



Verstuurd aan HISWA-RECRON, ANVR en VVKR

Den Haag, 29 maart 2022

Aantal bijlagen : -
Uw kenmerk : -
Ons kenmerk :
Contactpersoon :
Onderwerp : Onvermijdbare bijkomende kosten in de reisbranche

Geachte heer/mevrouw,

In het [persbericht](#) "Reisbranche moet prijzen inclusief bijkomende kosten vermelden" van 20 januari 2022 heeft de Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) aanbieders in de reisbranche opgedragen hun prijzen eerlijk en duidelijk te vermelden. Dit persbericht komt voort uit de vaststelling dat er bij het aanbod van accommodaties op vakantieparken veelvuldig sprake is van onduidelijke prijzen. Ook bij pakketreisaanbieders zijn er vaak verbeteringen mogelijk. Daarnaast leiden inzichten over wat duidelijk en begrijpelijk is voor consumenten en mogelijkheden voor prijsvermelding op websites er toe dat eerdere uitgangspunten van prijstransparantie achterhaald zijn geworden. Mede naar aanleiding van gesprekken met de reissector lichten wij in dit e-mailbericht het persbericht en de uitgangspunten voor prijstransparantie in de reisbranche nader toe.

Juiste prijsvermelding is essentiële informatie

De prijs van een product of dienst is in veel gevallen een belangrijk 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 inclusief onvermijdbare bijkomende kosten 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 aanbod kunnen vergelijken en ze minder makkelijk een goede keuze kunnen maken. Het tonen van onvolledige of intransparante prijzen zorgt ook voor verstoring van de markt. Onvolledige of intransparante prijzen lijken immers ogenschijnlijk goedkoper dan die van andere aanbieders 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. Daarnaast ontstaat er zo een *level playing field* voor bedrijven.

Volledige, inclusieve prijzen

Het voorgaande geldt ook voor (online en offline) aanbod in de reisbranche, zoals bij accommodaties op vakantieparken. De ACM heeft vastgesteld dat bij het aanbieden van accommodaties op vakantieparken vaak sprake is van het onvolledig of intransparant tonen van onvermijdbare bijkomende kosten. Het gaat dan bijvoorbeeld om reserveringskosten, schoonmaakkosten, kosten voor bedlinnen en toeristenbelasting. Deze kosten worden vaak later in een boekingsproces bij de prijs opgeteld. Consumenten moeten er echter van uit kunnen gaan dat de geadverteerde prijzen vanaf het begin juist en volledig zijn. Ook moeten zij ervan uit kunnen gaan dat er geen onvermijdbare bijkomende kosten verborgen worden gehouden. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer de kosten onder een 'i-symbool' worden weergegeven.

De ACM streeft naar volledige, inclusieve prijzen. Als sprake is van onvermijdbare bijkomende kosten moeten die in de prijs worden opgenomen, dan wel op duidelijke wijze bij de prijs worden weergegeven, bijvoorbeeld direct eronder of direct ernaast. Deze vermelding dient zodanig te zijn dat die onvermijdbare kosten in één oogopslag zichtbaar en duidelijk zijn voor de consument. Het is aan bedrijven om te kiezen op welke manier zij prijsinformatie in één oogopslag zichtbaar en duidelijk maken, maar de ACM hanteert de volgende uitgangspunten:

Van in één oogopslag zichtbaar en duidelijk is sprake:

- als prijzen getoond worden waarin alle onvermijdbare bijkomende kosten zijn opgenomen.

Hoe kunnen bedrijven dit doen?

- Met de huidige digitale technieken is het relatief eenvoudig om aan het begin van het boekingsproces bij consumenten variabelen (zoals het aantal personen, de data en de duur van het verblijf, etc.) op te vragen om daarmee de onvermijdbare bijkomende kosten voor de consument te berekenen.
- Er kan een vast bedrag worden gerekend voor het aanbod, zonder dat er elementen uit de prijs worden gehaald die worden berekend aan de hand van (verschillende) variabelen.
- Het omzetten van websites naar volledige, inclusieve prijzen kan het nodige vergen van aanbieders. De ACM ziet in dat verband nog de mogelijkheid dat een prijs wordt getoond met daarbij een enkel bedrag aan bijkomende kosten, waarover geen rekensom hoeft worden uitgevoerd door de consument.

Van zichtbaar en duidelijk in één oogopslag is geen sprake in de volgende situaties:

- Als de informatie in kwestie pas na een muisklik zichtbaar is of als de bijkomende kosten worden weergegeven achter een zogenoemd i-symbool.
- Als consumenten moeten rekenen met verschillende bedragen en eenheden en/of kosten bij elkaar moeten optellen.

Wat vragen wij van u?

Wij vragen u om de inhoud van deze brief actief onder de aandacht te brengen van uw leden, bijvoorbeeld via een nieuwsbrief, zodat zij hier kennis van kunnen nemen. Mocht dit tot veel vragen leiden, dan zijn wij uiteraard bereid om verdere toelichting te geven. In dat geval kunt u met ons contact opnemen om te bespreken wat daarvoor het beste medium is.

Vragen?

Ik hoop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd. Wanneer u vragen heeft, dan kunt u contact opnemen.

Hoogachtend,

Autoriteit Consument en Markt