen, waaronder het recht om het contract te beëindigen of een ander product of een andere handelaar te kiezen.

Kinderen rechtstreeks aanzetten tot kopen

Alain was verrast toen zijn dochtertje ineens begon te zeuren om een collectie films met haar favoriete boekenheld. Hij had door wat er aan de hand was toen hij een tv-reclame voor die films zag: ***"Je favoriete boek is er nu ook op dvd – vraag je vader om hem voor jou te kopen!"***

Volgens de richtlijn oneerlijke handelspraktijken is het niet toegelaten dat verkopers kinderen aansporen om aan volwassenen te vragen de producten uit de reclame te kopen. Dit verbod geldt voor alle media, ook voor reclame op televisie en via internet.

Dankzij de richtlijn oneerlijke handelspraktijken kunnen de nationale consumentenorganisaties allerlei oneerlijke handelspraktijken, met inbegrip van *misleidende milieuclaims* en *agressieve praktijken*, tegengaan en deze ook bestraffen[7]. Maar toch stellen we het volgende vast:

– belanghebbenden signaleren dat "groene" claims (zoals "milieuvriendelijk", "biologisch afbreekbaar", "duurzaam" en "natuurlijk") ondanks het huidige juridische kader nog steeds niet op een verantwoorde manier worden gebruikt en vaak zeer algemeen, vaag en niet nauwkeurig gedefinieerd zijn. Consumentenorganisaties geven aan dat het bovendien moeilijk is om de betrouwbaarheid van dergelijke claims te controleren, vooral bij energie, cosmetica, auto's en detergenten;

– enkele lidstaten melden agressieve, op kinderen en ouderen gerichte praktijken bij onlinegames. Er zijn extra inspanningen nodig om de handhaving van de richtlijn te versterken voor deze groepen kwetsbare consumenten die zich in een zwakke positie bevinden. Gezien de voortschrijdende vergrijzing van de bevolking moet er vooral voor worden gezorgd dat kwetsbare consumenten beschermd worden tegen de risico's die voortvloeien uit de effecten van de economische crisis en de complexiteit van de digitale markten.

2.2. Opbouw van vertrouwen in de eengemaakte markt

Door de uiteenlopende voorschriften betreffende oneerlijke handelspraktijken van de lidstaten te vervangen door één pakket voorschriften, heeft de richtlijn het juridisch kader vereenvoudigd en draagt zij bij tot het verminderen van de belemmeringen voor grensoverschrijdende handel.

De richtlijn wordt ook vaak gebruikt om grensoverschrijdende geschillen op te lossen. Bijna 50% van de door het CPC-netwerk[8] behandelde aanvragen voor wederzijdse bijstand van de afgelopen vijf jaar (informatieaanvragen, meldingen en handhavingsverzoeken) gaat over inbreuken op de richtlijn. Bovendien zijn er door het CPC-netwerk op basis van de richtlijn verscheidene gemeenschappelijke toezichtsacties ("sweeps" of bezemacties) gehouden (voor digitale producten en diensten, onlineverkoop van vliegtuigtickets, onlinediensten voor mobiele telefonie, webwinkels voor elektronica)[9].

Een belangrijk gedeelte van de richtlijn moet ervoor zorgen dat consumenten tijdig betrouwbare en volledige informatie krijgen over de belangrijkste eigenschappen van een product of dienst, over de prijs en over de belangrijkste voorwaarden. Daardoor kunnen consumenten aanbiedingen gemakkelijker begrijpen en vergelijken. Dit heeft een rechtstreeks effect op de door de handelaars ontwikkelde marketing- en reclametechnieken.

---

7 Zie deel 4 betreffende handhaving van het bijgaande verslag over de toepassing van de Richtlijn.

8 De SBC-verordening nr. 2006/2004 heeft een kader ingesteld dat handhavingsinstanties in staat stelt nauw samen te werken voor de bestrijding van grensoverschrijdende handelspraktijken die het consumentenrecht schenden. Sinds 2007 werkt het CPC-netwerk aan grensoverschrijdende gevallen van inbreuken op de richtlijn oneerlijke handelspraktijken.

9 http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm

Reclame speelt een cruciale rol in een goed werkende eengemaakte markt en is voor bedrijven het belangrijkste instrument om hun producten en diensten op de internationale markt te verkopen. Door reclame kunnen bedrijven zichzelf openlijk onderscheiden: reclame stimuleert de concurrentie, doet de prijzen dalen en verhoogt de kwaliteit.

Volgens de recente mededeling betreffende e-handel vormt nauwkeurige en transparantere informatie bij nationale en internationale aanbiedingen een cruciaal element om het consumentenvertrouwen te stimuleren en handelaars aan te moedigen via internet te verkopen[10].

Uit recente informatie is gebleken dat meer consumenten nu belangstelling hebben om grensoverschrijdende onlineaankopen te doen (52%, stijging van 19 procentpunten) en dat zij daarbij meer geld willen uitgeven (18%, een stijging van 5 procentpunten) dan in 2006, toen de richtlijn nog niet door de lidstaten was omgezet[11]. Als een van de belangrijkste wetgevingsinstrumenten van de EU ter bevordering van het consumentenvertrouwen en de grensoverschrijdende handel heeft de richtlijn oneerlijke handelspraktijken in belangrijke mate bijgedragen tot deze meer open houding van de Europese consumenten. Toch moeten we ons ervan bewust zijn dat de groei van grensoverschrijdende onlinehandel nog ver achterligt op de groei van de binnenlandse onlinehandel en dat er nog meer inspanningen nodig zijn.

Financiële diensten en vastgoed zijn — gezien de complexiteit en de eraan verbonden ernstige risico's — kritieke sectoren. In deze sectoren zijn veel oneerlijke praktijken zoals het ontbreken van essentiële informatie in de reclame en misleidende productbeschrijvingen gemeld. De meeste lidstaten hebben nationale voorschriften opgesteld die de bescherming van de consument krachten de richtlijn oneerlijke handelspraktijken verbetert en aanvult. Uit het onderzoek blijkt dat het voorlopig niet wenselijk is om de lidstaten de in de richtlijn voorziene mogelijkheid te ontnemen in deze specifieke sectoren verder te gaan dan de in de richtlijn vastgestelde harmonisatie[12].

2.3. Adequate en doeltreffende handhaving van de richtlijn

Al bij al blijkt het juridisch kader van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken geschikt te zijn om de eerlijkheid te beoordelen van nieuwe onlinepraktijken die parallel met de evolutie van reclametechnieken in de verkoop worden ontwikkeld, zoals prijsvergelijking en websites voor

---

10 Zie het werkdocument van de diensten van de Commissie *Bringing e-commerce benefits to consumers*, een bijlage bij de mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's *Een coherent kader voor een groter vertrouwen in de digitale eengemaakte markt voor elektronische handel en onlinediensten*, COM (2011) 942 final van 11.01.2012 – http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm.

11 Zie Flash Eurobarometer 332, *Consumers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection*, mei 2012, blz. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Een groeiend percentage consumenten (50%) is bereid in een andere EU-taal goederen of diensten te bestellen (+17 procentpunten ten opzichte van 2006). Het percentage dat helemaal niet bereid is om aankopen te doen in een andere taal is gedaald van 42% in 2008 tot 30% in 2011. Ook het percentage Europeanen dat aangeeft te weten waar ze informatie en advies over grensoverschrijdende aankopen kunnen vinden, is aanzienlijk gestegen, van 24% in 2006 tot 39% in 2011.

12 Zie artikel 3, lid 9, van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken en de *Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property* uitgevoerd door Civic Consulting in opdracht van de Europese Commissie, DG justitie 2012, te raadplegen op http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

collectieve boekingen, of in verband staan met bijvoorbeeld de toenemende reclame via sociale netwerken.

Lidstaten en belanghebbenden lijken de handhaving van de richtlijn op nationaal niveau over het algemeen geschikt en doeltreffend te vinden, maar zij wijzen toch op het gebrek aan middelen, de complexiteit en de lange duur van interne procedures, en op het gebrek aan afschrikkende sancties, die de correcte toepassing van de richtlijn dreigen te ondermijnen.

Bij grensoverschrijdende oneerlijke handelspraktijken is het voor de handhavingsinstanties een echte uitdaging om snel en doeltreffend te reageren. Dit heeft ook invloed op de handhaving van de wetgeving op grensoverschrijdend niveau en volgens het onderzoek blijkt dit duidelijk op het gebied van administratieve samenwerking krachtens de verordening betreffende samenwerking met betrekking tot consumentenbescherming.

Uit de handhavingspraktijk blijkt dat bij klantenbeoordelingsinstrumenten, en vooral bij *websites voor prijsvergelijkingen*, de identiteit van de handelaar achter de site niet duidelijk wordt vermeld en/of er niet wordt aangegeven of de handelaars betalen om hun producten en diensten daar voor te stellen (en dus of de website al dan niet gesponsord is). Dit is een van de grootste problemen.

Uit feedback van belanghebbenden blijkt dat de verplichting om duidelijke en volledige prijsinformatie te verschaffen in commerciële offertes vaak niet wordt nageleefd, vooral in de *reis- en vervoerssector*.

In beide gevallen dringen de belanghebbenden niet aan op wetgevende maatregelen, maar op doortastendere en meer coherente handhavingsmaatregelen.

3. BELANGRIJKSTE PRIORITEITEN VOOR VERDERE ACTIE

Zoals al in de Europese consumentenagenda en in de mededeling van de Commissie betreffende een betere werking van de eengemaakte markt[13] werd aangegeven, is de waarborging van een betere tenuitvoerlegging en handhaving van de bestaande voorschriften een “quick win” op het gebied van groei en werkgelegenheid.

Tegen deze achtergrond moet de richtlijn een cruciale rol spelen. De Commissie heeft de detailhandel (met inbegrip van e-handel), reizen en vervoer, financiële diensten, digitale economie, energie en duurzaamheid aangeduid als de belangrijkste prioriteiten voor de ontsluiting van het groeipotentieel van de eengemaakte markt[14].

Door middel van **intensievere nationale handhaving en versterkte samenwerking voor de grensoverschrijdende handhaving** moet ervoor worden gezorgd dat de richtlijn een hoog niveau van consumentenbescherming behoudt en voordelen voor de interne markt oplevert. Dit geldt voornamelijk bij oneerlijke praktijken die gelijktijdig in meer dan één lidstaat opduiken. In dergelijke gevallen is het cruciaal dat de Commissie, de nationale instanties, de

[13] Zie de mededeling van de Europese Commissie *Betere governance van de interne markt*, COM(2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf

[14] Zie de Europese Consumentenagenda.

consumentenorganisaties en het bedrijfsleven efficiënt samenwerken om praktijken te bestrijden die de hele EU treffen[15].

De behoefte om handhaving zowel op grensoverschrijdend als op nationaal niveau te versterken is een oproep aan de Commissie om **een prominentere rol** te spelen, zich aan te sluiten bij de lidstaten en hen te steunen bij de toepassing van de richtlijn in de gehele EU. De Commissie zal in dit verband nagaan hoe zij in overeenstemming met de verdragen een actievere rol kan spelen om een samenhangende toepassing van de richtlijn aan te moedigen, voornamelijk voor oneerlijke praktijken met een grensoverschrijdend aspect, zoals onlinepraktijken en praktijken waarover handhavingsinstanties dezelfde vragen hebben. Het bevorderen van onderlinge afstemming van praktijken bij de toepassing van de richtlijn is essentieel om gelijke voorwaarden voor handelaars te waarborgen, met name wanneer zij grensoverschrijdende activiteiten uitoefenen en ten slotte om een hoog niveau van consumentenbescherming in Europa te waarborgen.

3.1. Volledige overeenstemming van nationale wetten met de richtlijn waarborgen

De Commissie zal er als hoedster van de Verdragen nauw op toezien dat de richtlijn in alle lidstaten correct wordt omgezet en toegepast. Zij zal conformiteitscontroles verrichten en diepgaande beoordelingen uitvoeren om na te gaan hoe de voorschriften in de praktijk werken en zal waar nodig corrigerende maatregelen treffen. Uit de huidige analyse blijkt dat er in verschillende lidstaten nog verschillen bestaan tussen de nationale wetgeving en de richtlijn. De diensten van de Commissie onderhouden daarom contact met de betrokken lidstaten. De Commissie zal krachtens artikel 258 VWEU de nodige maatregelen treffen wanneer een lidstaat zijn verplichtingen inzake omzetting en handhaving niet nakomt.

3.2. Eenvormige en adequate toepassing van de richtlijn in de lidstaten waarborgen

Om ervoor te zorgen dat de richtlijn naar behoren en op eenvormige wijze wordt toegepast, zal de Commissie:

- voortwerken aan de **richtsnoeren**, naar aanleiding van de input van de nationale handhavingsinstanties en andere belanghebbenden, de opkomst van nieuwe praktijken (ook online) en de ontwikkelingen in de jurisprudentie van de EU en de nationale rechtsorden[16];

- de gegevensbank van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken verbeteren, uitbreiden en bijwerken[17].

---

15 Zie het bijgaande verslag over de toepassing van de richtlijn, deel 3.3.3, bijvoorbeeld in verband met het besluit PS7256 van de Italiaanse mededingingsautoriteit (AGCM) – Comet-Apple Prodotti in Garanzia, Provvedimento nr. 23193 van 27 december 2011.

16 De Commissie is van plan onder meer verder te werken aan de richtsnoeren over misleidende milieuclaims, op basis van de resultaten van een specifiek onderzoek dat in de loop van 2013 zal worden uitgevoerd en op basis van de lopende werkzaamheden voor het actieplan voor duurzame productie en consumptie.

17 Zie https://webgate.ec.europa.eu/ucp/. Deze gegevensbank is gebaseerd op Besluit nr. 1926/2006/EG van het Europees Parlement en de Raad van 18 december 2006 tot vaststelling van een communautair actieprogramma op het gebied van consumentenbeleid (2007-2013).

3.3. Samenwerking tussen lidstaten voor handhaving en administratie versterken

Op basis van de feedback van de lidstaten en belanghebbenden en op basis van de beschikbare gegevens heeft de Commissie sleutelsectoren aangeduid waar nadeel en gemiste kansen voor consumenten werden geconstateerd en waar het groeipotentieel voor de eengemaakte markt het grootst is.

Op die gebieden zal de Commissie specifieke initiatieven opzetten om de handhaving te versteken in overeenstemming met de doelstellingen van de Europese Consumentenagenda.

De Commissie zal de volgende maatregelen nemen:

- *op regelmatige basis thematische **workshops** organiseren voor nationale handhavingsinstanties en **opleidingen** voor handhaving en justitie;*
- *de doeltreffendheid van het CPC-netwerk versterken en gecoördineerde **handhavingsacties (sweeps)** blijven stimuleren;*
- *lidstaten bijstaan voor de **doeltreffende toepassing van de richtlijn** door verder te werken aan de richtsnoeren en beste praktijken met de lidstaten te delen;*
- **samen met de lidstaten *handhavingsindicatoren*** *ontwikkelen voor de toepassing van de richtlijn oneerlijke handelspraktijken, om op te sporen welke tekortkomingen en gebreken nader onderzoek of corrigerende maatregelen vereisen.*

Deze maatregelen zullen vooral gericht zijn op de volgende sleutelsectoren en -gebieden:

- *reizen en vervoer*
- *digitale markten en onlinemarkten*
- *milieuclaims*
- *financiële diensten*
- *onroerend goed*

*Op al deze gebieden wordt bijzondere aandacht besteed aan praktijken die **kwetsbare consumenten** treffen, met name ouderen en minderjarigen.*

3.4. Opvolging van marktontwikkelingen en bewustmaking

De Commissie zal nauw toezien op de marktontwikkelingen om te waarborgen dat het juridisch kader een hoog niveau van consumentenbescherming blijft bieden bij binnenlandse en grensoverschrijdende aankopen.

Bijzondere aandacht wordt daarbij besteed aan de geschiktheid van het juridisch kader om bij te blijven bij de snelle ontwikkeling van marketing- en salestechnieken, producten en diensten in de onlinewereld.

Naast een versterkte handhaving zijn de bewustmakingsacties belangrijk om de consumenten in staat te stellen hun rechten ten volle uit te oefenen. In het kader van het Europees jaar van de burgers zal er in 2013 een *campagne op Europees niveau* worden opgezet in nauwe samenwerking met alle belanghebbenden, met inbegrip van het bedrijfsleven en de consumentenorganisaties, om de kennis van de consumentenrechten, en ook van de richtlijn oneerlijke praktijken te verbeteren.

4. CONCLUSIES

De richtlijn oneerlijke handelspraktijken blijkt een waardevol instrument te zijn om het consumentenwelzijn te verbeteren. Zij heeft het juridisch kader vereenvoudigd en heeft bijgedragen tot het wegnemen van de hinderpalen in de grensoverschrijdende handel. Uit de ervaring is gebleken dat deze op beginselen gebaseerde horizontale wetgeving nuttig en flexibel is. Het vereenvoudigde wetgevende kader maakt het voor ondernemingen gemakkelijker om met grensoverschrijdende activiteiten te beginnen, terwijl consumenten en bedrijven steeds meer voordeel halen uit het onaangeboorde potentieel van de interne markt.

De Commissie vindt het niet aangewezen om de richtlijn in dit stadium te wijzigen, vooral omdat de handhavingservaring in de lidstaten nog te beperkt is in de tijd voor een dergelijk omvattend stuk wetgeving. De Commissie zal haar aandacht nu richten op de samenhang bij de tenuitvoerlegging van de richtlijn, en zal concrete maatregelen treffen om ervoor te zorgen dat de handhaving in een aantal sleutelgebieden beter werkt ten behoeve van het consumentenvertrouwen en de groei.