



Spreekpunten Chris Fonteijn ACM persconferentie 11 april 2013

Alleen het gesproken woord telt

Dames en heren,

Welkom bij de Autoriteit Consument en Markt, de ACM! Mijn naam is Chris Fonteijn.

Wie is de Autoriteit Consument en Markt? Wat doen we? En hoe gaan we dat doen? Dat zijn de thema's van vandaag.

Wie zijn we?

We hebben bijna 2 jaar met de NMa, de OPTA en de Consumentenautoriteit gewerkt aan deze fusie. Vorige week was het zover. Daar zijn we blij mee. Voor onszelf, voor de markt en voor de consument.

Wij zijn er blij mee en we zijn er trots op

We zijn nu één organisatie met de gebundelde kracht van de voorgangers en de ambitie om meer te zijn dan de som der delen. Een Autoriteit voor de Consument en voor de Markt.

Wat doen we?

Strategie – Visie



De voor ACM gekozen formule om zowel mededingingstoezicht, sectorspecifiek toezicht als consumententoezicht bij één toezichthouder onder te brengen, is tot nu redelijk uniek. In verschillende landen spelen voorstellen om dit voorbeeld te volgen.

We hebben ons uiterste best gedaan om een nieuwe, echt geïntegreerde organisatie op te bouwen. Zowel door de interne organisatie als door het ontwikkelen van een overkoepelende strategie, een gezamenlijke visie op de markt en de daaruit voortvloeiende speerpunten.

We presenteren vandaag dan ook een drietal documenten: de ACM strategie, waarvoor vandaag de openbare consultatie van start gaat, de Marktvisie en onze speerpunten voor 2013. U vindt ze in uw map.

Ik stip deze documenten kort aan.

Allereerst de **ACM Strategie**.

Wij zien in de drie pijlers van ons toezicht - mededinging, regulering en consument – één belangrijke rode draad, en dat is het bevorderen van kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten.

Dat is onze *missie*: De Autoriteit Consument en Markt bevordert kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten.

Die kansen en keuzes ontstaan als markten werken en consumenten echt kunnen kiezen. Als ondernemers vrijuit kunnen concurreren om de gunst van de klant, en ruimte krijgen om nieuwe producten of



diensten aan te bieden. Dan ontstaan er kansen voor innovatie, kansen ook voor nieuwe toetreders. Denk aan telecom en energie.

Ons toezicht beperkt zich overigens niet tot de laatste schakel van de keten, de consument. Wel zullen we bij ons toezicht op upstream markets, dus hoger in de keten, nadrukkelijk kijken naar de voordelen die daaruit voor de consument voortvloeien. Het betekent dus geen terugtrekkende beweging in het mededingingstoezicht.

Want onze centrale doelstelling bij het bevorderen van kansen en keuzes is een bijdrage te leveren aan de consumentenwelvaart. Dat betekent dat bij de keuzes die we maken de effecten voor de consument een prominente plek hebben.

Daarbij hoort ook dat we veel aandacht besteden aan de vraag of consumenten over juiste en volledige informatie beschikken, zodat zij ook in staat zijn keuzes te maken. Onze website ConsuWijzer blijven we daarvoor inzetten.

Een zelfbewuste, goed voorgelichte consument, speelt een belangrijke rol in wat ik maar noem het 'verzilveren' van die kansen en keuzes. We willen dus bijzondere aandacht geven aan de vraagkant van de markt.

Naast de centrale rol van de consument, besteden we in onze strategie aandacht aan de rol van publieke belangen.



We hebben wettelijke opgedragen publieke belangen: vrije concurrentie, toegang tot netwerken en consumentenrechten.

Binnen de wettelijke kaders willen we ook rekening houden met andere publieke belangen zoals duurzaamheid en innovatie, als we hier mee te maken krijgen. Een voorbeeld is samenwerking tussen ondernemingen op het gebied van duurzaamheid. We hebben onlangs een Kennisbank Duurzaamheid gelanceerd, waarmee we bedrijven meer duidelijkheid willen bieden over wat wel en niet mag onder de Mededingingswet.

Kansen en keuzes dus voor bedrijven en consumenten.

Marktvisie en Speerpunten 2013

Om dat de vertalen naar ons werk, hebben we de **Marktvisie** geschreven. Welke ontwikkelingen zien we en welke vraagstukken levert dat op. We zullen het jaarlijks opnieuw uitbrengen. Wat zijn de ontwikkelingen in de financiële sector, de woonketen, de agrarische sector en de zorg en de ontwikkeling van supersnelle netwerken in de telecom en de integratie van de energiemarkt. Hoe zorgen we ervoor dat lagere tarieven op korte termijn niet leiden tot een gebrek aan noodzakelijke investeringen op de lange termijn?

Daaruit volgt dan hetgeen u in het derde stuk vindt: de **Speerpunten** voor 2013. Voor 2014 en later zullen we iedere twee jaar onze agenda consulteren en vaststellen. Keuzes maken is daarbij ook voor



ons aan de orde; ons werkterrein is breed en onze capaciteit is begrensd.

Ik noem hier een paar van de Speerpunten voor 2013. Uiteraard zijn deze afgeleid van de Marktvisie.

- De woonketen, waaronder afnemende concurrentie op de hypotheekmarkt. Zijn er voldoende mogelijkheden voor nieuwe aanbieders om toe te treden tot de hypotheekmarkt?
- We komen met een integrale visie op de zorgmarkt die helderheid geeft over wat de buitenwereld van ACM mag verwachten. Ook de prijs voor geneesmiddelen heeft onze aandacht in 2013.
- Het vergroten van transparantie in de telecomsector, reisbranche en in het aanbod van online games. Ook in energie willen we meer duidelijkheid over tarieven en voorwaarden voor consumenten, zoals we ook afgelopen zondag in het acht-uurjournaal al hebben benadrukt.
- agressieve verkoopmethoden
- Oneerlijke concurrentie door overheden; onze rol in de nieuwe Wet Markt en Overheid. Kansen voor bedrijven moeten niet worden belemmerd door oneerlijke concurrentie door overheden.



- Uitrol supersnel breedband internet;
- Concurrentie in de mobiele telecom.

Hoe doen we dat?

Natuurlijk is bezuiniging onderdeel van de operatie. 7,4 Miljoen Euro in 2015; wij voldoen hier aan.

Dat doen we in een wereld waarin de hoogste eisen gesteld worden; niet alleen aan wat we doen, maar ook hoe we het doen. Zorgvuldigheid en juridische kwaliteit staan hoog in het vaandel. En tegelijk loopt wet- en regelgeving vaak achter de ontwikkelingen aan.

We wachten nog op de Stroomlijningswet die alle formele bevoegdheden afstemt. Dat vereist aandacht het komende jaar.

Wel zullen we vanaf nu marktproblemen/verstoringen integraal kunnen analyseren, prioriteren en aanpakken.

In dat verband speelt onze **toezichtsfilosofie** een belangrijke rol. We zijn en blijven in de eerste plaats een handhaver. We treden op tegen overtredingen en delen waar nodig forse boetes uit, ook aan individuen. Maar dit betekent niet dat ACM alleen maar op zoek gaat naar overtredingen van de wet.

We zullen breder onderzoeken wat de aard van het marktprobleem: is het een mededingingsprobleem, een reguleringsprobleem, of een transparantieprobleem aan de vraagzijde?



Op basis daarvan kijken we naar oplossingen. Dat kan ook een toezeggingsbesluit zijn of een waarschuwend gesprek (compliance programma), of een marktscan eventueel gecombineerd met een informatiecampagne op ConsuWijzer. Oplossen van problemen dus.

Kernwaarden

Tot slot hebben we drie kernwaarden geformuleerd die alles wat we doen bepalen. Professioneel, Onafhankelijk en Open.

De Minister heeft onlangs in de Eerste Kamer nog eens het grote belang van de onafhankelijkheid benadrukt.

Voor u is de derde kernwaarde misschien interessant: openheid.

Openheid door ons voortdurend heel goed te vergewissen van wat er speelt in de buitenwereld. Maar ook openheid door tijdig en goed duidelijk te maken wat we doen, waarvoor we het doen en hoe we het doen. Die openheid wordt wat mij betreft alleen begrensd door de wet en de professionaliteit, met name de vertrouwelijkheid.

Op die waarden mag u ons scherp blijven volgen.

Dank voor uw aandacht.