

## POSITION PAPER

### Ten aanzien van de wijziging regelgeving cadeau- en prepaidkaarten

---

Datum: 17 juli 2017

Contact: Michel van Bommel, T: +31 70 320 23 45, [michel.vanbommel@detailhandel.nl](mailto:michel.vanbommel@detailhandel.nl)

---

#### Achtergrond en aanleiding

Cadeau- en prepaidkaarten zijn populair. Dat blijkt uit de grote hoeveelheid beschikbare kaarten die steeds breder worden verkocht bij gemakswinkels, supermarkten, warenhuizen en andere retailers.

Onderzoeksbureau GfK meet de kassaverkopen en signaleert dat in de eerste 10 maanden van 2016 het aantal verkochte cadeaukaarten is gestegen met 10 procent. 61 procent van de ontvangers besteedt meer dan het tegoed alleen, gemiddeld het dubbele bedrag. De totale omzet in cadeaukaarten is naar schatting €1.5 tot 2 miljard euro per jaar en groeit jaarlijks met zo'n 10 procent.

Ondanks de populariteit zien wij echter ook dat bijvoorbeeld het faillissement van V&D en de recente situatie bij Wereldwinkels het imago van cadeaukaarten schaadt en daarmee indirect de omzet van de Nederlandse retailers.

Detailhandel Nederland, de belangenorganisatie van alle retailers in Nederland, heeft kennisgenomen van een aantal wetswijzigingen die de Nederlandse cadeau- en prepaidkaart markt zal raken. Aangezien retailers uitgevers en/of acceptanten zijn in deze markt, reageert Detailhandel Nederland met deze Position Paper op de mogelijke gevolgen en identificeert de zorgpunten

#### Huidige situatie

Voor cadeau- en prepaidkaarten geldt momenteel de Wet Financieel Toezicht (Wft) waarbij cadeaukaarten als elektronisch geld wordt beschouwd. Uitgevers worden beschouwd als EGI (Elektronisch Geld Instelling) en moeten zich derhalve melden bij De Nederlandsche Bank (DNB).

Wanneer een *issuer* ook de innemer is van het elektronische geld dan is het officieel geen elektronisch geld (dit noemen we "*closed loop*"). Daarnaast is er een optie dat de cadeaukaart voor een beperkte reeks goederen te besteden is. Op dit moment moet een *issuer* op basis van de Wft melden waarom betreffende kaart c.q. organisatie wel of niet onder de EGI (Elektronisch Geld Instelling) regels valt. De Nederlandsche Bank (DNB) bepaalt of deze zienswijze juist is. Als een vrijstelling of uitzondering wordt vastgesteld vervalt het toezicht van DNB.

#### Toelichting

Gestuurd vanuit nieuwe Europese richtlijnen staan er drie belangrijke wetswijzigingen op stapel, namelijk:

1. De aanscherping van de uitzondering op de **vergunningsplicht**;
2. De introductie van een **kennisgevingsplicht** bij de DNB voor de *issuers* (cadeau- of prepaidkaart uitgevers) die onder de uitzondering of vrijstelling actief zijn en die een *float* (de uitstaande verplichtingen van de *issuer* jegens kaarthouders) van meer dan één miljoen euro in het voorgaande jaar hebben gehad;
3. De verscherpte regels ten aanzien van het **cliëntenonderzoek**, met als mogelijkheid dat in Nederland dit cliëntenonderzoek bij cadeaukaarten *altijd* moet plaatsvinden.

De nieuwe regels in PSD2 maken niet langer onderscheid tussen cadeau- en prepaidkaarten, ze lijken vooral in het leven te zijn geroepen voor de “Visa en Mastercard achtige” prepaidkaarten.

### **PSD2 en de Vergunningsplicht**

Eind 2016 is de herziene richtlijn betaaldiensten in Europa vastgesteld (PSD2). Deze richtlijn moet uiterlijk 13 januari 2018 in de nationale wetgevingen zijn omgezet.

Voor elektronisch geld is de wijziging van de uitzonderingsregel van belang. Hierdoor zullen meer *issuers* een vergunning moeten aanvragen of aanspraak moeten maken op de vrijstellingsregeling. Sowieso zullen veel meer *issuers* vallen onder de meldingsplicht, ook de *closed loop* kaarten. Onduidelijk is nog welke eisen gesteld kunnen worden aan de kennisgevingsplichtigen.

### **Cliëntonderzoek**

Vanuit de vierde anti-witwas richtlijn (AMLD IV) blijft de grens voor het uitvoeren van een cliëntonderzoek voor niet-oplaadbare producten<sup>1</sup>, vastgesteld op €150,-<sup>2</sup>. De *issuer* is dan wel nog verplicht een controle uit te voeren op de transacties of de zakelijke relatie om eventuele verdachte praktijken aan het licht te brengen.

Er is één onderdeel in het conceptvoorstel voor de Nederlandse AMLD IV implementatiewet waarvan op dit moment onduidelijk is of deze daadwerkelijk wordt doorgevoerd. In dit wetsvoorstel wordt er van uitgegaan dat er altijd en dus voor *alle* cadeaukaarten een cliëntenonderzoek moet worden uitgevoerd. Op deze internetconsultatie is al door diverse partijen in verschillende stadia bezwaar gemaakt tegen deze onuitvoerbare regel. Ook Detailhandel Nederland maakt zich ernstige zorgen over dit voorstel. Het invoeren van een dergelijke verplichting heeft namelijk desastreuze gevolgen voor de cadeaukaartenmarkt en voor de verkopers ervan.

Het is niet voor te stellen hoe er bij de verkoop van elke cadeaukaart een cliëntonderzoek moet worden uitgevoerd, door wie en waar dit dan moet worden vastgelegd. Ook hier komen nieuwe privacy regels om de hoek kijken en maken het beheer niet makkelijker. De vraag is of het daadwerkelijk een oplossing is van het probleem.

In het geval van oplaadbare betaalinstrumenten, zoals prepaid betaalkaarten, is de grens voor een cliëntonderzoek vastgesteld op een betalingstransactielimiet van €250,- per maand en met een maximum van €1.000,- per jaar. Als de mogelijke terugbetaling hoger is dan €100,- geldt ook hier een verplichting van een cliëntenonderzoek.

### **Remote Payments**

Voor de zogenaamde *remote payments* (betaling via Internet, cq. *card not present (CNP)*) zou gaan gelden dat de grens voor het bovengenoemde cliëntenonderzoek ligt op **€50,-**.

---

<sup>1</sup> Een cadeaukaart die in een winkels eenmalig wordt geladen met een bedrag onder de €150,-, is een niet-oplaadbare kaart. Prepaid creditcards waarop kan worden bijgestort wel.

<sup>2</sup> Volgens de laatste versie van de *Presidency compromise* tekst van de AMLD V van 13 december 2016.

## Zorgpunten Detailhandel Nederland

Detailhandel Nederland vertegenwoordigd alle retailers in Nederland en in die hoedanigheid zowel uitgevers (*issuers*), als acceptanten als wederverkopers. Gezamenlijk maken wij ons zorgen om een aantal zaken, te weten,

### 1. Kennisgevingsplicht

Wat zijn de consequenties voor het instellen van een kennisgevingsplicht, wat houdt deze plicht dan precies in en hoe moet betreffende *issuer* dit dan precies uitvoeren? Wat zijn de voorwaarden die gesteld worden aan een organisatie dat zich moet melden?

### 2. Cliëntonderzoek

Wanneer een *issuer* wordt verplicht een cliëntonderzoek uit te voeren van de transactie(s) of de zakelijke relatie, zien wij dat er een onevenredige druk komt te liggen op de *issuer*. De *issuer* zal bovendien vanuit de nieuwe privacy wetgeving geconfronteerd worden met diverse verplichtingen. Wij vragen ons af hoe haalbaar een dergelijke controleproces is en hoe dit zou moeten worden uitgevoerd in de praktijk.

### 3. Remote Payments

Het is ons niet duidelijk waarom bij deze vorm van betalen de grens is gezet op €50,-. Waarom is deze niet gelijk gesteld met de €150,- zoals bij de niet-oplaadbare producten? De vraag blijft wel hoe dit in de praktijk gaat werken wanneer iemand (online en dus *remote*) een product koopt van meer dan €50,-? Hoe kan de koper worden geverifieerd? Door wie? Met wel identificatiemiddel? Onder welke voorwaarden?

### 4. Nederlandse kop cliëntonderzoek

Het is niet duidelijk wat de laatste stand van zaken is rondom de "Nederlandse kop" met betrekking tot cliëntonderzoek voor alle cadeaukaarten. In de ogen van de Nederlandse detailhandel is met betrekking tot de verkoop van cadeaukaarten, het cliëntonderzoek onwerkbaar en voorkomt mogelijke verdachte transacties niet. Doordat bovendien een cadeaukaart wordt weggegeven, is de vraag wie hier dan de cliënt is. Voor heroplaadbare kaarten is dit een ander verhaal en zou de oplossing zijn om deze niet meer anoniem te verstrekken.

## Actiepunten

De volgende actiepunten zijn gedefinieerd:

1. Deze Position Paper sturen naar het Ministerie van Financiën
2. Aangaan van gesprekken met verantwoordelijke(n) binnen Ministerie van Financiën
3. Monitoren van de Wetgeving en indien nodig aangaan van gesprekken met de belangrijkste stakeholders, zoals DNB, Tweede Kamerleden en het Ministerie van Financiën.

### Tot slot

Wij bepleiten dat de nieuwe regels voor cadeau- en prepaidkaarten zorgvuldig tegen het licht worden gehouden om te bezien of het doel van de richtlijn niet voorbij wordt gestreefd, namelijk het tegengaan van witwaspraktijken.

De eisen die vanuit de vierde anti-witwas richtlijn (AMLD IV) worden gesteld (de grens van €150,- voor het uitvoeren van een cliëntonderzoek voor niet-oplaadbare producten) is disproportioneel.

Wij vrezen bovendien dat enkele onderdelen in de nieuwe wetgeving zullen zorgen voor een **toenemende werkdruk, toenemende kosten en administratieve rompslomp** voor de retailsector.

Als het gaat om helderheid en duiding, dan heeft de Nederlandse retail behoefte aan:

- Het versterken van de veiligheid, betrouwbaarheid en goede werking van (de dragers van) elektronisch geld;
- Het verhogen van het vertrouwen in (de dragers van) elektronisch geld bij burgers en ondernemers;
- Het beperken van de kosten voor de retailsector inzake de distributie en beheer van (de dragers van) elektronisch geld;
- Handvatten voor het naleven van de nieuwe wet- en regelgeving voor (de dragers van) elektronisch geld.

---

Detailhandel Nederland is de spreekbuis van de winkeliers van Nederland en stelt zich ten doel de belangenbehartiging van de detailhandel in Den Haag en Brussel te optimaliseren en te versterken. Detailhandel Nederland vertegenwoordigt 100.000 winkeliers. De sector heeft een omzet van €98 miljard en biedt werk aan nog eens 780.000 mensen.