BIJLAGE II

bij het advies van het Economisch en Sociaal Comité

Het volgende, overeenkomstig het Reglement van Orde ingediende wijzigingsvoorstel met betrekking tot het ontwerp-advies, is tijdens de discussie verworpen.

Op blz. 6 de volgende paragraaf in te voegen:

„4.2.7. Het Comité dringt er bij de Commissie op aan dat de verdeling van de financiële steun sterker lineair en minder selectief moet zijn en dat de afwijking van de ideale gemiddelde lineaire verdeling in de orde van 15 % moet zijn. Dit geldt echter niet voor activiteiten binnen het derde kaderprogramma die zò kort geleden op gang zijn gekomen dat er nog maar weinig kosten zijn gemaakt, zoals voor „metingen en proeven" en „menselijk kapitaal en mobiliteit" het geval is."

Motivering

De door de Commissie voorgestelde verdeling is zeer selectief, hetgeen tot juridische problemen leidt bij de toewijzing van de middelen, met name wanneer de lid-staten het niet met elkaar eens zijn.

Uitslag van de stemming

Stemmen vóór: 26, stemmen tegen: 29, onthoudingen: 8.

Advies over het voorstel voor een richtlijn van de Raad betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten [1]

(93/C 19/28)

De Raad heeft op 10 juni 1992 besloten, overeenkomstig de bepalingen van artikel 100 A van het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap, het Economisch en Sociaal Comité te raadplegen over het voornoemde voorstel.

De Afdeling voor milieu, volksgezondheid en consumentenvraagstukken, die met de voorbereiding van de desbetreffende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 4 november 1992 goedgekeurd. Rapporteur was de heer Bonvicini.

Het Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn 301e Zitting (vergadering van 24 november 1992) het volgende advies uitgebracht, dat zonder stemmen tegen, bij 5 onthoudingen, is goedgekeurd.

1. Inleiding

1.1. Het onderhavige Commissievoorstel vormt een onderdeel van het consumentenbeleid van de Gemeenschap en is het resultaat van langdurig overleg met de betrokken consumenten- en beroepsorganisaties (Consumentenadviesraad en Comité voor handel en distributie).

1.2. Aansluitend op die besprekingen stelt de Commissie nu een kaderrichtlijn voor waarin minimumvoorschriften voor consumentenbescherming zijn vastgelegd. In een bij die kaderrichtlijn behorende aanbeveling [2] wordt de beroepsorganisaties geadviseerd, gedragscodes op te stellen en daarin de minimumvoorschriften aangaande een aantal specifieke punten te verwerken.

1.3. Het betreft hier een tussenoplossing, waarbij de beslissing inzake het al dan niet regelen van gevoelig liggende vraagstukken (betreffende het doen van aanbiedingen om overeenkomsten aan te gaan en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer van de consument, verkoopbevorderende systemen en technieken, financiële garanties, het recht op nietigverklaring en op de terugbetaling van eventuele voorschotten) aan de beroepsorganisaties wordt gelaten, terwijl tegelijkertijd wel een raamwerk in het leven wordt geroepen dat voor de bescherming van de consument als referentiekader dient.

[1] PB nr. C 156 van 23. 6. 1992, blz. 14.
[2] PB nr. L 156 van 10. 6. 1992.

2. Sectorale kenmerken

2.1. In haar memorie van toelichting geeft de Commissie een nauwkeurige analyse van de vooral in een aantal lid-staten (de Bondsrepubliek Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk) in omvang toegenomen sector van de verkoop op afstand en laat zij de sinds 1987 uitgevaardigde wettelijke regelingen de revue passeren.

2.2. Hoewel de sector van de verkoop op afstand nog maar betrekkelijk kort bestaat, neemt deze een hoge vlucht als gevolg van het gebruik van nieuwe communicatietechnieken en heeft deze eigen kenmerken die niet kunnen worden gelijkgesteld met die van meer traditionele — op zich ook al een grote omzet vertegenwoordigende — vormen van verkoop op afstand, zoals huis-aan-huis- en postorderverkoop.

2.3. Door gebruik te maken van de nieuwe flexibele communicatietechnieken, kunnen ook kleine en middelgrote bedrijven — die geen dochterbedrijven in het buitenland hebben — zich via minder omwegen tot consumenten in andere lid-staten wenden en hun een ruimer assortiment produkten aanbieden.

2.4. Dat deze sector nu al omvangrijk is, staat dus buiten kijf. De verwachting is bovendien dat met het toenemende gebruik van elektronische kooptechnieken de snelle groei ervan zal aanhouden, te meer daar talloze bedrijven (goederen en dienstverlening) de mogelijkheid hebben om van die technieken gebruik te maken.

3. Algemene opmerkingen

3.1. Niet alleen de bescherming behoevende consument heeft baat bij een regeling waardoor zijn/haar vertrouwen in het systeem van verkoop op afstand wordt versterkt, maar ook de in deze sector werkzame bedrijven zelf winnen daarbij: de geloofwaardigheid van hun aanbiedingen zal hierdoor immers toenemen, hetgeen de weg opent voor verdere uitbreiding van de klantenkring.

3.2. Verkoop op afstand is bovendien een sector die er bij uitstek voor geschikt is om zich dankzij de nieuwe communicatietechnieken verder transnationaal te ontwikkelen. Dit betekent dat de Europese consument een ruimere produktkeuze wordt geboden, maar ook dat voor een optimale bescherming van de consument moet worden gezorgd. De huidige versnippering in de wetgevingen staat haaks op de goede werking van de interne markt; de keuze van artikel 100 A als rechtsgrondslag voor het onderhavige Commissievoorstel is dan ook gerechtvaardigd.

3.3. Harmonisatie in EG-verband van de in de lidstaten uitgevaardigde voorschriften voor de bescherming van de consument is meer dan ooit gewenst: de bestaande nationale regelingen bieden namelijk geen oplossing voor alle problemen waarvoor een over een transnationale transactie onderhandelende consument kan komen te staan. Het in de richtlijn vast te leggen „minimale" karakter van de voorgestane harmonisatie moet de verst gevorderde nationale beschermingsvoorschriften onverlet laten.

3.4. Een van de meest gevoelige vraagstukken in dit verband betreft de financiële garantie waarvoor in de lid-staten uiteenlopende regelingen zijn getroffen: dat gaat van een geheel of gedeeltelijk verbod om van de consument voorschotten te verlangen (zoals in België, Portugal en Nederland) tot de instelling van garantiefondsen waaraan de bedrijven binnen een bedrijfstak bijdragen betalen naar rato van de in de pers verschenen advertenties (zoals in het Verenigd Koninkrijk). Ook zijn garantieregelingen denkbaar in de vorm van verzekeringen, geblokkeerde rekeningen of aan beide partijen bescherming biedende boetebedingen.

3.5. De hierboven bedoelde sancties moeten steeds worden gekoppeld aan een geblokkeerd bedrag waarbij gedacht kan worden aan een gedeeltelijke verlaging of procentuele (het percentage moet worden afgesproken) verhoging van dat bedrag al naar gelang de gelaedeerde partij de koper of de verkoper is.

3.6. De slotsom is dat het wellicht de voorkeur verdient om deze problematiek nog met behulp van vrijwillige gedragscodes aan te pakken zolang de bestaande verschillen in gebruiken en tradities een hinderpaal blijven vormen bij de bepaling van het meeste geschikte instrument dat hiervoor in EG-verband zou kunnen worden aangewend, maar dat los daarvan erop moet worden toegezien dat het beginsel van financiële zekerheid voor beide partijen onder alle omstandigheden in acht worden genomen.

3.7. In het licht van het voorgaande acht het Comité een richtlijn waarin minimumvoorschriften voor consumentenbescherming zijn vastgelegd, het meest geschikte instrument. Wel zou in de „overwegingen" bij die richtlijn in beginsel moeten worden verwezen naar bepaalde in de aanbeveling vervatte ideeën. Daarbij wordt met name gedacht aan het beginsel dat de consument moet worden beschermd tegen de financiële risico's bij nietnaleving van overeenkomsten en tegen frauduleuze praktijken die niet alleen de consument zelf, maar ook de hele sector schade berokkenen.

3.8. Aangezien de richtlijn bovendien wordt gekoppeld aan een aanbeveling betreffende gedragscodes, moet in samenwerking met de consumentenorganisaties de garantie worden geboden dat de consument over de inhoud van die door beroepsorganisaties opgestelde codes naar behoren wordt geïnformeerd.

3.9. Het in artikel 11 geregelde herroepingsrecht betreft het aan consumenten onvoorwaardelijk toegekende recht om op afstand gesloten overeenkomsten binnen de bedenktijd te herroepen; na het verstrijken van die bedenktijd ontstaat de daarvan te onderscheiden moge-

lijkheid om de overeenkomst alsnog op te zeggen wanneer kan worden vastgesteld dat de betrokken overeenkomst op onderdelen niet wordt nageleefd of dat frauduleuze praktijken plaatsvinden.

3.10. Uiteraard zijn in het geval van frauduleuze praktijken de wetgevingen inzake oneerlijke handelspraktijken en bedrieglijke reclame van kracht. De verplichting tot het geven van betrouwbare informatie geldt voor de identiteit van het aangeboden goed (als het een roerend goed is), voor de werkelijke oorsprong, herkomst, kwaliteit of hoeveelheid van het goed die met de opgegeven of overeengekomen kenmerken van het goed in overeenstemming moeten zijn, voor de kwaliteit c.q. zuiverheid van de in de handel gebrachte goederen in het geval van levensmiddelen, alsmede voor alle benamingen, merken of kentekenen van of op het goed die de consument op generlei wijze over oorsprong, herkomst of kwaliteit van een produkt of een dienst mogen misleiden.

3.11. In het kader van de gedragscodes kunnen specifieke problemen met aangeboden produkten en diensten, maar ook met de diverse verkooptechnieken worden opgelost.

4. Bijzondere opmerkingen

4.1. In artikel 2 (definities) moet duidelijk worden aangegeven dat „overeenkomsten" in de zin van deze richtlijn altijd worden gesloten op grond van een al dan niet van een reclameboodschap vergezeld gaand „aanbod". Niet bedoeld worden dus overeenkomsten/contracten die „op aanvraag" worden gesloten, of die, anders gezegd, worden gesloten omdat een individuele consument — zoals vooral in de kleinhandel de gebruikelijke gang van zaken is — de wens uit dat hem of haar goederen of diensten worden verschaft.

4.2. In datzelfde artikel zou de „consument" moeten worden omschreven als iemand die handelt op persoonlijke titel of „... voor een gebruik dat als niet-bedrijfs- of-beroepsmatig kan worden beschouwd".

4.3. De in artikel 4 geregelde „eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer van de consument" is met name van groot belang voor ouderen en minderjarigen, die vaak het slachtoffer zijn van onrechtmatige vormen van „aanbiedingen". De consument die de wens daartoe heeft geuit, moet van ongewenste „aanbiedingen" verschoond blijven. Daarbij kan worden uitgegaan van de in een aantal lid-staten al opgedane ervaringen met bijvoorbeeld het instellen van „goedkeuring vooraf" of van „uitdrukkelijke weigering" („Mail Preference Service" in het Verenigd Koninkrijk of „Stop Publicité" in Frankrijk).

4.4. In de opsomming die in artikel 6 wordt gegeven van gegevens die de consument bij een aanbod tot het aangaan van een overeenkomst moeten worden verstrekt, zouden ook de inlichtingen moeten worden genoemd i.v.m. het mogelijke bestaan van financiële garanties en vooral van een beding voor het geval dat de overeenkomst niet of te laat wordt nagekomen.

4.5. De bepaling in artikel 8, lid 3: „Uitblijven van een antwoord geldt niet als toestemming" is erg belangrijk in de strijd tegen allerlei vormen van misbruik. De impact ervan zou echter nog kunnen worden vergroot door aanduidingen in tegengestelde zin (nl. dat het uitblijven van een antwoord als toestemming wordt beschouwd) nietig te verklaren.

4.6. In de opsomming van de inlichtingen die krachtens artikel 10 bij de uitvoering van de overeenkomst moeten worden verschaft, moeten de garantievoorwaarden uitdrukkelijk worden vermeld. Daarnaast zouden bedoelde inlichtingen moeten worden verstrekt in een taal die voor de koper volkomen begrijpelijk is. De hiervoor in het richtlijnvoorstel opgenomen bepaling dat de consument deze „in de bij het aanbod gebruikte taal" moet ontvangen, biedt in dat opzicht wellicht onvoldoende bescherming.

4.7. Het Comité stelt vast dat de in artikel 11 voor herroeping voorgestelde termijn van tenminste zeven kalenderdagen korter is dan de bedenktijd die in de Bondsrepubliek Duitsland en het Verenigd Koninkrijk gangbaar is, terwijl dat de landen zijn waar verkoop op afstand al het langst bestaat en op de grootste schaal plaatsvindt. De nationale wetgevingen zouden moeten voortbouwen op ervaringen die in de verst gevorderde landen zijn opgedaan. Bovendien is harmonisatie gewenst van de manier waarop de dagen worden geteld (dus van de vraag of feestdagen al dan niet moeten worden meegerekend).

4.8. Het Comité juicht het toe dat aan beroeps- en/of consumentenorganisaties overeenkomstig de nationale voorschriften het recht wordt toegekend om een rechtsvordering in te stellen (art. 13, lid 2) en dat de bescherming van de consument wordt verzekerd door het dwingende karakter van de bepalingen van de voorgestelde richtlijn (art. 14: De consument kan van de aldus aan hem of haar toegekende rechten „geen afstand doen").

Gedaan te Brussel, 24 november 1992.

De Voorzitter

van het Economisch en Sociaal Comité

Susanne TIEMANN