

## **RICHTLIJNEN TER BESCHERMING VAN CONSUMENTEN IN HET KADER VAN DE ELEKTRONISCHE HANDEL**

Wetten, beleidsmaatregelen en praktijken betreffende de consumenten leggen frauduleuze, misleidende en oneerlijk commercieel gedrag aan banden. Deze beschermingsmiddelen zijn onmisbaar om het vertrouwen van de consument te winnen en om meer evenwicht in de zakelijke relaties tussen bedrijven en consumenten tot stand te brengen.

De digitale netwerken en informatietechnologieën die de elektronische markt vormen, hebben een inherent internationaal karakter. Daarom moet consumentenbescherming mondiaal worden aangepakt, als onderdeel van een transparant en voorspelbaar zelfregelend juridisch kader voor elektronische handel. Het wereldwijde karakter van deze netwerken staat op gespannen voet met de mogelijkheden van landen en rechtstelsels om kwesties die verband houden met consumentenbescherming in de context van de elektronische handel adequaat aan te pakken. Uiteenlopende nationale beleidsmaatregelen kunnen de ontwikkeling van de elektronische handel belemmeren. Het ligt dan ook voor de hand deze kwesties op internationaal niveau aan te pakken door middel van overleg en samenwerking. De regeringen van de OESO-lidstaten hebben erkend dat internationale coördinatie noodzakelijk kan zijn voor de uitwisseling van gegevens en het bereiken van overeenstemming over de te kiezen aanpak van deze kwesties.

Regeringen staan voor de uitdaging bij te dragen aan de bevordering van de sociale ontwikkeling en de economische groei, die gebaseerd zijn op de nieuwste netwerktechnologieën en tegelijkertijd hun burgers in deze context een efficiënte en transparante bescherming te bieden. Er bestaat een hele waaier van wetten en praktijken ter bescherming van consumenten en tot regeling van de handelspraktijken. Tal van OESO-lidstaten hebben hun wetten en praktijken inzake consumentenbescherming opnieuw onder de loep genomen om na te gaan of er wijzigingen dienen te worden aangebracht, om de basisaspecten van elektronische handel erin op te nemen.

De lidstaten onderzoeken ook hoe inspanningen met betrekking tot zelfregulering een rechtvaardige en doeltreffende bescherming van de consument kunnen bieden. Deze doelstellingen zijn niet te verwezenlijken zonder de bijdrage en het inzicht van de hele maatschappij. Dit zou moeten worden gerealiseerd door een mondiale samenwerking tussen regeringen, bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers.

In april 1998 is het Comité voor het Consumentenbeleid van de OESO begonnen met het opstellen van een aantal algemene richtlijnen die tot doel hadden de e-consument te beschermen, zonder handelsbelemmerende neveneffecten. Deze richtlijnen zijn een aanbeveling aan regeringen, bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers voor een efficiënte consumentenbescherming inzake elektronische handel. De richtlijnen dienen echter geen enkele partij te belemmeren verdergaande maatregelen te nemen noch dienen zij lidstaten te beletten om vooruit te lopen op – of het aannemen van strengere maatregelen om de belangen van “on line” consumenten te beschermen. Deze richtlijnen hebben met name tot doel een kader en een set van beginselen te bieden om:

- i) regeringen te ondersteunen bij het herzien, formuleren en toepassen van beleidslijnen, praktijken en regelgevingen – indien nodig – om te zorgen voor een effectieve bescherming van consumenten die on-line kopen.
- ii) beroepsverenigingen, consumentenorganisaties en zelfregelende organen te informeren over de basisprincipes van een doeltreffende consumentenbescherming, die in aanmerking zouden moeten worden genomen bij de bespreking, de formulering en de toepassing van zelfregelende mechanismen in de context van elektronische handel;
- iii) individuele bedrijven en consumenten die aan de elektronische handel deelnemen te ondersteunen door duidelijke richtsnoeren te geven over de basisprincipes van

voorlichting en eerlijke handelspraktijken, die bedrijven zouden moeten aanbieden en die consumenten in het kader van de elektronische handel zouden mogen verwachten.

In het licht van het voorafgaande, en

Gelet op artikel 5 b) van het Verdrag betreffende de OESO van 14 december 1960;

Gelet op de Ministeriële Verklaring over consumentenbescherming in de context van de elektronische handel van 8-9 oktober 1998 {C(98)177 (Bijlage 2)};

Gelet op de Aanbeveling van de Raad betreffende de richtlijnen tot regeling van de bescherming van de persoonlijke levenssfeer en de grensoverschrijdende toevloed van persoonlijke gegevens van 23 september 1980 {C(80)58(Final)} en de Ministeriële Verklaring betreffende de bescherming van de persoonlijke levenssfeer op de mondiale netwerken van 8-9 oktober 1998 {C(98)177 (Bijlage 1)};

Gelet op de Ministeriële Verklaring over het legaliseren voor de elektronische handel van 8-9 oktober 1998 {C(98)177 (Bijlage 3)};

Gelet op de Aanbeveling van de Raad betreffende de richtlijnen tot beveiliging van de informatiesystemen van 26-27 november 1992 {C(92)1888/FINAL} en de Aanbeveling van de Raad betreffende de richtlijnen inzake encryptie-beleid van 27 maart 1997 {C(97)62/FINAL},

Erkennend dat elektronische handel nieuwe en aanzienlijke voordelen kan opleveren voor de consument, waaronder gemak, toegang tot een brede waaier van diensten en goederen, de mogelijkheid om hierover informatie te vergaren en te vergelijken;

Erkennend dat sommige specifieke kenmerken van de elektronische handel, zoals het gemak en de snelheid waarmee consumenten en bedrijven over diensten en goederen kunnen communiceren en grensoverschrijdende transacties kunnen verrichten, kunnen leiden tot onbekende handelsomstandigheden voor de consument waardoor hun belangen in het gedrang kunnen komen, en dat het dus steeds belangrijker wordt dat consumenten en bedrijven voorlichting krijgen en geattendeerd worden op hun rechten en verplichtingen in het elektronisch verkeer.

Erkennend dat de regels over het toepasselijk recht en de rechtsbevoegdheid met betrekking tot consumenten gevolgen kunnen hebben voor een reeks aan elektronische handel gerelateerde vraagstukken, zoals de regels over het toepasselijk recht en de rechtsbevoegdheid in een andere context een weerslag zouden kunnen hebben op de consumentenbescherming;

Erkennend dat het vertrouwen van de consumenten in de elektronische handel toeneemt dankzij de voortdurende ontwikkeling van effectieve en transparante beschermingsmechanismen, die frauduleuze, misleidende of oneerlijke on-line praktijken beperken;

Overwegend dat de mondiale netwerken open en toegankelijk zouden moeten zijn voor alle consumenten;

Overwegend dat regeringen, bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers bijzondere aandacht zouden moeten schenken aan de invoering van effectieve grensoverschrijdende beroepsmogelijkheden;

## **BEVEELT DE RAAD AAN DAT DE LIDSTATEN:**

De nodige maatregelen treffen om de relevante delen van de Richtlijnen vervat in de bijlage van deze Aanbeveling te implementeren;

De Richtlijnen breed te verspreiden onder alle relevante ministeries en overheidsorganen, sectoren uit het bedrijfsleven die betrokken zijn bij elektronische handel consumentenvertegenwoordigers, de media, onderwijsinstellingen en andere relevante groeperingen van algemeen belang.

Bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers aansporen de Richtlijnen op internationaal, nationaal en lokaal niveau te implementeren;

Regeringen, bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers aansporen om deel te nemen aan de uitwerking en de analyse van de Aanbevelingen die uit de lopende besprekingen van de regels inzake het toepasselijk recht en de rechtsbevoegdheid zullen voortvloeien;

Staten die geen lid zijn van de OESO uitnodigen om met de bepalingen van deze Aanbeveling rekening te houden als zij hun consumentenbeleid, -initiatieven en - wetgeving opnieuw bestuderen;

Elkaar en niet-Leden raadplegen, en met elkaar samenwerken. En het uitwisselen van informatie vergemakkelijken, zowel onder elkaar als met niet-leden, het bedrijfsleven, consumenten en hun vertegenwoordigers, op zowel nationaal- als internationaal niveau om te zorgen voor een doeltreffende bescherming van consumenten in de context van de elektronische handel, in overeenstemming met de Richtlijnen;

De Richtlijnen uitvoeren om de uitwerking van nieuwe bedrijfsmodellen en nieuwe technologische toepassingen waarmee consumenten voordeel kunnen halen, te bevorderen en consumenten te stimuleren om alle beschikbare middelen te gebruiken om hun positie als koper te versterken; en

**GEEFT DE RAAD** het Comité voor het Consumentenbeleid **DE OPDRACHT** gegevens uit te wisselen over de stand van zaken en over de resultaten van de toepassing van de Aanbeveling, deze gegevens te onderzoeken en verslag uit te brengen aan de Raad in 2002 of vroeger, en indien nodig, nadien.

## BIJLAGE

### RICHTLIJNEN

#### **EERSTE DEEL**

##### TOEPASSINGSGBIED

Deze Richtlijnen zijn enkel van toepassing op de elektronische handel tussen bedrijven en consumenten en niet op transacties tussen bedrijven onderling.

#### **TWEEDE DEEL**

##### ALGEMENE BEGINSELEN

###### I. DOELTREFFENDE EN TRANSPARANTE BESCHERMING

*Consumenten die aan de elektronische handel deelnemen, zouden ten minste een even transparante en doeltreffende bescherming moeten genieten als die welke bij andere handelsvormen geboden wordt.*

Regeringen, bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers zouden moeten samenwerken om een dergelijke bescherming te bewerkstelligen en om na te gaan welke wijzigingen eventueel nodig zijn, rekening houdend met de bijzonderheden van de elektronische handel.

###### II. EERLIJKE PRAKTIJKEN, INZAKE HANDEL, RECLAME EN MARKETING

*Bedrijven die aan de elektronische handel deelnemen, moeten oog hebben voor de belangen van de consumenten en eerlijke praktijken toepassen inzake handel, reclame en marketing.*

Bedrijven mogen geen uitspraken doen, geen informatie achterhouden en zich niet inlaten met praktijken die ogenschijnlijk bedrieglijk misleidend, frauduleus of oneerlijk kunnen zijn.

Bedrijven die goederen of diensten verkopen, promoten of vermarkten aan consumenten, mogen zich niet inlaten met praktijken die ogenschijnlijk voor de consument onredelijke risico's of nadelen met zich meebrengen.

Wanneer bedrijven informatie over zichzelf of over de door hen aangeboden diensten en goederen aanbieden, zou deze duidelijk, leesbaar, correct en gemakkelijk toegankelijk moeten zijn.

Bedrijven zouden zich moeten houden aan hun eventuele verklaringen over de beleidsmaatregelen en praktijken betreffende hun transacties met consumenten.

Bedrijven zouden rekening moeten houden met het wereldwijde karakter van elektronische handel en ze zouden telkens wanneer dat mogelijk is rekening moeten houden met de verschillende bijzonderheden van de beoogde markten op regelgevend gebied.

Bedrijven zouden de speciale kenmerken van elektronische handel niet mogen uitbuiten om hun ware identiteit of standplaats te verbergen of om normen ter bescherming van de consumenten en/of handhavingmechanismen te omzeilen.

Bedrijven zouden geen oneerlijke voorwaarden in hun overeenkomsten mogen verwerken.

Reclame en marketing zouden duidelijk als zodanig herkenbaar moeten zijn.

Reclame- en marketinguitingen zouden de naam van het bedrijf moeten vermelden, in wiens opdracht de uiting geschiedt, waar omissie misleidend zou zijn

Bedrijven zouden elke impliciete of expliciete verklaring moeten kunnen verantwoorden, zolang zij die verklaring handhaven, en nog gedurende een redelijke tijd daarna.

Bedrijven zouden doeltreffende en eenvoudige procedures moeten ontwikkelen en implementeren, waardoor de consumenten de mogelijkheid krijgen te kiezen voor of tegen ongevraagde commerciële e-mail berichten.

Wanneer consumenten duidelijk hebben gemaakt dat zij geen ongevraagde commerciële e-mail berichten wensen te ontvangen, zou hun keuze moeten worden gerespecteerd.

In een aantal landen is ongevraagde commerciële e-mail onderworpen aan specifieke wettelijke regels of zelfregulering. .

Bedrijven zouden bijzondere zorg moeten besteden aan reclame of marketing die bestemd is voor kinderen, bejaarden, ernstig zieke personen en al degenen die de hen aangeboden informatie mogelijk niet volledig kunnen begrijpen.

### III. INFORMATIE ON LINE

#### A. INFORMATIE OVER HET BEDRIJF

*Bedrijven die aan elektronische handel deelnemen in relatie tot consumenten, zouden correcte, heldere en gemakkelijk toegankelijke informatie moeten verstrekken die het minstens mogelijk maakt om:*

- i) het bedrijf te identificeren, met name de handelsnaam, het geografische adres van de hoofdvestiging, het elektronische adres ervan of alle andere elektronische contactmiddelen of het telefoonnummer, en waar van toepassing een adres voor registratiedoeleinden, en enige andere relevante officiële inschrijvings- of vergunningsnummers;
- ii) direct, gemakkelijk en efficiënt met het bedrijf te communiceren;
- iii) geschillen op een gepaste en doeltreffende wijze te regelen;
- iv) procedurele akten te betekenen;
- v) voor de autoriteiten die belast zijn met de regelgeving en het toezicht op de toepassing van de wetten het bedrijf en de bestuurders ervan te lokaliseren.

Wanneer een bedrijf bekendmaakt dat het is aangesloten bij een zelfreguleringmechanisme of dat het lid is van een beroepsvereniging, van een organisatie voor de geschillenregeling of van elke ander relevante certificatieautoriteit, zou het desbetreffende bedrijf relevante contactgegevens aan consumenten ter beschikking moeten stellen en het hen mogelijk moeten maken om op eenvoudige wijze bovenvermeld lidmaatschap te controleren en toegang te krijgen tot de relevante codes en praktijken van de certificerende autoriteit.

#### B. INFORMATIE OVER DE DIENSTEN EN GOEDEREN

*Bedrijven die in relatie tot consumenten aan de elektronische handel deelnemen, zouden correcte en eenvoudig toegankelijke informatie moeten verschaffen over de aangeboden goederen of diensten. Deze informatie moet voldoende zijn en consumenten in staat stellen om met kennis van zaken te beslissen of ze de koop al dan niet aangaan. Consumenten moeten voldoende mogelijkheid hebben om deze op een geschikte manier te bewaren*

## C. INFORMATIE OVER DE TRANSACTIE

*Bedrijven die aan elektronische handel deelnemen, zouden voldoende informatie moeten verschaffen over de voorwaarden, de omstandigheden en de prijs van de transactie, om consumenten in staat te stellen met kennis van zaken te beslissen of ze al dan niet tot deze transactie willen overgaan.*

Deze informatie zou duidelijk, correct en eenvoudig toegankelijk moeten zijn en de consument moet deze kunnen bekijken voordat hij tot koop overgaat.

Wanneer de transactie in verschillende talen kan geschieden, zouden de bedrijven ervoor moeten zorgen dat alle informatie die consumenten nodig hebben om met kennis van zaken te kunnen handelen, in al die talen beschikbaar is. .

Bedrijven zouden moeten zorgen voor een duidelijk een volledige tekst met de voorwaarden en omstandigheden van de transactie, om consumententoeegang tot de informatie te verschaffen en ze in staat te stellen deze op een geschikte manier te bewaren.

Indien van toepassing en al naar gelang de transactie zou deze informatie de volgende punten moeten bevatten:

- i) de specificatie van alle door het bedrijf geïnde en/of opgelegde kosten;
- ii) de aanduiding van de andere kosten ten laste van de consument, die niet door het bedrijf geïnd en/of opgelegd worden;
- iii) de leverings- of uitvoeringsvoorwaarden;
- iv) de betalingsmodaliteiten en –voorwaarden;
- v) de beperkingen of voorwaarden die aan de koopverbonden zijn, zoals de verplichte ouderlijke toestemming of de toestemming van de voogd, of de ruimtelijke of tijdelijke beperkingen;
- vi) de gebruiksaanwijzing, inclusief waarschuwingen inzake veiligheid en gezondheid;
- vii) inlichtingen over de beschikbare after-sales dienstverlening;
- viii) de specificatie van de modaliteiten inzake intrekking, opzegging, terugzending, uitwisseling, afbestelling en/of terugbetaling;
- ix) de bepalingen betreffende de handelswaarborg e.d.m.

Alle informatie die refereert aan kosten zou de gebruikte munteenheid moeten aanduiden.

## IV. BEVESTIGINGSPROCES

*Om alle dubbelzinnigheid over de wens van de consument tot koop te willen overgaan te vermijden, zou de consument, alvorens de koop te sluiten, duidelijk moeten kunnen aangeven welke goederen of diensten hij wenst te kopen, elke eventuele vergissing moeten kunnen opsporen en rechtzetten of de bestelling kunnen wijzigen, zijn weloverwogen instemming met de koop moeten kunnen geven en een bewijs hiervan met de volledige en juiste gegevens moeten kunnen behouden.*

Consumenten zouden de transactie moeten kunnen verbreken, alvorens de koop aan te gaan.

## V. BETALING

*Consumenten zouden over beveiligde en gebruikersvriendelijke betaalmethoden moeten kunnen beschikken alsook over informatie betreffende de beveiligingsgraad.*

Beperkte aansprakelijkheid bij ongeoorloofd of frauduleus gebruik van betaalsystemen en terugbetalingmechanismen zijn doeltreffende hulpmiddelen om het vertrouwen van de consumenten te versterken. De uitwerking en het gebruik ervan in de context van de elektronische handel zouden moeten worden aangemoedigd.

## VI. GESCHILLENREGELING EN BEROEPSMOGELIJKHEDEN

### A. TOEPASSELIJKRECHT EN RECHTSBEVOEGDHEID

De grensoverschrijdende transacties tussen bedrijven en consumenten, al dan niet langs elektronische weg verricht, zijn onderworpen aan het bestaande kader inzake het toepasselijk recht en de rechtsbevoegdheid.

De elektronische handel stelt het bestaande kader voor een aantal uitdagende vraagstukken. Daarom zou moeten worden nagegaan, of het bestaande kader gewijzigd- of op andere wijze toegepast zou moeten worden om consumenten een doeltreffende en transparante bescherming te bieden, in de context van de verdere groei van elektronische handel.

Regeringen zouden naar een evenwichtig kader voor consumenten en bedrijven moeten streven, waardoor de elektronische handel wordt bevorderd, de consumenten een gelijke beschermingsgraad genieten als bij andere transactievormen en daadwerkelijk toegang krijgen tot verschillende mogelijkheden van geschillenbeslechting en snelle en rechtvaardige beroepsmogelijkheden, zonder dat dit hen voor onredelijke lasten of kosten met zich meebrengt. .

### B. ALTERNATIEVE GESCHILLENBESLECHTING EN BEROEPSMOGELIJKHEDEN

*De consumenten zouden effectief toegang moeten krijgen tot alternatieve geschillenbeslechting en beroepsmogelijkheden, zonder dat dit hen voor onredelijke lasten of kosten met zich meebrengt..*

De bedrijven, consumentenvertegenwoordigers en regeringen zouden samen de nodige inspanningen moeten leveren om zelfreguleringsregimes en –procedures en andere regelingen te blijven gebruiken en uitwerken, die rechtvaardig, doeltreffend en transparant zijn - waaronder mechanismen voor alternatieve geschillenbeslechting - teneinde klachten van consumenten en geschillen tussen bedrijven en consumenten voortvloeiend uit on-line transacties op te kunnen lossen, waarbij in het bijzonder aandacht is voor grensoverschrijdende transacties:

- i) bedrijven en consumentenvertegenwoordigers zouden billijke, doeltreffende en transparante interne klachtenprocedures moeten blijven uitwerken om de klachten en problemen van consumenten aan te pakken en er snelle en rechtvaardige oplossingen aan te geven, zonder dat dit voor de consument onredelijke lasten of kosten met zich meebrengt. Consumenten zouden ertoe moeten worden aangemoedigd van die mogelijkheden gebruik te maken;
- ii) bedrijven en consumentenvertegenwoordigers zouden gezamenlijke zelfreguleringsmechanismen moeten blijven ontwikkelen om klachten van consumenten te behandelen en hen bijstand te verlenen bij het oplossen van geschillen voortvloeiend uit elektronische handel tussen bedrijven en consumenten;
- iii) bedrijven, consumentenvertegenwoordigers en regeringen zouden samen moeten werken om consumenten de keuze te bieden gebruik te maken van alternatieve wijzen van geschillenbeslechting, om geschillen op een rechtvaardige en snelle manier te beslechten zonder dat dit voor de consument onredelijke lasten of kosten met zich meebrengt.
- iv) Bij de invoering van bovenstaande zouden de bedrijven, consumentenvertegenwoordigers en regeringen informatietechnologieën op vernieuwende wijze moeten inzetten en ze benutten om de bewustmaking en de keuzevrijheid van de consumenten nog te versterken.

Aanvullend onderzoek is nodig om de in Afdeling VI beoogde doelstellingen op internationaal niveau te verwezenlijken.

## VII. BESCHERMING VAN DE PERSOONLIJKE LEVENSSFEER

Elektronische handel tussen bedrijven en consumenten zou moeten worden gevoerd overeenkomstig de erkende principes tot bescherming van de persoonlijke levenssfeer, zoals opgenomen in de **Richtlijnen van de OESO tot regeling van de bescherming van de persoonlijke levenssfeer en**

**van grensoverschrijdend- verkeer van persoonsgegevens** (1980) en rekening houden met de **Ministeriële Verklaring over de bescherming van de persoonlijke levenssfeer op wereldwijde netwerken** (1998), om consumenten geschikte en doeltreffende bescherming te verschaffen..

#### VIII. OPLEIDING VOORLICHTING EN BEWUSTWORDING

*Regeringen, bedrijven en vertegenwoordigers zouden moeten samenwerken om consumenten voor te lichten over elektronische handel, het hieraan deelnemen met kennis van zaken bevorderen, en om bedrijven en consumenten meer bewust te maken van het bestaande kader van consumentenbescherming dat op on-line transacties van toepassing is.*

Regeringen, bedrijven, media, onderwijsinstellingen en consumentenvertegenwoordigers zouden alle doeltreffende middelen - waaronder nieuwe technieken, mogelijk gemaakt door mondiale netwerken - moeten aanwenden om consumenten en bedrijven voor te lichten

Regeringen, consumentenvertegenwoordigers en bedrijven zouden moeten samenwerken om consumenten en bedrijven wereldwijd te voorzien van gemakkelijk toegankelijke en begrijpelijke informatie over relevante consumentenwetgeving en beroepsmogelijkheden.

### DERDE DEEL

#### IMPLEMENTATIE

*Om de doelstellingen van deze Aanbeveling te verwezenlijken, zouden de lidstaten op nationaal en internationaal niveau en in samenwerking met bedrijven, consumenten en hun vertegenwoordigers:*

- i) zelfreguleringsmechanismen moeten herzien en, indien nodig, promoten en/of wetten en regelingen met betrekking tot elektronische handel moeten aannemen of aanpassen, met inachtneming van de neutraliteitsprincipes t.o.v. de technologie en het medium ;
- ii) de privé-sector ertoe moeten aansporen om, samen met consumentenvertegenwoordigers, een leidende rol te blijven vervullen bij de uitwerking van doeltreffende zelfreguleringsmechanismen waarin specifieke inhoudelijke regels voor de alternatieve geschillenbeslechting en handhavinginstrumenten zijn meegenomen.
- iii) de privé-sector moeten aanzetten om een leidende rol te blijven vervullen in de ontwikkeling van technologie als instrument om consumenten te beschermen en hen meer macht te geven;
- iv) bestaan, doel en inhoud van deze Richtlijnen zo breed mogelijk moeten verspreiden en de toepassing ervan moeten bevorderen;
- v) ervoor moeten zorgen dat het consumenten makkelijker wordt gemaakt toegang te krijgen tot advies en informatie en klachten gerelateerd aan de elektronische handel in te dienen.

### VIERDE DEEL

#### WERELDWIJDE SAMENWERKING

*Teneinde de consumenten in de context van de wereldwijde elektronische handel daadwerkelijk te beschermen, zouden de lidstaten:*

- i) de communicatie, de samenwerking tussen bedrijven, consumentenvertegenwoordigers en regeringen, en indien nodig, de ontwikkeling en uitvoering van gezamenlijke initiatieven op internationaal niveau moeten bevorderen;
- ii) tussengerechtigde, regelgevende en uitvoerende autoriteiten een internationale samenwerking tot stand moeten brengen, al naargelang de behoeften, door informatie uit te wisselen, acties te coördineren, en communicatie te bevorderen en door gezamenlijke initiatieven te nemen ter



- bestrijding van frauduleuze, misleidende en oneerlijke grensoverschrijdende handelstransacties;
- iii) de bestaande internationale netwerken moeten gebruiken en bilaterale of multilaterale overeenkomsten moeten sluiten of andere afspraken moeten maken al naargelang de behoeften en de omstandigheden, om deze samenwerking te verwezenlijken;
  - iv) zowel op nationaal als op internationaal niveau overeenstemming moeten bereiken over de hoofdregels inzake consumentenbescherming om het vertrouwen van de consumenten te versterken, de rechtszekerheid voor bedrijven te garanderen en consumenten te beschermen;
  - v) moeten samenwerken om overeenkomsten of andere regelingen te ontwikkelen (óf op te stellen) ten behoeve van een wederzijdse erkenning en tenuitvoerlegging van vonnissen inzake geschillen tussen consumenten en bedrijven en uitvoering van de vonnissen ingevolge toepassing van de wet, om frauduleuze, misleidende of oneerlijke transactiehandelingen tegen te gaan.