

Modtaget via elektronisk post. Der tages forbehold for evt.
fejl.

Europaudvalget
(Alm. del - bilag 1202)
økonomi- og finansministerråd
(Offentligt)

ERU, Alm. del - bilag 555

Medlemmerne af Folketingets Europaudvalg
og deres stedfortrædere.

Bilag	Journalnummer		
1	400.C.2-0	EU-sekr.	21. juli 2003

Til underretning for Folketingets Europaudvalg vedlægges Økonomi- og Erhvervsministeriets grundnotat vedrørende Kommissionens forslag til direktiv om urimelig handelspraksis i forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere i det indre marked, KOM (2003) 356 endelig udg.

Kommissionens forslag til direktiv om urimelig handelspraksis i forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere i det indre marked (KOM(2003) 356 endelig udg.)

Resumé

Kommissionen har den 18. juni 2003 fremsat et direktivforslag om urimelig handelspraksis i det indre marked. Forslaget finder anvendelse på

(Løbenr. 23604)

Forslaget baseres på en generalklausul, der omhandler et forbud mod urimelig handelspraksis. Herved forstås praksis, der ikke opfylder kravene til professionel omhu, og som er egnet til at påvirke efterspørgslen. Urimeleg handelspraksis er navnlig praksis, der karakteriseres som vildledende eller aggressiv markedsføring. Handlinger, der ikke er egnet til at påvirke efterspørgslen, såsom spørgsmål om smag, anstændighed eller sømmelighed og almene samfundsinteresser er ikke omfattet af forslaget.

Forslaget indeholder visse forpligtelser for medlemsstaterne med henblik på at sikre, at forslagets bestemmelser håndhæves.

1. Baggrund og indhold

Kommissionen offentliggjorde i oktober 2001 en grønbog om forbrugerbeskyttelse i Den Europæiske Union (KOM(2001) 531 endelig udg.) samt i juni 2002 en opfølgingsmeddelelse til grønbogen (KOM(2002) 289 endelig udg.). Et af hovedinitiativerne heri var at se på behovet for en europæisk regulering af markedsføringsretten. Kommissionen har ultimo 2002 til primo 2003 foretaget en bred høring om emnet, afholdt bilaterale møder og konferencer, samt afholdt møder i ekspertgrupper med henblik på at indsamle informationer om medlemsstaternes regler og udfinde områder, hvor der kan være tale om grænseoverskridende hindringer.

På den baggrund har Kommissionen den 18. juni 2003 fremsat et forslag til direktiv om urimeleg handelspraksis i forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere i det indre marked (KOM(2003) 356 endelig udg.).

Forslaget er fremsat med hjemmel i EU-traktatens art. 95 om gennemførelsen af det indre marked. Rådet skal træffe beslutning ved kvalificeret flertal i fælles beslutningstagen med Europa-Parlamentet, jf. traktatens art. 251.

Anvendelsesområde

Direktivforslaget har til formål at harmonisere medlemsstaternes regulering af urimeleg handelspraksis og dermed medvirke til at skabe et velfungerende indre marked samt opnå et højt niveau af forbrugerbeskyttelse.

Direktivforslaget finder anvendelse på urimeleg handelspraksis i forholdet mellem erhvervsdrivende og forbrugere og angår alene den form for urimeleg handelspraksis, som kan skade forbrugernes økonomiske interesser. Det betyder, at erhvervsmæssige dispositioner, der rejser spørgsmål om smag, anstændighed/sømmelighed og almene samfundsinteresser ikke er omfattet af forslaget, når disse handlinger ikke er egnet til at påvirke efterspørgslen,

(Løbenr. 23604)

men alene til at krænke hele eller dele af befolkningen. Et eksempel herpå er handlinger, der er race- eller kønsdiskriminerende.

Sundheds- og sikkerhedsaspekter, der relaterer sig til produkter, falder desuden uden for forslagets anvendelsesområde. Der er f.eks. tale om produkter, der kan gøre forbrugere syge. Forslaget berører heller ikke kontraktsretten samt domstolens kompetence.

Sektorregulering, der regulerer urimelig handelspraksis specifikt, har endvidere forrang i forhold til forslaget, medmindre sektorreguleringen alene bygger på brede principper om rimelig handelspraksis m.v. Forslaget supplerer desuden sektorregulering, der alene indeholder aspekter af kommerciel praksis såsom informationskrav. En overtrædelse af informationskravene vil blive betragtet som urimelig handelspraksis.

Afsenderlandsprincip

Direktivforslaget indfører et afsenderlandsprincip, der bygger på principperne om hjemlandskontrol og gensidig anerkendelse. Dette indebærer, at en medlemsstat skal føre tilsyn med, at erhvervsdrivende etableret i medlemsstaten skal overholde medlemsstatens regler om urimelig handelspraksis, uanset om disse markedsfører sig i andre medlemsstater. Medlemsstaten kan derimod ikke kræve sine regler overholdt af en erhvervsdrivende etableret i en anden medlemsstat, når denne foretager grænseoverskridende markedsføring.

Urimelig handelspraksis

Direktivforslaget baseres på en generalklausul, der omhandler et forbud mod urimelig handelspraksis. Ved urimelig handelspraksis forstås praksis, der ikke opfylder kravene til professionel omhu, og som er egnet til at påvirke efterspørgslen, dvs. påvirke en gennemsnitsforbrugers økonomiske adfærd.

Urimelig handelspraksis er navnlig markedsføring, der karakteriseres som vildledende eller aggressiv. Vildledende markedsføring dækker både vildledende *handlinger* – f.eks. det forhold, at en erhvervsdrivende afgiver urigtige oplysninger om produktets karakteristika, prisen, tilhørsforhold til adfærdskodeks m.v., som er egnet til at vildlede en gennemsnitsforbruger - og *ude-tadelser* - f.eks. det forhold, at en erhvervsdrivende undlader at give visse oplysninger om produktet, prisen m.v., som vil have været af betydning for gennemsnitsforbrugeren. Manglende overholdelse af informationskrav, der følger af anden EU-regulering, vil blive betragtet som vildledende.

Ved aggressiv handelspraksis forstås markedsføring, hvorved en gennemsnitsforbruger ved brug af chikane, tvang eller utilbørlig indflydelse, tvinges eller kan tvinges til at handle på en måde, som forbrugeren normalt ikke vil have gjort. Et eksempel herpå er, hvis en forbruger forledes til at tro, at

(Løbenr. 23604)

pågældende ikke kan forlade et område, før en kontrakt er underskrevet, eller en betaling er sket.

Forslaget er suppleret med en ikke-udtømmende liste over eksempler på urimelig handelspraksis og en ikke-udtømmende liste over informationskrav i eksisterende direktiver.

Adfærdskodeks, samarbejde og håndhævelse

Direktivforslaget udelukker ikke, at organer m.v. på nationalt eller europæisk plan kan udarbejde og føre kontrol med adfærdskodeks vedrørende urimelig handelspraksis, såfremt den funktion, som disse organer har, ikke træder i stedet for domstolenes og de administrative myndigheders hånd-

hævelsesfunktion.

Forslaget indeholder visse forpligtelser for medlemsstaterne med henblik på at sikre, at reglerne bliver tilstrækkeligt håndhævet. Medlemsstaterne skal påse, at der findes tilstrækkelige og effektive muligheder for kontrol, herunder at det er muligt for personer eller organisationer, som har en legitim retlig interesse i at få forbudt urimelig handelspraksis, at indbringe en sag for domstolen eller en upartisk administrativ myndighed.

Medlemsstaterne skal desuden sikre, at domstolene og myndighederne bl.a. har beføjelser til at standse eller forhindre urimelig handelspraksis, samt at de kan kræve, at den erhvervsdrivende fremlægger beviser for rigtigheden af de faktiske forhold, der gøres gældende i reklamen.

Forslaget fastsætter endvidere, at medlemsstaterne skal knytte sanktioner til overtrædelse af reglerne og sikre, at reglerne bliver håndhævet. Sanktionerne skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning.

Derudover indeholder forslaget en række konsekvensændringer af direktiver, hvis bestemmelser delvist inkorporeres i dette forslag.

2. Europa-Parlamentets holdning

Europa-Parlamentet har ikke udtalt sig om direktivforslaget.

3. Nærheds- og proportionalitets princippet

Kommissionen har vurderet, at forslaget er i overensstemmelse med nærheds- og proportionalitetsprincippet. Kommissionen finder, at det er bedst at harmonisere reglerne for urimelig handelspraksis på fællesskabsplan, da hindringer for det indre marked i medlemsstaternes reguleringer ikke kan fjernes tilstrækkeligt af medlemsstaterne selv. Det samme gør sig gældende i relation til at sikre et højt fælles forbrugerbeskyttelsesniveau. Kommissionen finder desuden, at forslaget i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet ikke går videre end, hvad der er nød-

(Løbenr. 23604)

vendigt for at sikre et velfungerende indre marked baseret på et højt fælles forbrugerbeskyttelsesniveau.

Det skønnes, at direktivforslaget ikke er i strid med nærheds- og proportionalitetsprincippet.

4. Gældende dansk ret

Markedsføringsretlige regler findes i flere love. De mest centrale og generelle regler findes i markedsføringsloven, der bl.a. indeholder en generalklausul om god markedsføringsskik og regler om vildledende og sammenlignende reklame.

Generalklausulen er en rammebestemmelse, der udtrykker en minimumsforordning for acceptabel markedsadfærd. Generalklausulen kan ikke stå alene, men skal fortolkes under hensyn til de til enhver tid herskende forbruger-, erhvervs- og samfundsforhold. Generalklausulen omfatter ikke kun adfærd, der er egnet til at påvirke efterspørgslen, men også adfærd, som strider mod

Der er til udfyldning af markedsføringsloven udstedt en række bekendtgørelser, ligesom Forbrugerombudsmanden har udarbejdet en række retningslinier og vejledninger efter forhandling eller høring af erhvervs- og forbrugerorganisationerne.

Markedsføringsloven suppleres af speciallovgivning, der indeholder markedsføringsregler for bestemte varer og ydelser - f.eks. fødevarereloven, kemikalielovgivningen og lægemiddeloven – samt speciallovgivning for brug af særlige reklamemetoder eller medier - f.eks. radio- og tv-loven og e-handelsloven.

For så vidt angår håndhævelsen af de markedsføringsretlige regler fører Forbrugerombudsmanden tilsyn med, at markedsføringslovens bestemmelser overholdes. Forbrugerombudsmanden samt enhver, der har retlig interesse heri, har mulighed for at indbringe en sag for domstolene. Markedsføringsloven og retsplejeloven indeholder hjemmelsbestemmelser for Forbrugerombudsmanden og domstolene til at sikre en tilstrækkelig og effektiv håndhævelse. I speciallovgivningen er der nærmere regler om, hvilken myndighed der påser disse loves overholdelse.

5. Høring

Direktivforslaget er sendt i høring. Der vil blive fremsendt et efterfølgende høringsnotat.

6. Lovgivningsmæssige eller statsfinansielle konsekvenser

De generelle regler i markedsføringsloven - generalklausulen om god markedsføringsskik og reglerne om vildledende og sammenlignende re-

(Løbenr. 23604)

klame – regulerer bl.a. forholdet mellem forbrugere og erhvervsdrivende, og er i vidt omfang udfyldt ved domspraksis, bekendtgørelser, retningslinier, vejledninger og internationale kodeks.

Markedsføringslovens generelle regler finder også anvendelse for erhvervsdrivendes adfærd over for andre erhvervsdrivende, ligesom dele af den offentlige virksomhed er omfattet. Disse områder berøres ikke af forslaget.

For at sikre en klar og overskuelig retstilstand for virksomhederne og forbrugerne samt en korrekt gennemførelse af direktivforslaget i dansk ret, vil det være nødvendigt at foretage ændringer af markedsføringslovens generelle regler.

Forslagets afsenderlandsprincip får den betydning, at de regler, der ikke er eller bliver harmoniseret på fællesskabsplan, alene kan kræves overholdt af danske virksomheder og ikke af virksomheder etableret i andre medlemsstater, uanset om disse markedsfører sig i Danmark.

Forslagets regler om håndhævelse og samarbejde får ingen lovgivningsmæssig betydning, idet reglerne allerede findes i gældende EU-regulering og

derfor er inkorporeret i dansk ret.

På nuværende tidspunkt er det ikke muligt at afgøre, om forslaget vil medføre statsfinansielle konsekvenser.

7. Samfundsøkonomiske konsekvenser

Direktivforslaget skaber ensartede regler om urimelig handelspraksis for virksomhederne i det indre marked, hvorved sikres retssikkerhed og lige konkurrencevilkår. Det skønnes derfor, at forslaget vil gøre det lettere for virksomhederne at markedsføre sig både i Danmark og i de øvrige medlemsstater.

Ensartede regler for urimelig handelspraksis vil endvidere være til fordel for forbrugerne, idet de dermed ikke skal have kendskab til 15 medlemsstaters forskellige regelsæt.

Forslagets afsenderlandsprincip kan dog betyde, at danske virksomheder på visse specifikke områder kan være underlagt strengere krav end udenlandske virksomheder. Ligeledes kan det for forbrugerne betyde en forringelse af beskyttelsen, da de kan blive mødt af markedsføring, som ikke opfylder de krav, der findes i dansk lovgivning. Ulemperne ved afsender-

(Løbenr. 23604)

landsprincippet kan dog minimeres, hvis det sikres, at forslaget bygger på et ensartet højt forbrugerbeskyttelsesniveau.

8. Tidligere forelæggelse i Europaudvalget

Grønbogen om forbrugerbeskyttelse i den Europæisk Union og opfølgingsmeddelelsen hertil har været forelagt Folketingets Europaudvalg til orientering den 18. maj 2001, den 9. november 2001, den 22. februar 2002, den 17. maj 2002 og den 8. november 2002. Grundnotater, notater og høringsnotater er fremsendt den 17. maj 2001, den 8. november 2001, den 16. november 2001 (fremsendt på ny den 4. december 2002), den 16. januar 2002, den 14. februar 2002, den 8. maj 2002, den 18. juli 2002, den 19. september 2002 og den 31. oktober 2002. Regeringens hørings svar til grønbogen og opfølgingsmeddelelsen er fremsendt den 14. februar 2002 og den 18. oktober 2002.

(Løbenr. 23604)