

UDENRIGSMINISTERIET

EUROPAUDVALGET
(2. samling)

Alm. del - bilag 235 (offentligt)

Medlemmerne af Folketingets Europaudvalg
og deres stedfortrædere

Asiatisk Plads 2
DK-1448 København K
Tel. +45 33 92 00 00
Fax +45 32 54 05 33
E-mail: um@um.dk
Telex 31292 ETR DK
Telegr. adr. Etrangeres
Girokonto 300-1806

Bilag
1

Journalnummer
400.C.2-0

Kontor
EU-sekr.

16. januar 2002



Til underretning for Folketingets Europaudvalg vedlægges Økonomi- og Erhvervsministeriets notat vedrørende Kommissionens forslag til forordning om salgsfremmende foranstaltninger i Det Indre Marked, KOM(2001)546 endelig udg.

P. B. Olsen

HØRINGSNOTAT TIL FOLKETINGETS EUROPAUDVALG

Økonomi- og
Erhvervsministeriet

Kommissionens forslag til forordning om salgsfremmende foranstaltninger i Det Indre Marked (KOM(2001) 546 endelig udgave)

14. januar 2002

1. Baggrund

Kommissionen fremsatte den 2. oktober 2001 et forslag til forordning om salgsfremmende foranstaltninger i Det Indre Marked (KOM(2001) 546 endelig udgave).

Sag 2001-1350/1

Grundnotat om forordningsforslaget er den 8. november 2001 fremsendt til orientering til Folketingets Europaudvalg. Af grundnotatet fremgår, at der efterfølgende, når høringen var afsluttet, ville blive fremsendt et høringsnotat. Resultatet af høringen foreligger nu.

2. Høring

Følgende organisationer har ikke afgivet høringssvar:

Amtsrådsforeningen, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Brancheorganisationen Forbrugerelektronik, Brancheforeningen for Kontor og Data, Børsmæglerforeningen, Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark, Centralforeningen for Danske Assurandører, Danmarks Aktive Forbrugere, Danmarks Fotohandlerforening, Danmarks Optikerforening, Danmarks Radio, Danmarks Sportshandler-Forening, Dansk Dagligvareleverandørforening, Dansk Dataforening, Dansk Fagpresse, Dansk Magasinpresse, Dansk Markedsføringsforbund, Dansk Postordreforening, Danske Biludlejere, Danske Distriktsblade ApS, Danske Finansieringsselskabers Forening, Den Danske Dommerforening, Dommerfuldmægtigforeningen, Elektronikindustrien, FEHA/Markedsføringsnævnet, Feriehusudlejernes Brancheforening, Fondsrådet, Foreningen af Dagligvare Grossister, Foreningen af Dansk Internet Handel, Foreningen af Danske InternetMedier, Foreningen af Danske Videogramdistributører, Foreningen af Filmudlejere i Danmark, Foreningen af (Danske) Internetleverandører, Foreningen af Interne Revisorer, Foreningen af Statsautoriserede Revisorer, Investeringsforeningsrådet, IT-Brancheforeningen, Københavns Fondsbørs A/S, Landsforeningen Loyal Handel, Motorcykel-Forhandler Foreningen, Møbelhandlernes Centralforening, Pengeinstitutternes Betalingssystemer A/S, Post Danmark A/S, Præsidenten for Sø- og Handelsretten, Radiobranchens Reklameudvalg, Radiofaghandelens Brancheorganisation, Sammenslutningen af Danske Andelskasser, Telekommunikationsindustrien i Danmark, TVDanmark A/S, TV 3, Vin og Spiritus Organisationen i Danmark V.S.O.D.

Følgende organisationer har ikke haft bemærkninger til forordningsforslaget:

Danmarks Nationalbank, Danske Andelsselskaber, Foreningen Registrerede Revisorer, Kommunernes Landsforening, Landbrugsrådet, Liberale Erhvervs Råd, Oliebranchens Fællesrepræsentation, Realkreditrådet, TV2 Reklame.

Følgende organisationer har haft bemærkninger til forordningsforslaget:

Advokatrådet, Bryggeriforeningen, Danmarks Automobilforhandler Forening, Danmarks Rejsebureau Forening, Danmarks Skohandlerforening, Danmarks Tapet & Farvehandlerforening, Dansk Detail Kreditråd, Dansk Ejendomsmæglerforening, Dansk Textil Union, Dansk Tipstjeneste, Danske Dagblades Forening, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, De Danske Bilimportører, DSK De Samvirkende Købmænd, Den Danske Boghandlerforening, Finansrådet, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Forsikring & Pension, Handelskammeret, HORESTA, Håndværksrådet, Radio- og TV-Nævnet.

3. Generelle bemærkninger til forordningsforslaget

Ca. 1/4 af de hørte organisationer har haft bemærkninger til forordningsforslaget. Heraf har ca. 2/3 af organisationerne udtrykt, at de er positive over for forordningsforslaget (Advokatrådet, Bryggeriforeningen, Danmarks Automobilforhandler Forening, Danmarks Rejsebureau Forening, Dansk Detail Kreditråd, Dansk Ejendomsmæglerforening, Danske Dagblades Forening, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, De Danske Bilimportører, Finansrådet, Forbrugerombudsmanden, Forsikring & Pension, Handelskammeret og Radio- og TV-nævnet).

1/3 af organisationerne er derimod negative over for forordningsforslaget (Danmarks Skohandlerforening, Danmarks Tapet & Farvehandlerforening, Dansk Textil Union, Dansk Tipstjeneste, DSK De Samvirkende Købmænd, Den Danske Boghandlerforening og Forbrugerrådet).

4. Konkrete bemærkninger til forordningsforslaget

I det følgende gengives organisationernes og myndighedernes kommentarer til de fem hovedområder, som forordningsforslaget omfatter.

Generelle forbud og restriktioner

Ifølge forordningsforslaget skal brug af og reklamering med salgsfremmende foranstaltninger være tilladt. Herved vil medlemsstaternes generelle forbud mod dette

ikke kunne opretholdes. Sektorvise restriktioner forventes stadig at kunne opretholdes.

Advokatrådet ser forslaget som en nødvendig foranstaltning i forbindelse med gennemførelsen af det indre marked, og kan tilslutte sig, at der arbejdes videre med det fremlagte forslag. Den forringelse af forbrugerbeskyttelsen, som forslaget kan medføre, opvejes af de positive virkninger ved gennemførelsen af ensartede regler.

Bryggeriforeningen, Danmarks Automobilforhandler Forening, Dansk Detail Kreditråd, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, De Danske Bilimportører, Handelskammeret og Radio- og TV-nævnet tilslutter sig forslaget, da forslaget vil indebære, at markedsføringslovens specialforbud bliver fjernet. Visse af organisationerne fremhæver, at specialforbudene skaber hindringer for konkurrencen, at de ikke er tidssvarende, og at de lægger uforholdsmæssige store administrative byrder på de erhvervsdrivende.

Danske Dagblades Forening og Finansrådet finder, at forslaget ved at skabe klare ensartede og mere overskuelige regler vil sikre lige konkurrencevilkår og dermed gøre det lettere for virksomhederne at markedsføre sig i Danmark og de øvrige medlemsstater. Handelskammeret henviser til, at vilkårene for samhandlen i det indre marked må antages at blive forbedret.

Danmarks Rejsebureau Forening finder, at en harmonisering af reglerne om salgsfremmende foranstaltninger vil være til fordel for små og store virksomheder, da de får lettere ved at komme ind på nye markeder. En fjernelse af forbudet mod tilgift kan dog føre til misbrug af de store virksomheders dominerende stilling, da de i forhold til de små virksomheder økonomisk vil være i stand til at yde tilgift, uden at omkostninger herved lægges oveni prisen på "den oprindelige" vare/tjenesteydelse.

Forbrugerombudsmanden støtter bestræbelserne for en harmonisering af markedsføringslovgivningen i Europa, hvilket bedst sikres ved gennemførelse af en generalklausul om god markedsadfærd. Forbrugerombudsmanden ser dog forordningsforslaget som et fornuftigt skridt. Forbrugerombudsmanden har tidligere støttet bestræbelserne på at forenkle eller ophæve markedsføringslovens specialforbud. Forbrugerombudsmanden finder imidlertid, at forordningsforslaget og grønbogen om forbrugerbeskyttelse i Den Europæiske Union (KOM(2001) 531 endelig udgave) bør gennemføres samtidigt.

Håndværksrådet er ikke afvisende over for forordningsforslaget, men finder at en gennemførelse af den foreslåede nedregulering bør medføre, at der ar-

bejdes for at tydeliggøre gennemsigthedsbestemmelserne, så aftagere kan foretage deres valg på en velinformeret baggrund. Hermed vil den fordel, de større virksomheder har i forhold til de små og mellemstore virksomheder ved at kunne anvende salgsfremmende foranstaltninger, kunne udjævnes.

Danmarks Skohandlerforening, Danmarks Tapet & Farvehandlerforening og Dansk Textil Union kan ikke støtte forordningens indhold. Skabelsen af et indre marked har ingen betydning for de små/lokale butikker, der betjener en lokal kundekreds, og en ophævelse af markedsføringslovens specialforbud vil betyde en skævvridning af markedet til fordel for de største aktører i dansk detailhandel. Organisationerne finder, at specialforbudene sikrer prisgennemsigthed, styrker konkurrencen og sikrer, at alle aktører overholder normerne for god markedsføringsskik. Specialforbudene kan ikke opvejes af informationskrav. DSK De Samvirkende Købmænd og Den Danske Boghandlerforening kan heller ikke tilslutte sig forslaget. Organisationerne finder, at markedsføringslovens specialforbud er konkret og sagligt begrundet, og en ophævelse af forbudene vil betyde en øget uigennemsigthed i konkurrencen, en forringelse af vilkårene for en stor del af detailhandlen og en risiko for en øget administrativ byrde blandt detailhandlerne.

Forbrugerrådet er umiddelbart kritisk over for forordningsforslagets indhold og metoden med maksimumsharmonisering, da forslaget vil medføre en lav grad af forbrugerbeskyttelse og samtidig hindre lande i at vælge en højere beskyttelse. Rådet opfordrer til, at forslaget trækkes tilbage med henblik på senere at drøfte indholdet, når der foreligger et konkret forslag i henhold til grønbogen om forbrugerbeskyttelse i EU.

Dansk Tipstjeneste anbefaler, at der arbejdes på at indføre fælles europæiske regler i tråd med anbefalingerne i spillebetænkningen. Købsbetingede spil og konkurrencer ligger definitions-mæssigt tæt op ad egentlige spil (spil med pengeindsud), ligesom risikoen er den samme. Det vil derfor være urimeligt, hvis egentlige spil og købsbetingede markedsføringsspil ikke er underlagt de samme høje standarder af forbrugerbeskyttelse m.v.

HORESTA finder, at salgsfremmende foranstaltninger vil kunne modarbejde de samfundsmæssige, ædruelighedsmæssige og ordensmæssige hensyn, der ifølge restaurationsloven skal iagttages i forbindelse med udskænkning af alkohol.

Princip om gensidig anerkendelse

De nationale restriktioner (f.eks. sektorvise restriktioner) for salgsfremmende foranstaltninger, som det ifølge forslaget er tilladt at opretholde, er ifølge forslaget undergivet princippet om gensidig anerkendelse.

Danmarks Rejsebureau Forening finder, at de restriktioner, der efter forslaget kan opretholdes nationalt, kan føre til omvendt diskrimination og skabe ulige konkurrence.

Danske Dagblades Forening bifalder forslaget princip om gensidig anerkendelse.

Forbrugerrådet bifalder ikke princippet om gensidig anerkendelse.

Forsikring & Pension henviser til, at det er vigtigt ved grænseoverskridende handel at sikre, at konkurrencen sker på lige vilkår, hvorfor adgangen til opretholdelse af sektorvise forbud bør reguleres, så ensartede vilkår i alle medlemsstaterne sikres.

Handelskammeret finder, at princippet om gensidig anerkendelse kan medføre en risiko for konkurrenceforvridning, men det må forventes, at dette opvejes af de lettelser, som princippet medfører.

Informationskrav

Forslaget indeholder to typer informationskrav: 1) Oplysninger, der skal gives i forbindelse med reklamerne, og 2) oplysninger, som på opfordring fra modtageren skal gives denne.

Bryggerforeningen finder, at omfanget af de oplysninger, som skal gives i forbindelse med de salgsfremmende foranstaltninger, er alt for omfattende og komplekse.

Danmarks Rejsebureau Forening er af den opfattelse, at oplysninger om enhver begrænsning på modtagelsen af en salgsfremmende foranstaltning bør fremgå i forbindelse med reklamerne, hvorved kunden med det samme ved, om den salgsfremmende foranstaltning er relevant.

Danske Dagblades Forening finder informationskravene rimelige.

Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening henviser til, at informationskravene skal ses i lyset af mediernes forskelligheder og bør rettes ind herefter.

Forbrugerombudsmanden finder, at oplysningsforpligtelserne skal fastlægges under hensyntagen til først og fremmest forbrugerne.

Forsikring og Pension henviser til, at oplysninger om priser i den kommercielle kommunikation ikke vil være muligt for markedsføring af forsikrings- og pensionsprodukter, hvor prisen afhænger af kundens risikoprofil.

Handelskammeret finder, at informationskravene bør være så konkrete som muligt for at skabe gennemsigtighed og sikre objektivitet, hvorved forbrugerne sikres en ensartet information, og de erhvervsdrivende sikres en viden om omfanget af deres forpligtelser.

Beskyttelse af børn og unge

Forslaget indeholder til beskyttelse af børn og unge en række krav ved brug af salgsfremmende foranstaltninger over for disse. Gratis gaver eller tilgift må f.eks. ikke gives til et barn, hvis de kan skade barnet fysisk.

Advokatrådet henviser til, at det bør overvejes, om forslaget yder tilstrækkelig beskyttelse af børn og unge.

Bryggerforeningen støtter det foreslåede forbud mod tilgift i form af uddeling af alkoholholdige drikkevarer til unge under 18. Forbudet bør alene vedrøre tilgiftstilfælde og ikke f.eks. rabatter.

Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening finder at forbudet mod indsamling af personlige data fra et barn er for restriktiv, idet oplysninger om f.eks. barnets navn og adresse kan være nødvendig for deltagelse. Oplysningerne skal dog kun gives med forældremyndighedsindehaverens samtykke.

Procedure for klager

Forslaget indeholder en bestemmelse om den erhvervsdrivendes pligter i forbindelse med klager over salgsfremmende foranstaltninger. Forslaget fastlægger f.eks., at den erhvervsdrivende har bevisbyrden for, at informationskravene er opfyldt.

Bryggerforeningen finder, at det foreslåede administrative system er alt for omfattende. Forbrugeren risikerer at blive overinformeret, hvilket vil forringe værdien af de oplysninger, der er nødvendige i relation til den salgsfremmende foranstaltning.

Handelskammeret finder umiddelbart, at klagestrukturen, hvorved den erhvervsdrivende skal modtage og svar på klager over sig selv, ikke virker hensigtsmæssig, ligesom svarfristen på 6 uger er et stort krav at stille, da bestemmelsen ikke indeholder en rimelighedsbetragtning for, hvad de erhvervsdrivende skal besvare. Handelskammeret finder det nødvendigt, at denne bestemmelse uddybes og konkretiseres.

