

Kennedy Van der Laan

De heldere lijn

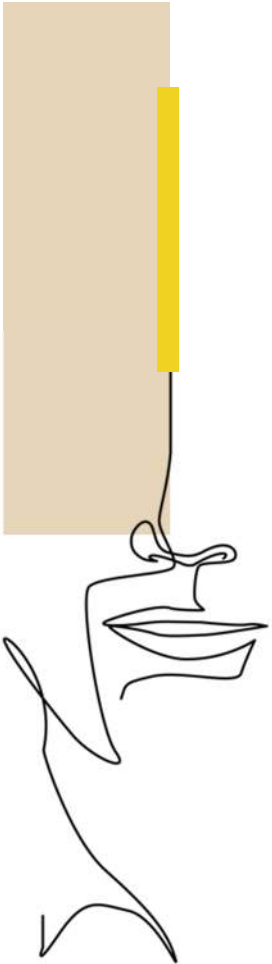
## E-commerce en reclamerecht: van verleiden tot misleiden

Veerle van Druenen  
2 november 2021



# E-commercerecht?

- Specifiek:
  - Richtlijn 2000/31 inzake e-commerce (art. 3:15d, 6:227a – c BW)
  - Richtlijn 2011/83 inzake consumentenrechten (art. 6:230g e.v. BW)
- Algemeen:
  - Richtlijn 2005/29 inzake oneerlijke handelspraktijken (art. 6:193a e.v. BW)
  - Richtlijn 2006/123 inzake diensten (art. 6:230a e.v. BW)
  - Richtlijn 98/6 inzake prijsaanduiding producten (Prijzenwet / Besluit prijsaanduiding producten)
  - Verordening 2018/302 inzake geoblocking



# Regels voor online verkoop

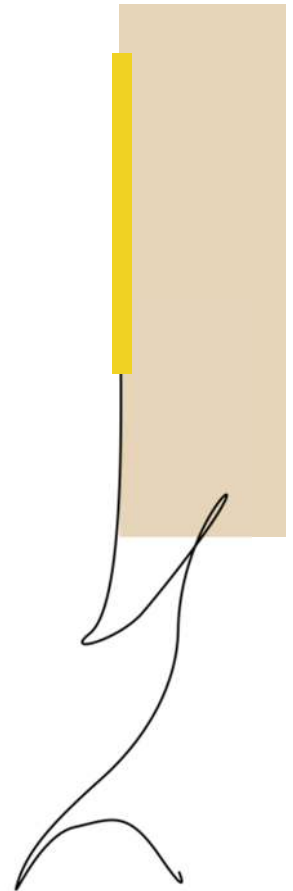




## Verplicht informeren bij online verkoop

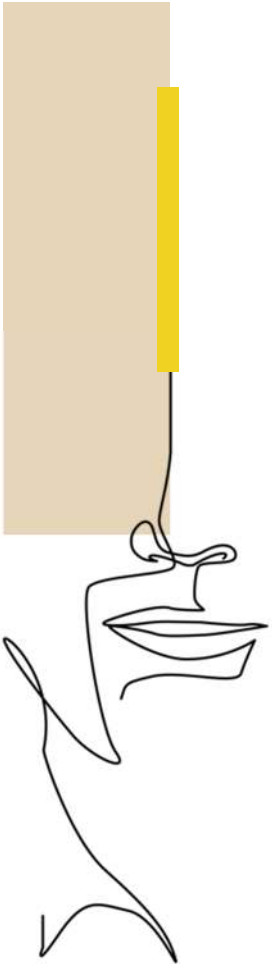
# Informatieplichten online verkoop

- Art 3:15d BW - Diensten van de informatiemaatschappij
  - Informatie over identiteit / contactgegevens / andere details (lid 1)
  - Prijzen duidelijk en ondubbelzinnig met vermelding belastingen en leverkosten (lid 2)
- Art. 6:227b en 6:227c BW – Overeenkomsten langs elektronische weg
  - Informatie over totstandkoming ovk / gedragscodes (art. 6:227b lid 1 BW)
  - Voorwaarden (niet zijnde AV) (art. 6:227b lid 2 BW)
  - Eisen inrichting bestelproces (art. 6:227c lid 1 BW)
  - Bevestiging bestelling (art. 6:227c lid 2 BW)



# Informatieplichten online verkoop

- Art. 6:230m BW
  - Prijs, kenmerken product of dienst, functionaliteit en interoperabiliteit
  - Identiteit en contactgegevens
  - Wijze betaling, levering, uitvoering, leveringstermijn, klachten, ADR
  - Duur overeenkomst, ontbindingsrecht, conformiteit en garanties
- Art. 6:230v BW
  - Informatieverstrekking in bestelproces (incl. bestelknop)
  - Bevestiging informatie op duurzame gegevensdrager
- Prijzenwet en Besluit prijsaanduiding producten



—

**bol.com** 

V&D

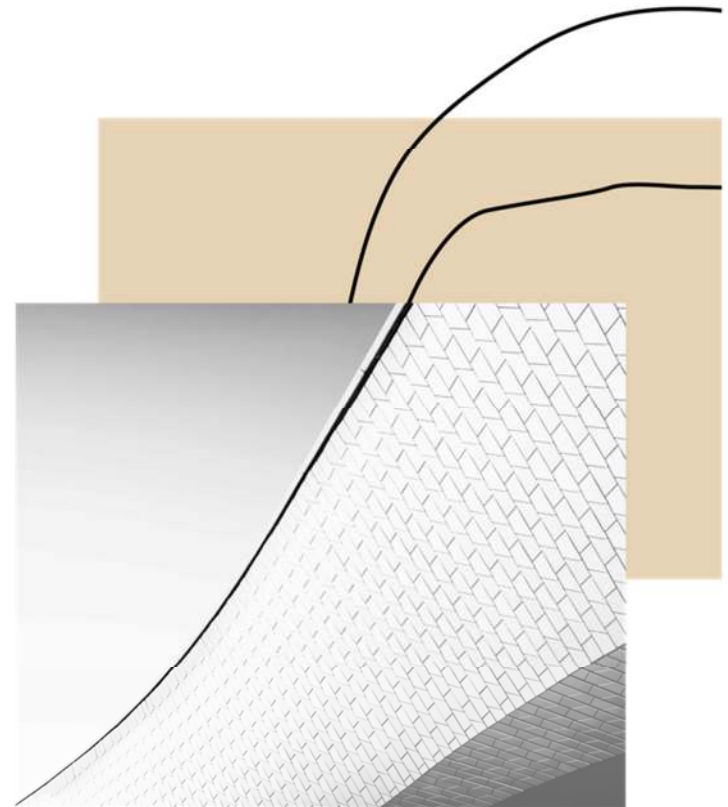
**amazon** 

**ebay**

fonQ

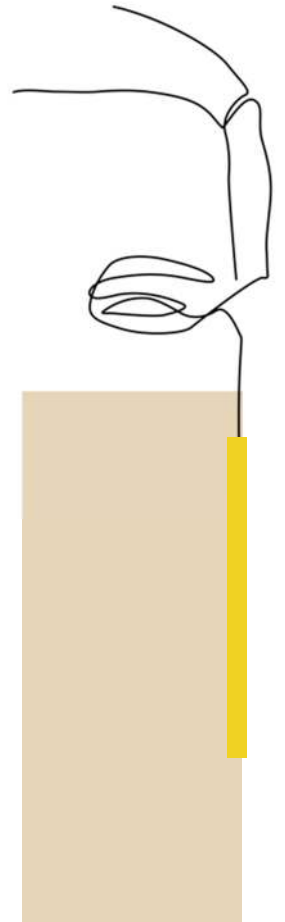
 **zalando**

**blokker.**



# Moderniseringsrichtlijn & online marktplaatsen

- Nieuwe informatie onder art. 6:230m BW voor online marktplaatsen:
  - Informatie over parameters ter bepaling van de rangschikking
  - Derde verkoper handelaar ja/nee (op basis info derde)
  - Indien derde geen handelaar is dat consumentenbescherming niet van toepassing is
  - Indien van toepassing: de wijze waarop de met de overeenkomst verband houdende verplichtingen worden gedeeld tussen de derde en de aanbieder van de online marktplaats







## Moderniseringsrichtlijn & prijzen

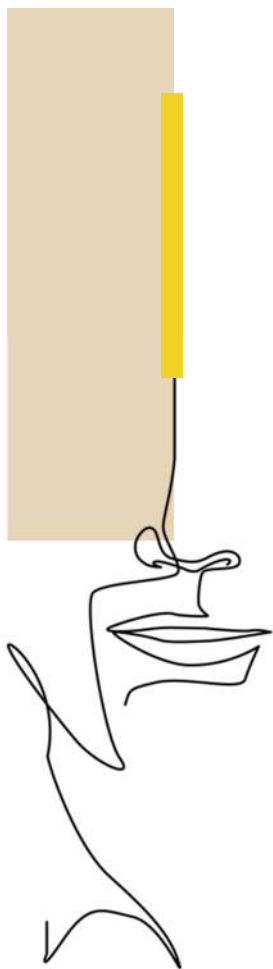
- Prijspersonalisatie op basis van geautomatiseerde besluitvorming (art. 6:230m BW)
- Nieuwe informatie Besluit prijsaanduiding producten
  - Bij aankondiging prijsverminderingen aangeven vorige prijs die is toegepast gedurende een bepaalde periode voorafgaand aan de toepassing van de prijsvermindering.
  - Vorige prijs = laagste prijs die is toegepast tijdens een periode niet korter dan 30 dagen voor de toepassing van de prijsvermindering



Verleiden en misleiden:  
oneerlijke  
handelspraktijken

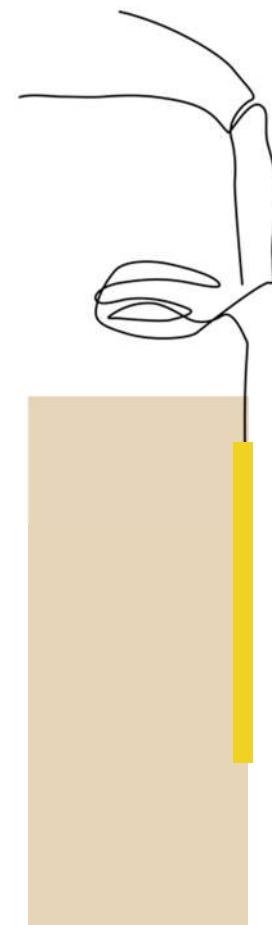
## OHP *in a nutshell*

- Verbod op agressieve, misleidende en andere oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten
- Handelspraktijk: iedere handeling, omissie, gedraging, voorstelling van zaken of commerciële communicatie, met inbegrip van reclame en marketing, van een handelaar, die rechtstreeks verband houdt met de verkoopbevordering, verkoop of levering van een product aan consumenten
- Breed toepassingsbereik (bij online verkoop, maar ook reclames, banners, reviews, *influencers*, social media, verkoopgesprekken, klantenservice na aankoop, etc).
- Bepalend: (potentiële) beïnvloeding transactionele beslissing



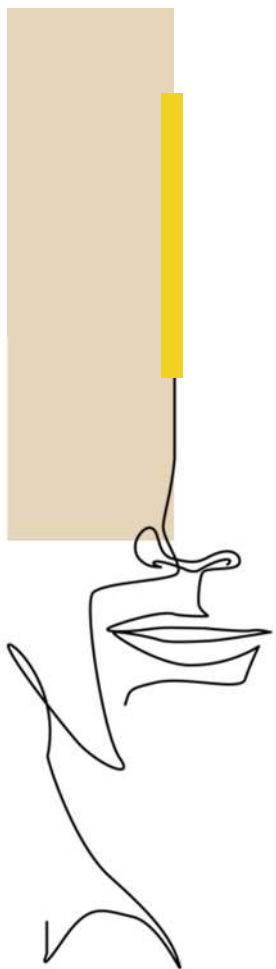
# Misleidende handelspraktijken

- Misleidende handelspraktijken
  - Verstrekking onjuiste of misleidende informatie (bijv. door presentatie) (art. 6:193c BW)
  - Weglaten, verbergen, of laattijdig of op onduidelijke manier verstrekken essentiële informatie (art. 6:193d BW).
- Specifieke handelspraktijken op zwarte lijst (misleitend onder *alle* omstandigheden) (art. 6:193g BW)



## Essentiele informatie

- Essentiele informatie die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen en door het weglaten waarvan de consument een andere beslissing neemt of kan nemen over een overeenkomst dat hij anders niet had genomen (art. 6:193d lid 1 BW)
- Rekening houden met feitelijke context, de beperkingen communicatiemedium en maatregelen om de informatie op andere wijze te verstrekken (art. 6:193d lid 4 BW)

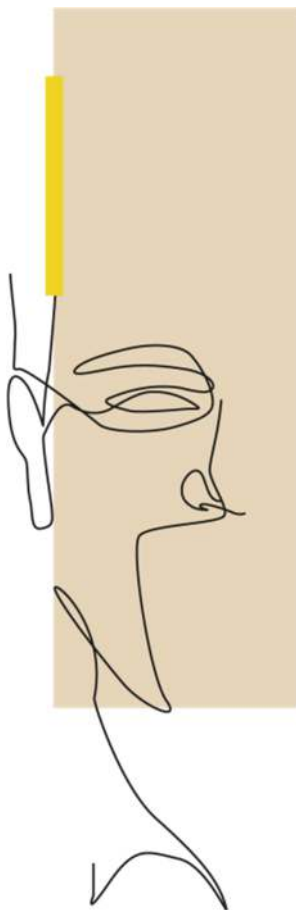


# Essentiele informatie

- Uitnodiging tot aankoop (art. 6:193e BW)
  - Een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt een aankoop te doen
  - Niet vereist dat de commerciële boodschap een instrument bevat om daadwerkelijk tot aankoop over te gaan (HvJ C-122/10, *Ving Sverige*)
- Essentiele informatie: voornaamste kenmerken product, identiteit en adres handelaar, prijs incl. belastingen, wijze van levering, uitvoering en klachten indien afwijken van professionele toewijding, informatie over recht van ontbinding.

## Essentiele informatie

- Commerciële communicatie, reclame of marketing daaronder begrepen (art. 6:193f BW)
  - In ieder geval essentieel: informatie genoemd in art. 3:15d lid 1 en 2, 3:15e lid 1, 6:230m lid 1 a – f, e – h, o en p, art. 6:230v lid 1-3, 5, 6 (eerste zin) en 7 BW, art. 2b Prijzenwet en specifieke wetgeving (Wft, Geneesmiddelenwet etc.)



## Leidraad

# Bescherming van de online consument

Grenzen aan online beïnvloeding



## Leidraad ACM

- Toename online verkopen (28% totaal, 80% diensten)
- Specifieke risico's online:
  - Meer informatie, waardoor consumenten terugvallen op standaard mentale vuistregels (heuristieken) en gevoelig zijn voor eenvoudige keuzes
  - Minder aandacht, waardoor consument informatie minder goed begrijpt
  - Meer mogelijkheden sturing consument door beschikbaarheid data en algoritmes (*hypernudging*) en gebruik/misbruik *biases* en psychologische kwetsbaarheden



## Inhoud Leidraad

- Toepassing wettelijk kader (OHP) in ‘dynamische online beslisomgevingen’
- Voorbeelden online beïnvloeding met handvaten compliance re o.m.:
  - Prijsvermeldingen
  - Personaliseren prijzen en aanbod
  - Schaarste-aanduidingen
  - Onduidelijke informatie over verkoper/aanbieder
  - Sociaal bewijs
  - Informatie over gegevensbescherming
  - Standaardinstellingen
  - Oneerlijke volgorde en presentatie
  - Misbruik van automatisch gedrag

## Voorbeeld I: Personalisering

- Personaliseren aanbod / prijs (bijv. *dynamic pricing* en *personalised pricing*)
- ACM:
  - Geen misbruik maken van ‘specifieke kwetsbaarheden’ consument om gedrag te verstoren (bijv. door *A/B testing*)
  - Personalisering is essentieel kenmerk aanbod (duidelijk informeren hoe en in welke mate)
  - Niet ten onrechte indruk wekken dat aanbod persoonlijk aanbod is als dat niet zo is



**Elke week vind je hier de Bonus Box met 10 extra aanbiedingen speciaal voor jou.**



## Voorbeeld II: Schaarsteaanbiedingen

- Bedrijven kunnen schaarsteaanduidingen (in tijd of voorraad) gebruiken om een gevoel van urgentie op te roepen bij de consument
- ACM:
  - Feitelijk onjuiste claims niet toegestaan
  - Onvolledige claims zijn misleidend, bijv. vermelding dat geen kamers meer beschikbaar zijn als dat op andere websites wel zo is
  - Timers bij aanbiedingen alleen als aanbieding daadwerkelijk beperkte tijd beschikbaar is
  - Niet voortdurend uitverkoop claimen



**Dagdeal** ⌚ 14:05:47

## Voorbeeld III: Sociaal bewijs

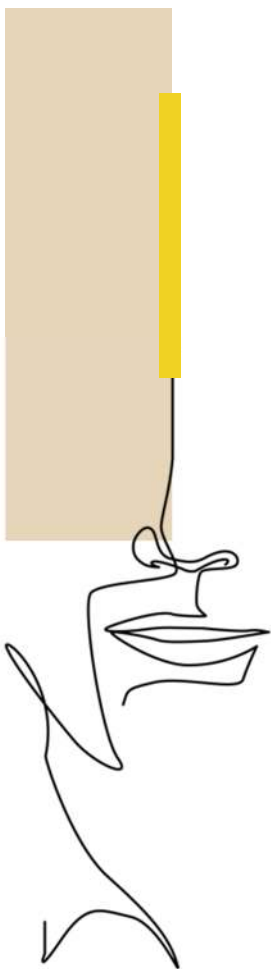
- Consumenten maken graag gebruik van ervaringen/gedrag van anderen bij hun aankoopbeslissingen (*likes*, *reviews*, *testimonials*, *influencers*, activiteitsaanduidingen).
- ACM:
  - Geen nepreviews en misleiding bij reviews (bijv. alleen positieve reviews of bij ander product), geen neplikes of -volgers
  - Testimonials moeten echt zijn en als de consument een voordeel ontvangt voor het schrijven moet dat duidelijk zijn
  - Activeitsaanduidingen moeten juist en niet misleidend zijn

**Onlangs gereserveerd in Noordwijk aan Zee**

-  **Stayokay Noordwijk**  
Laatste reservering: 5 minuten geleden 
-  **Hotels van Oranje** ★★★★★  
Laatste reservering: 41 minuten geleden 
-  **Golden Tulip Noordwijk Beach** ★★★★★  
Laatste reservering: 44 minuten geleden 

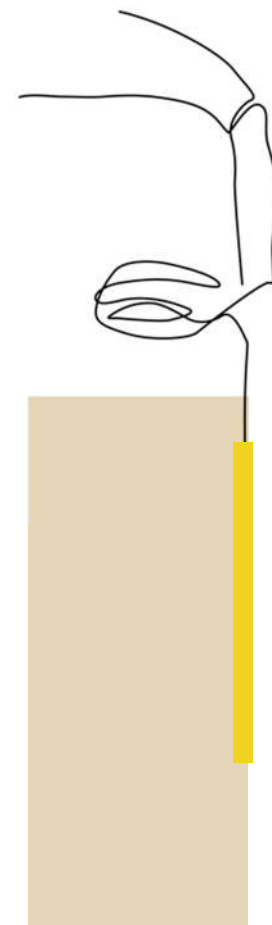
## Voorbeeld IV: Misbruik automatisch gedrag

- Consumenten kunnen worden gestuurd door de indeling van keuzemenu's en klikreeksen
- ACM:
  - Vormgeving website mag niet tot gevolg hebben dat de consument uit automatisme een bepaalde klikgedrag vertoont en keuzes maakt die hij anders niet zou maken
  - Klikreeksen mogen niet onverwacht wijzigen



## Voorbeeld V: Oneerlijke volgorde/presentatie

- De volgorde waarin opties getoond worden aan de consument kan van grote invloed zijn op de keuze van de consument.
- ACM:
  - Rangorde mag niet misleidend zijn (geen resultaten weglaten, ordening op basis van filters, neutrale presentatie, 'organische zoekresultaten')
  - Voldoende transparant informeren over rangorde (op basis welke criteria, duidelijk en prominent melden invloed (financiële) relaties op zoekresultaten, duidelijk labelen en onderscheiden 'tegen betaling' resultaten).



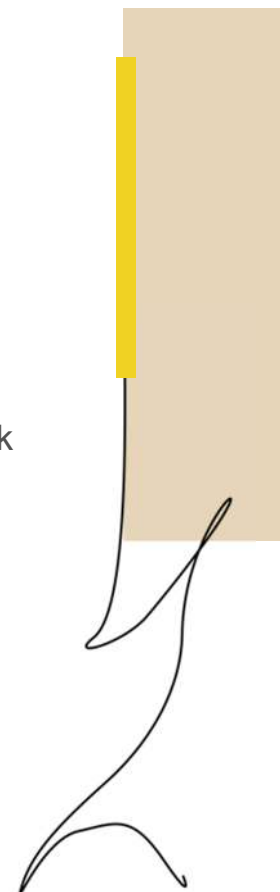
## Moderniseringsrichtlijn

Essentiele informatie bij uitnodiging tot aankoop (art. 6:193e BW)

- Indien het product op een online marktplaats wordt aangeboden, een vermelding door de aanbieder van de onlinemarktplaats of de derde al dan niet een handelaar is (op basis verklaring derde)
- Informatie over de paramaters voor het rangschikken van zoekresultaten
- Informatie over hoe de handelaar verzekert dat gepubliceerde beoordelingen afkomstig zijn van consumenten die het product daadwerkelijk hebben gebruikt of aangekocht

# Moderniseringsrichtlijn

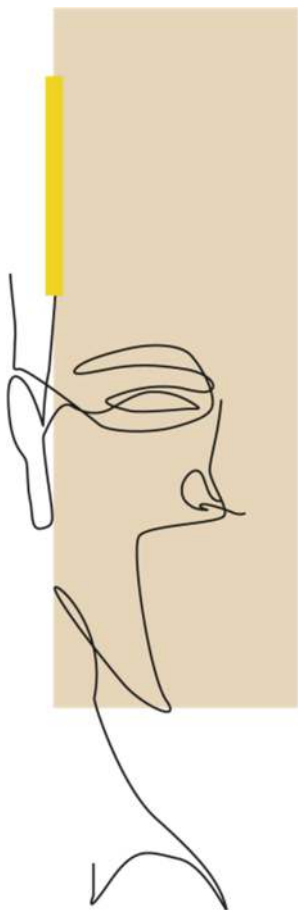
- Nieuwe misleidende handelspraktijken zwarte lijst (art. 6:193g BW)
  - Verschaffen zoekresultaten zonder duidelijk aan te geven dat het een betaalde reclame betreft of er een betaling is gedaan voor hogere rangschikking
  - Beweren dat beoordelingen afkomstig zijn van consumenten die het product daadwerkelijk hebben gebruikt of aangekocht, zonder dat redelijke en proportionele stappen zijn genomen om dit na te gaan
  - Het plaatsen of doen plaatsen van valse beoordelingen of aanbevelingen van consumenten of op misleidende wijze voorstellen van consumentenbeoordelingen of aanbevelingen op sociale media

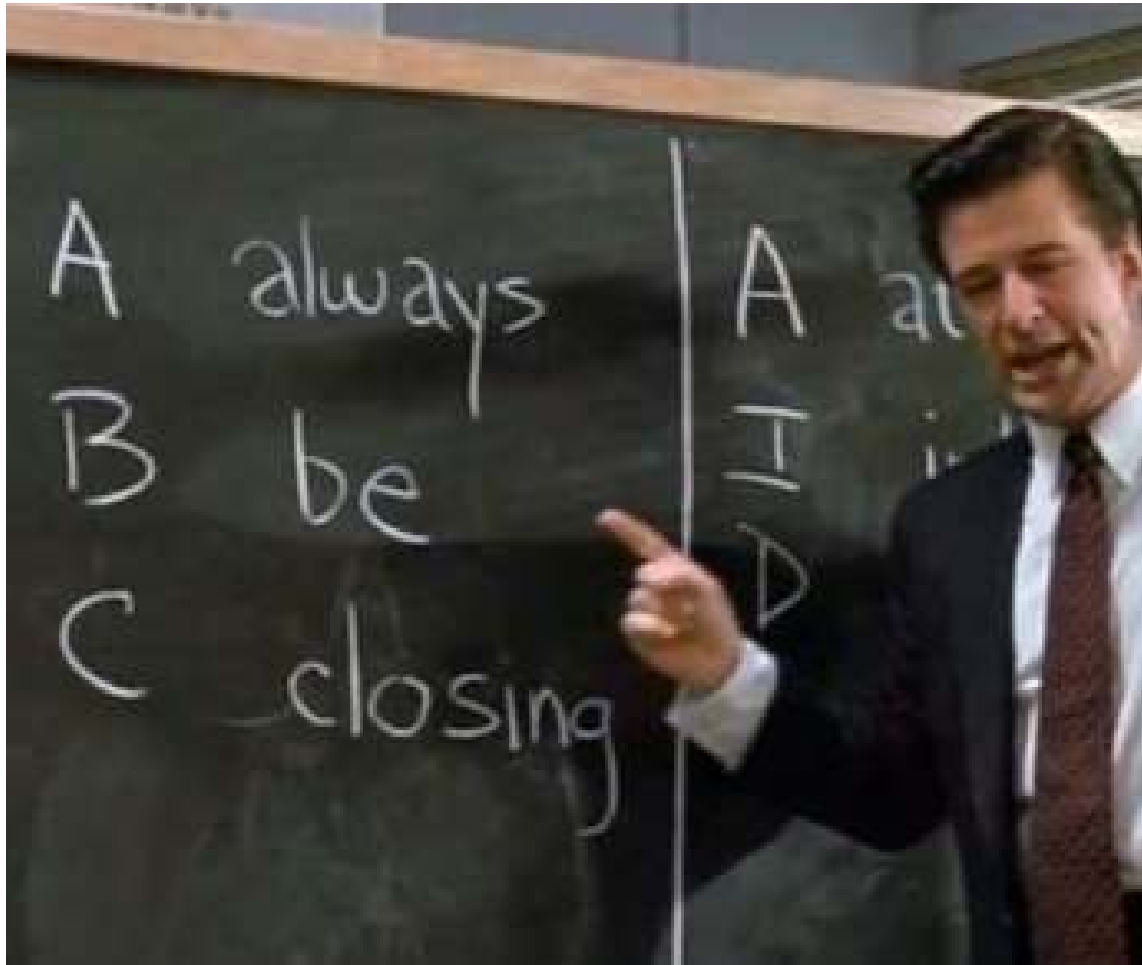




## Verschillende manieren van handhaving

- Bestuursrechtelijk (ACM)
- Civielrechtelijk
  - Specifieke wettelijke sancties
  - Ambtshalve sanctioneren in verstekzaken?
  - Handhaving door concurrenten onderling?





## Conversie vs. compliance?

- Dunne lijn tussen verleiden en misleiden
- Spanning tussen verschillende belangen
- Hoe compliance verzekeren?

# Kennedy Van der Laan

De heldere lijn

[www.kvdl.com](http://www.kvdl.com)

Amsterdam / Eindhoven

