



[Vertrouwelijk]

Den Haag, 3 augustus 2023

Aantal bijlagen :
Uw kenmerk :
Ons kenmerk : ACM/UIT/602385
Contactpersoon : [Vertrouwelijk]
Onderwerp : ACM/23/183022 Brief prijstransparantie in de reisbranche

Geachte heer/mevrouw,

Begin 2022 heeft de ACM aangekondigd prijstransparantie in de reisbranche te onderzoeken.¹ De reden voor dit onderzoek is dat de ACM ziet dat verscheidene reisaanbieders onduidelijke prijzen hanteren, waarbij onvermijdbare bijkomende kosten niet duidelijk en in één oogopslag zichtbaar zijn. Daardoor weet de consument niet direct wat een reis(-dienst) in totaal kost. Het vergelijken tussen verschillende reizen en aanbieders wordt hierdoor bemoeilijkt. Als gevolg daarvan ontstaat er een ongelijk speelveld met reisaanbieders die de regels omtrent prijstransparantie wel naleven en reisaanbieders die dat niet doen. Deze nieuwe inzichten zijn mede opgedaan op basis van gedragswetenschappelijk onderzoek en ontwikkelingen in digitale technieken.² De uitgangspunten voor prijstransparantie in de reisbranche die voortvloeien uit het juridisch kader en deze nieuwe inzichten heeft de ACM meermaals aan uw brancheorganisatie, de ANVR, gecommuniceerd. De ACM heeft aangekondigd dat zij per april 2023 individuele aanbieders gaat controleren.³ In deze brief lichten wij toe waarom u deze brief krijgt, beschrijven wij nogmaals de uitgangspunten, inclusief het juridisch kader, en ontvangt u een terugkoppeling van de uitgevoerde controle.

Waarom krijgt u deze brief?

De ACM heeft de websites van een selectie van reisaanbieders gecontroleerd op onderstaande uitgangspunten. [Vertrouwelijk] behoort ook tot de geselecteerde reisaanbieders. Uit deze controle is gebleken dat uw website [Vertrouwelijk] onvoldoende duidelijk is over de prijs die consumenten moeten betalen. Een overzicht van de bevindingen en voorgestelde aanpassingen voor uw organisatie zijn opgenomen in de bijlage.

¹ [Reisbranche moet prijzen inclusief bijkomende kosten vermelden | ACM.nl](#), 20 januari 2022

² [Onderzoeken naar verbetering online informatieverstrekking aan consumenten | ACM.nl](#), 20 mei 2021

³ ACM/UIT/589228

Het niet-naleven van de uitgangspunten voor prijstransparantie beschouwt de ACM als het overtreden van de consumentenwetgeving. Daarom stelt de ACM voor alle pakketreisaanbieders die geselecteerd zijn in haar onderzoek 28 september 2023 als uiterste termijn om prijsvermeldingen aan te passen zodanig dat deze aan de uitgangspunten voldoen. Tevens zal zij de ANVR informeren over haar onderzoek en de aanpassingstermijn die is gesteld. Twee maanden na dagtekening van deze brief zal de ACM controleren of uw website voldoende is aangepast. Indien er nog steeds tekortkomingen geconstateerd worden, kan de ACM handhavend optreden door het opleggen van een last onder dwangsom en/of een bestuurlijke boete. Mocht uw organisatie de wijzigingen eerder hebben doorgevoerd dan vernemen wij dat graag.

De uitgangspunten

Het algemene uitgangspunt is dat de consument er op moet kunnen vertrouwen dat de eerste prijs die wordt getoond, de prijs is waarvoor geboekt kan worden. De prijs inclusief alle onvermijdbare bijkomende kosten moet duidelijk en in één oogopslag zichtbaar zijn. De ACM heeft daarop uitgangspunten opgesteld waar [Vertrouwelijk] minimaal aan moet voldoen. Deze zijn als volgt:

- 1) Vanaf het moment dat een reisaanbod gedaan wordt waarbij een (vanaf) prijs wordt genoemd, is er sprake van een uitnodiging tot aankoop. In de uitnodiging tot aankoop is het niet toegestaan om verschillende bedragen aan onvermijdbare bijkomende kosten, inclusief lokale belastingen en heffingen, in meerdere regels onder de prijs te tonen. De voorkeur verdient het dat alle verplichte bijkomende kosten in de totaalprijs (dus één bedrag) zijn opgenomen. Wanneer de zoekvariabelen nog onbekend zijn, kan de aanbieder ervoor kiezen om de onvermijdbare bijkomende kosten in één bedrag in één regel onder de prijs te noemen. In ieder geval mogen deze kosten niet meer achter een i'tje worden verstoep.
- 2) Het tonen van onvermijdbare bijkomende kosten in een veel kleiner / lichter lettertype dan de basisprijs voldoet niet. Het duidelijkst is als deze kosten dezelfde lettergrootte en duidelijke kleur hebben als de basisprijs, maar op z'n minst dat deze voldoende opvallen ten opzichte van de basisprijs, indien er gewerkt wordt met één regel aan verplichte bijkomende kosten.
- 3) Voorafgaand aan het sluiten van de overeenkomst, mogen lokale kosten en heffingen niet buiten het prijsoverzicht worden getoond. Alle kosten, inclusief lokale kosten en heffingen, dienen in het prijsoverzicht te worden opgenomen. Hierbij kan worden aangegeven welke kostenposten ter plekke dienen te worden betaald.
- 4) De prijs die in de uitnodiging tot aankoop (de eerste vermelding) genoemd wordt, dient ook daadwerkelijk boekbaar te zijn. De prijs moet gebaseerd zijn op basis van de variabelen die zijn ingevuld (bijvoorbeeld: reisdata en de grootte van het reisgezelschap) en mag dus niet veranderen wanneer de consument dit bevestigt. Als er nog geen variabelen zijn ingevuld door de consument dan dient de eerste prijsvermelding te worden weergegeven per persoon op basis een reisgezelschap van twee personen, tenzij dit duidelijk anders is weergegeven, conform de Reclamecode Reisaanbiedingen.

Waarom zijn deze uitgangspunten belangrijk?

De prijs van een product of dienst is een essentieel element in de beslissing van consumenten om tot aankoop over te gaan. Op basis van de prijs kunnen consumenten ervoor kiezen op een aanbieding te klikken, aanbiedingen te vergelijken en om een reis te boeken.

Het is belangrijk dat de geadverteerde prijs en de prijs in de uitnodiging tot aankoop inclusief onvermijdbare bijkomende kosten is en daadwerkelijk boekbaar is. Hoe verder consumenten in een zoekproces zijn, hoe minder zij geneigd zullen zijn nog een keuze te maken voor een ander aanbod. Het tonen van onvolledige prijzen zorgt er dus voor dat consumenten moeilijker aanbiedingen kunnen vergelijken en dat ze minder makkelijk een goed geïnformeerde keuze kunnen maken. Het tonen van onvolledige of intransparante prijzen zorgt ook voor verstoring van de markt. Onvolledige of intransparante prijzen lijken immers goedkoper dan die van concurrenten die de prijzen wel volledig en transparant vermelden.

De ACM hecht er dan ook belang aan dat consumenten bij aanbiedingen duidelijk en eerlijk worden geïnformeerd over prijzen van producten en diensten. Alleen dan kunnen consumenten een afgewogen beslissing nemen over overeenkomsten die zij al dan niet aangaan en houden zij vertrouwen in de markt. Hierbij ontstaat een gelijk speelveld voor bedrijven.

Juridisch kader

De bovengenoemde uitgangspunten komen voort uit de volgende wettelijke bepalingen. Om reizigers meer duidelijkheid te bieden en in staat te stellen met kennis van zaken een keuze te maken uit de verschillende soorten reisarrangementen, moet essentiële informatie krachtens artikel 7:502 van het Burgerlijk Wetboek (hierna: BW) worden verstrekt voordat de reiziger zich bindt en hoeft deze informatie alleen te worden verstrekt indien deze van toepassing is op de reis. De prijs waarvoor een product of dienst wordt verkregen, is in de ogen van de consument in beginsel een beslissende factor bij het nemen van een besluit over een transactie.⁴ In de Reclamecode Reisaanbiedingen is onder III. Prijsvermelding in een reclame-uiting opgenomen dat de prijs normaliter gebaseerd is op twee personen. Indien hiervan wordt afgeweken moet dit duidelijk worden weergegeven.

Op grond van artikel 7:502, eerste lid, onder c, BW moet behalve informatie over de totaalprijs ook, indien van toepassing, informatie over alle bijkomende vergoedingen, toeslagen en andere kosten worden verstrekt door de organisator (en de eventuele doorverkoper) van de pakketreis. Deze informatie moet bovendien op grond van artikel 7:502, vierde lid, BW op een duidelijke, begrijpelijke en in het oog springende manier worden gegeven. Dat betekent dat duidelijke en begrijpelijke taal moet worden gebruikt, dat de lettergrootte een rol kan spelen, alsook de lay-out van websites.⁵ De handelaar moet daarbij rekening houden met de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument.⁶

Artikel 6:193f, aanhef en onder c, BW bepaalt dat de informatie bedoeld in artikel 7:502, eerste tot en met derde lid, BW essentieel is. Als deze informatie niet wordt verstrekt en de gemiddelde consument hierdoor een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen dat hij anders niet had genomen, is er sprake van een misleidende omissie in de zin van artikel 6:193, tweede lid, BW.

Wanneer aan consumenten bij het boeken van een pakketreis een prijs wordt getoond, zonder dat daarbij alle onvermijdbare bijkomende kosten duidelijk en in één oogopslag zichtbaar worden weergegeven en deze in een latere fase van het boekingsproces alsnog bij de prijs worden opgeteld, is dit naar het oordeel van de ACM dan ook in strijd met de informatieverplichtingen in artikel 7:502, eerste lid, onder c, en vierde lid, BW. Artikel 7:503, tweede lid, BW bepaalt dat de kosten niet voor rekening van de reiziger komen als deze niet in de totaalprijs zijn opgenomen of überhaupt niet zijn verstrekt.

Heeft u vragen?

Neem dan contact op met [Vertrouwelijk], die uw zaak in behandeling heeft, bereikbaar via [Vertrouwelijk] of [Vertrouwelijk]. Uw zaak is geregistreerd onder zaaknummer ACM/23/183022. Wilt u dit nummer vermelden als u contact met ons opneemt?

Hoogachtend,

Autoriteit Consument en Markt,
namens deze,

mr. drs. J.L. van de Braak
Teammanager Directie Consumenten

⁴ HvJ EU 26 oktober 2016, Zaak C-611/14, ECLI:EU:C:2016:800 (Canal Digital Danmark), punt 55.

⁵ MvT, Kamerstukken II 2016/17, 34688, 3, p. 23.

⁶ HvJ EU 16 juli 1998, C-210/96, NJ 2000/374 (Gut Springenheide).