

# ЕВРОПЕЙСКИ ПАРЛАМЕНТ

2004



2009

---

*Комисия по петиции*

**2008/2126(INI)**

23.9.2008

## ПРОЕКТОДОКЛАД

относно борбата срещу заблуждаваща реклама от издателства на фирмени указатели (Петиции 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 и други) (2008/2126(INI))

Комисия по петиции

Докладчик: Simon Busuttil

**СЪДЪРЖАНИЕ**

	<b>Страница</b>
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РЕЗОЛЮЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ .....	3
ИЗЛОЖЕНИЕ НА МОТИВИТЕ .....	9

## ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА РЕЗОЛЮЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ

относно борбата срещу заблуждаваща реклама от издателства на фирмени указатели (Петиции 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 и други)  
(2008/2126(INI))

*Европейският парламент,*

- като взе предвид петиции 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 и други,
- като взе предвид предходните разисквания на комисията по петиции относно петиция 46/2006 и други,
- като взе предвид Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама (кодифицирана версия)<sup>1</sup>, с която беше заменена Директива 84/450/ЕИО<sup>2</sup>, изменена с Директива 97/55/ЕО<sup>3</sup>,
- като взе предвид Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („директива за нелоялните търговски практики“)<sup>4</sup>,
- като взе предвид Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 година за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите)<sup>5</sup>,
- като взе предвид Директива 98/27/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 19 май 1998 година относно исковете за преустановяване на нарушения с цел защита на интересите на потребителите<sup>6</sup>,
- като взе предвид член 192, параграф 1 от своя правилник,

---

<sup>1</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21.

<sup>2</sup> Директива 84/450/ЕИО на Съвета от 10 септември 1984 г. за сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, свързани със заблуждаваща реклама ( ОВ L 250, 19.9.1984 г., стр.17).

<sup>3</sup> Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 октомври 1997 година за изменение на Директива 84/450/ЕИО относно заблуждаващата реклама с цел да се обхване сравнителната реклама, ОВ L 290, 23.10.1997 г., стр.18.

<sup>4</sup> ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.

<sup>5</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1.

<sup>6</sup> ОВ L 166, 11.6.1998 г., стр. 51.

- като взе предвид доклада на комисията по петиции (А6-0000/2008),
- А. като има предвид, че в Парламента са постъпили над 400 петиции, главно от представители на малки стопански предприятия, които твърдят, че са пострадали от заблуждаваща реклама от издателства на фирмени указатели и вследствие на това са претърпели финансови загуби,
- Б. като има предвид, че тези жалби отразяват широко разпространена практика на заблуждаващи търговски практики, прилагани от някои издателства на фирмени указатели, които засягат хиляди стопански предприятия във и извън Европейския съюз, като явлението оказва значително финансово въздействие върху стопанските субекти,
- В. като има предвид, че търговските практики, срещу които типично са насочени жалбите, се състоят в използването от издателствата на фирмени указатели на подход да приканват, обикновено по пощата, стопанските предприятия да попълнят или да актуализират търговското си наименование и данните за връзка, като им създават погрешно впечатление, че ще бъдат включени безплатно във фирмен указател, като подписаните документите лица по-късно установяват, че всъщност неволно са подписали договор, който обичайно ги задължава за срок от най-малко три години, за вписване във фирмен указател срещу годишна такса от около 1000 евро,
- Г. като има предвид, че използваните формуляри при такива практики обикновено са двусмислени или трудноразбираеми, като предизвикват погрешна представа за безплатно включване във фирмен указател, а всъщност впримчват стопанските предприятия в нежелани договори за реклама във фирмени указатели,
- Д. като има предвид, че Директива 2006/114<sup>7</sup> важи и за сделките между стопански субекти и определя "заблуждаващата реклама" като "всяка реклама, която по какъвто и да е начин, включително по начина на нейното представяне, подвежда или може да подведе лицата, до които е адресирана или достига, и поради това може да повлияе на тяхното икономическо поведение или по тези причини нанася или може да нанесе вреди на конкурент",
- Е. като има предвид, че Директива 2005/29/ЕО<sup>8</sup> относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители не важи за заблуждаващите практики между стопански субекти, и следователно вносителите на петиции не могат да се позовават на нея в сегашния ѝ вид,
- Ж. като има предвид, че Регламент (ЕО) № 2006/2004<sup>9</sup> за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите, определя "вътрешнообщностното нарушение" като "всяко действие или бездействие, което е в противоречие със законите, които защитават интересите на потребителите, ..., и което е във вреда или има вероятност да бъде във вреда на колективните интереси на потребителите, пребиваващи в държава-членка или в държави-членки, различни от държавата-членка, от която произхожда или в която е

<sup>7</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21-27.

<sup>8</sup> ОВ L 149, 11.06.2005 г., стр. 22-39.

<sup>9</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1-11.

произтекло действието или бездействието, или в която е установен отговорният продавач или доставчик, или в която следва да се намерят доказателства или активи, които са свързани с действието или бездействието",

- З. като има предвид, че повечето вносители на петиции назовават името на фирмения указател, известен като "European City Guide", чието седалище е във Валенсия, Испания, но се споменават и други издателства на фирмени указатели като "Construct Data Verlag", "Deutscher Adressdienst GmbH" и "NovaChannel", и като има предвид все пак, че други издателства на фирмени указатели упражняват законни търговски практики,
- И. като има предвид, че "мишените" на тези заблуждаващи търговски практики са главно малки предприятия, но също така включват специалисти и дори организации с нестопанска цел като училища, библиотеки и местни обществени клубове, като например музикални клубове,
- Й. като има предвид, че издателствата на фирмени указатели често са установени в държава-членка, различна от тази, в която е установено пострадалото лице, което затруднява пострадалите лица да търсят закрила от националните органи, и като има предвид, че пострадалите лица често не намират удовлетворение от националните органи за защита на потребителите, тъй като им се казва, че законът е предназначен да защитава потребители, а не стопански субекти, и като има предвид, че повечето пострадали лица са малки предприятия и често не разполагат със средства за търсене на ефективно правно средство за защита,
- К. като има предвид, че пострадалите от тези практики биват строго преследвани да се издължават от самите издателства на фирмени указатели или дори от наети от тях агенции за събиране на вземания, и като има предвид, че пострадалите лица се оплакват, че се чувстват изтормозени и заплашени от тези подходи и много от тях често с неохота плащат, за да избегнат допълнителен тормоз,
- Л. като има предвид, че с малки изключения рядко има образувани съдебни производства срещу пострадали лица, отказали да платят,
- М. като има предвид, че редица държави-членки са приели инициативи, главно свързани с повишаване на осведомеността, за справяне с този проблем,
- Н. като има предвид, че от 2000 г. Австрия е променила националния си закон относно нелоялните търговски практики и в момента член 28а от него гласи: "Забранява се рекламата, при упражняване на стопанска дейност и с цел конкуренция, регистрация в указатели като "Жълти страници", телефонни указатели или сходни списъци, под формата на платежен формуляр, формуляр за платежно нареждане, фактура, предложение за коригиране или сходни способи, или прякото предлагане на такива регистрации, без да бъде недвусмислено и графично ясно посочено, че такава реклама съставлява единствено предложение за договор",
- О. като има предвид, че такива практики се прилагат от няколко години, което поражда голям брой пострадали лица и значително финансово въздействие на вътрешния пазар,

1. изразява своята загриженост от повдигнатия от вносителите на петиции проблем, който изглежда широкоразпространен, с презграничен характер и оказва значително финансово въздействие, главно върху малките стопански предприятия;
2. счита, че презграничният характер на този проблем възлага отговорност на институциите на Общността да осигурят подходящо правно средство за защита на пострадалите лица, така че действителността на сключените договори въз основа на заблуждаваща реклама да може да бъде ефективно оспорвана и договорите да бъдат анулирани, и на пострадалите лица да могат да бъдат възстановени платените от тях суми;
3. настоятелно призовава пострадалите лица да докладват случаите на стопанска измама пред националните органи и да търсят подходящ съвет преди да плащат таксите, които се изискват от тях от заблуждаващи издателства на фирмени указатели;
4. изразява съжаление, че въпреки широкото разпространение на тези практики, националните законодателства и това на ЕС сякаш не са достатъчни, за да осигурят ефективно правно средство за защита или не се прилагат достатъчно на национално равнище; изразява съжаление, че националните органи също сякаш са неспособни да осигурят правно средство за защита;
5. приветства усилията на европейски и национални стопански организации за повишаване на осведомеността сред техните членове и ги призовава да повишат усилията си, така че преди всичко по-малко хора да пострадват от заблуждаващи фирмени указатели;
6. приветства предприетите действия от някои държави-членки като Италия, Испания, Нидерландия, Белгия и Обединеното кралство, и най-вече Австрия, в опит да се възпрепятстват издателствата на фирмени указатели да следват заблуждаващи практики; въпреки това счита, че тези усилия продължават да бъдат недостатъчни;
7. призовава Комисията и държавите-членки да повишат усилията си, в пълно сътрудничество с националните и европейските стопански представителни организации, за повишаване на осведомеността за проблема, така че повече хора да бъдат информирани и да могат да избягват заблуждаваща реклама, която може да ги примами да сключат нежелани договори за реклама;
8. призовава Комисията да разгледа проблема със стопанските измами в контекста на нейната инициатива "Закон за малките предприятия";
9. изразява съжаление, че Директива 2006/114/ЕО<sup>10</sup> относно заблуждаващата и сравнителната реклама, която важи за сделките между стопански субекти, какъвто е случаят, изглежда е или недостатъчна за осигуряване на ефективно правно средство за защита, или не се прилага достатъчно от държавите-членки;
10. припомня, че докато Комисията няма правомощие да прилага директивата пряко

---

<sup>10</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21-27.

срещу физически лица или търговски дружества, тя е длъжна, в качеството ѝ на пазителка на Договорите, да гарантира прилагането в достатъчна степен на директивата от държавите-членки;

11. призовава Комисията да засили контрола си върху прилагането на тази директива, главно в държавите-членки, в които е известно, че се намират седалищата на заблуждаващи издателства на фирмени указатели, по-специално в Испания, където е установено издателството на фирмени указатели, което най-често се назовава от вносителите на петиции, както и в Чешката република, където е постановено съдебно решение срещу пострадали лица по начин, който поставя под въпрос прилагането на директивата в тази държава; призовава Комисията да докладва установените от нея факти пред Парламента;
12. изразява съжаление, че Директива 2005/29/ЕО<sup>11</sup> относно нелоялните практики не включва сделките между стопански субекти и че държавите-членки изглежда не бързат да разширят нейното приложно поле; при все това отбелязва, че държавите-членки могат едностранно да разширят обхвата на своето национално законодателство, така че то да обхваща сделките между стопански субекти, и активно ги насърчава да сторят това;
13. приветства примера, даден от Австрия, която въведе в своето национално законодателство специална забрана на заблуждаващи фирмени указатели и призовава Комисията, предвид презграничното естество на проблема, да обмисли представянето на нова законодателна инициатива, основана на австрийския модел, която по-специално да забранява рекламата във фирмени указатели, освен ако бъдещите клиенти не са информирани недвусмислено и чрез ясни графични средства, че такава реклама съставлява единствено предложение за договор срещу заплащане;
14. отбелязва, че националното законодателство често е недостатъчно с оглед на средствата на защита срещу издателите на фирмени указатели, които са установени в други държави-членки, и следователно настоятелно призовава Комисията да улесни по-активно презгранично сътрудничество между националните органи, за да им позволи да осигурят по-ефективни средства за правна защита на пострадалите субекти;
15. изразява съжаление, че Регламент (ЕО) 2006/2004<sup>12</sup> за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите не се използва достатъчно и призовава Комисията да засили контрола си върху прилагането на този регламент и да изиска от националните органи да използват по-често този законов инструмент, който би могъл да осигури правни средства за защита в случаи на нарушения в рамките на Общността;
16. приветства примера на Белгия, където всички субекти, засегнати от заблуждаващи практики, могат да предприемат правни действия в държавата, в която пребивават;

---

<sup>11</sup> ОВ L 149, 11.06.2005 г., стр. 22-39.

<sup>12</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1.

17. приканва настоятелно държавите-членки да гарантират, че пострадалите от заблуждаваща реклама, имат на разположение ясно определен национален орган, към който могат да се обърнат с жалба и искане за правна защита, включително в случаите, когато пострадалите от заблуждаваща реклама са фирми;
18. призовава Комисията да разработи насоки с най-добри практики за националните агенции по прилагане, които да могат да ги следват, когато случаи на заблуждаваща реклама са представени на тяхното внимание;
19. призовава Комисията да се стреми към международно сътрудничество с трети страни и с компетентните международни организации, така че издателите на заблуждаващи фирмени указатели, установени в трети страни, да не причиняват вреда на фирми, установени в Европейския съюз;
20. възлага на своя председател да предаде настоящата резолюция на Съвета, Комисията и държавите-членки.



## ИЗЛОЖЕНИЕ НА МОТИВИТЕ

### Въведение

Множество предприятия, често малки фирми, стават жертва на измама, извършване посредством заблуждаваща реклама. Често срещана подобна измама се извършва, когато пострадалите лица сключват неволно договор за публикуване на реклама във фирмен указател, след като са били заблудени да вярват, че това е безплатно.

Обикновено, жертвите получават формуляри от заблуждаващи издателства на фирмени указатели, които ги приканват да попълнят, коригират или актуализират своята бизнес информация. Често им се казва, че актуализирането на информацията е безплатно. Това ги примамва да я актуализират и да изпратят формуляра обратно. Но те не съзнават, че с подписването на формуляра те подписват същевременно и договор, който ги задължава да публикуват реклама във фирмен указател за минимален срок от три години и на годишна стойност от около 1000 евро. Жертвите осъзнават измамата, когато получат писмо от издателството на фирмения указател, което ги информира, че те действително са публикували реклама в указателя, и фактура, която изисква плащане. Онези, които не заплатят изискваната сума са често обект на тормоз и дори биват заплашвани със съдебни действия от страна на издателството на фирмен указател или на компании за събиране на вземания. Много пострадали лица се поддават и плащат, за да избегнат допълнителен тормоз.

Хиляди предприятия са засегнати в рамките на Европейския съюз. Като се има предвид, че договорът е на стойност около 1000 евро и с продължителност от най-малко три години, финансовото въздействие в целия ЕС може да се счита за значително.

Въпреки че е ясно, че е налице елемент на стопанска практика, въвеждаща в заблуда, която обикновено е незаконна, не е напълно ясно дали законодателството на ЕС предвижда правно средство за защита и ако това е така, дали то се прилага адекватно на национално равнище в различните държави-членки. Въвеждащите в заблуда издателства на фирмени указатели често използват неяснотата в закона или слабото прилагане на национално равнище, за да извършват измама. Един общ елемент е, че въвеждащите в заблуда издателства на фирмени указатели обикновено са със седалище в държава, различна от държавата на набелязаната жертва. Това затруднява пострадалите да използват националното законодателство и националните органи, които да ги защитят в друга държава-членка. Освен това, стопанските предприятия често откриват, че националните органи, отговорни за защитата на потребителите, имат тенденция да пренебрегват техните жалби, въз основа на това, че законите за защита на потребителя се прилага за потребителите, а не за стопанските предприятия. Това ги оставя без ефективно средство за защита и оставя отворена вратата за процъфтяването на стопански измами от това естество.

Не всички фирмени указатели се основават на заблуждаваща реклама и много издателства за фирмени указатели са напълно легитимни. Действително, те функционират въз основа на код за поведение, който ясно заявява, че поръчките трябва да са ясно определени като такива и че безплатното рекламиране не може да бъде смесвано с рекламирането срещу заплащане. При все това, някои фирмени указатели разчитат на въвеждащи в заблуда стопански практики. Мнозинството жалби, получени

от Европейския парламент, посочват фирмения указател, известен като „European City Guide“, със седалище Валенсия, Испания, но се споменават също така и други като „Construct Data Verlag“, „Deutscher Adressdienst GmbH“ и „NovaChannel“. Някои въвеждащите в заблуда фирмени указатели оперират по интернет. Според представители на „European City Guide“ само тя изпраща около 6,5 милиона формуляра всяка година.

### *Цели на доклада*

Комисията по петиции на Европейския парламент получи повече от 400 петиции от малки предприятия от целия Европейски съюз и дори от някои трети страни, с твърдения, че са пострадали от измами. В допълнение към това, няколко членове на Европейския парламент писаха то Европейската комисия относно гореспоменатите оплаквания и няколко въпроси за писмен и за устен отговор бяха внесено от членове на ЕП. От своя страна, Европейският парламент разреши изготвянето на настоящия доклад с цел да проучи проблема и предложи евентуални решения. Следователно, чрез този доклад, докладчикът възнамерява да:

- повиши осведомеността по този въпрос, така че по-малко стопански предприятия да се оказват жертви на стопанска измама;
- призове настойчиво държавите-членки на ЕС да затегнат националните си законодателства и да гарантират, че съществуващото европейско законодателство относно заблуждаващата реклама и нелоялните търговски практики се прилага адекватно;
- призове настойчиво Комисията да засили контрола си върху прилагането на законодателството на ЕС и да подобри съществуващото законодателство на ЕС в случаите, когато се установи, че то е недостатъчно за слагането на край, веднъж завинаги, на подобен вид измами, и
- да осигури подкрепа и насоки за онези, които вече са пострадали от тях.

### *Законодателство на ЕС*

На равнището на Общността, три закона на ЕС са от най-голямо значение. Те са:

- Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно заблуждаващата и сравнителната реклама, с която беше заменена Директива 84/450/ЕИО<sup>13</sup>, изменена с Директива 97/55/ЕО<sup>14</sup>,
- Директива 2005/29/ЕО<sup>15</sup> на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (Директива за нелоялните търговски практики);
- Регламент (ЕО) № 2006/2004<sup>16</sup> на Европейския парламент и на Съвета за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на

<sup>13</sup> ОВ L 250, 19.09.1984 г., стр. 17-20

<sup>14</sup> ОВ L 290, 23.10.1997 г., стр. 18-23.

<sup>15</sup> ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22-39.

<sup>16</sup> ОВ L 364, 09.12.2004 г., стр. 1-11.

законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите);

### **Консултации преди изготвяне на доклада**

Преди да завърши настоящия доклад, докладчикът участва в различни консултативни срещи, включително с члена на Комисията, отговарящ за защита на потребителите, Меглена Кунева, и с няколко членове на ЕР, които се интересуват от въпроса, тъй като са получили оплаквания от своите избиратели. Докладчикът проведе консултативни срещи с организации, представляващи стопанските предприятия, и по-специално малките предприятия в Европа, като Европейските търговско-промишлени камари (Eurochambres) и Европейската асоциация на занаятите, малките и средни предприятия (UEAPME), както и с Европейската асоциация на издателите на фирмени указатели и разбира се, със самите пострадали.

Комисията по петиции организира обществена работна група в четвъртък, 11 септември 2008 г., в Европейския парламент, под надслов "Да бъде спряна измамата: Борба срещу въвеждащите в заблуда фирмени указатели". Работната среща предостави възможност на членовете на ЕП да изслушат вносителите на петиции, както и представителни организации, представители на Комисията и на фирмения указател "European City Guide business", който е единственото, най-значимо предприятие, идентифицирано от вносителите на петиции.

### **Заключения на доклада**

Докладчикът счита, че вносителите на петиции действително повдигат сериозен въпрос, който изглежда широкоразпространен, има презграничен характер и оказва значително финансово въздействие, главно върху малките стопански предприятия. Наред с това, докладчикът счита, че презграничният характер на проблема възлага явна отговорност на институциите на Общността да осигурят подходящо правно средство за защита на пострадалите лица. Това правно средство следва да позволява на пострадалите лица да оспорват действителността на сключените въз основа на заблуждаваща реклама договори и това да могат да им бъдат възстановени платените от тях вследствие на заблуждаващи практики суми.

Докладът изразява съжаление, че съществуващите национални органи изглеждат неспособни да предоставят подходящо правно средство за защита на пострадалите лица, като наред с това счита, че въпреки широкото разпространение на тези заблуждаващи фирмени практики, ЕС и националното законодателство също като че ли не са достатъчни, за да осигурят ефективно правно средство за защита, или не се прилагат правилно.

### *Насоки за пострадалите лица*

Докладът настоятелно призовава пострадалите лица да докладват случаите на стопанска измама пред националните органи и да търсят подходящ съвет преди да плащат таксите, които се изискват от тях от заблуждаващи издателства на фирмени указатели. Наред с това, пострадалите лица следва да представят своя случай пред

стопанските и потребителските сдружения, както и техните представители в Европейския парламент, така че на европейско равнище да се засилят действията за борба срещу въвеждащите в заблуда фирмени указатели.

#### *Повишаване на осведомеността*

Докладът приветства усилията, положени от европейски и национални стопански организации за повишаване на осведомеността сред техните членове, и ги призовава към засилване на тези усилия, така че на първо време да намалее броят на хората, ставащи жертви на въвеждащи в заблуда фирмени указатели. Той също така приветства действията, предприети от определени държави-членки, като например Италия, Испания, Нидерландия, Белгия, Обединеното кралство, но най-вече Австрия, които целят да не допуснат издателите на фирмени указатели да прилагат заблуждаващи практики. При все това, той отбелязва, че тези усилия остават незадоволителни.

Във връзка с осведомеността, докладът призовава Европейската комисия и държавите-членки да повишат усилията си, в пълно сътрудничество с националните и европейските стопански представителни организации, за да се повиши осведомеността за проблема, така че повече хора да бъдат информирани и да могат да избягват заблуждаваща реклама, която може да ги примами да сключат нежелани договори.

Докладът също така призовава Европейската комисия да предприеме действия по отношение на това оплакване в контекста на инициативата "Закон за малките предприятия".

#### *Директива 2006/114/ЕО<sup>17</sup> относно заблуждаващата и сравнителната реклама*

Докладът отбелязва, че Директива 2006/114/ЕО<sup>18</sup> относно заблуждаващата и сравнителната реклама важи за сделките между стопански субекти и следователно за проблема, пред който са изправени пострадалите от заблуждаващи фирмени указатели. Директивата е транспонирана във всички държави-членки и предвижда прилагането на разпоредби за прекратяване или други съдебни производства с цел забрана на продължаващото използване на заблуждаваща реклама. Въпреки това, тя изглежда или недостатъчна като начин за осигуряване на ефективно средство за правна защита или неправилно прилагана от държавите-членки.

В тази връзка докладът призовава Европейската комисия да засили извършвания от нея мониторинг на прилагането на Директива 2006/114/ЕО<sup>19</sup>. Това следва да се направи най-вече в държавите-членки, в които се знае, че има седалища на издатели на заблуждаващи фирмени указатели, но преди всичко в Испания, където е установен издателят на фирмени указатели, който е най-често споменаван от вносителите на петиции. Особено внимание трябва да се обърне и на Чешката република, в която наскоро съдът издаде присъда срещу пострадалите по начин, който като че ли поставя под въпрос ефективността на изпълнението на тази директива в страната.

Докладът призовава Комисията да докладва обратно пред Европейския парламент въз

<sup>17</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21 — 27.

<sup>18</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21 — 27.

<sup>19</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21 — 27.

основа на установеното от нея.

*Директива 2005/29/ЕО<sup>20</sup> относно нелоялни практики*

Докладът отбелязва със съжаление, че Директива 2005/29/ЕО<sup>21</sup> относно нелоялните практики не включва сделките между стопански субекти и че държавите-членки изглежда не бързат да разширят нейното приложно поле. От друга страна, държавите-членки могат едностранно да разширяват приложното поле на националното законодателство относно потребителите по отношение на сделките между стопански субекти и следователно желаещите да предоставят защита в националното законодателство могат да направят това свободно, без да изчакват законодателна инициатива от страна на Комисията за промяна на правото на ЕС.

Като че ли най-добрият пример за борба срещу въвеждащи в заблуда фирмени указатели е Австрия, която в периода след 2000 г. промени националното законодателство във връзка с нелоялните търговски практики. Член 28а от съответния закон понастоящем гласи: "Забранява се рекламата, при упражняване на стопанска дейност и с цел конкуренция, регистрация в указатели като "Жълти страници", телефонни указатели или сходни списъци, под формата на платежен формуляр, формуляр за платежно нареждане, фактура, предложение за коригиране или сходни способи, или прякото предлагане на такива регистрации, без да бъде недвусмислено и графично ясно посочено, че такава реклама съставлява единствено предложение за договор."

Докладчикът счита, че австрийският модел представлява добър пример и следва да бъде прилаган и от останалите държави. В този смисъл, докладът призовава Европейската комисия да обмисли, в контекста на презграничния характер на проблема, представянето на нова законодателна инициатива, основана на австрийския модел, която по-специално да забранява рекламата във фирмени указатели, освен ако бъдещите клиенти не са информирани недвусмислено и чрез ясни графични средства, че такава реклама съставлява единствено предложение за договор срещу заплащане.

*Регламент (ЕО) 2006/2004<sup>22</sup> за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите*

Докладът също така отбелязва, че националното законодателство често е недостатъчно с оглед на средствата на защита срещу издателите на фирмени указатели, които са установени в други държави-членки, и следователно настоятелно призовава Комисията да улесни по-активно презгранично сътрудничество между националните органи, за да им позволи да осигурят по-ефективни средства за правна защита на пострадалите лица.

В Белгия, например, всички засегнати от заблуждаващите практики имат възможност да предприемат правни действия в държавата по пребиваване и вече има дело, действително спечелено от жертви на такъв заблуждаващ фирмен указател (на последния е наложена глоба), въпреки че в този момент делото е все още "sub judice" на

<sup>20</sup> ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22-39.

<sup>21</sup> ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22-39.

<sup>22</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1-11.

етап обжалване.

В Австрия има сведения за съдебни дела, които са заведени успешно от жертви на издатели на фирмени указатели срещу тях.

От друга страна, в Чешката република пострадалите са загубили дело, заведено срещу тях от издател на указател, и това конкретно дело повдига сериозни въпроси относно това дали Чешката република достатъчно добре изпълнява разпоредбите на Директива 2006/114/ЕО<sup>23</sup>.

В Испания, един от най-често споменаваните издатели на фирмени указатели, а именно "European City Guide", бе санкциониран три пъти от *Generalitat de Catalunya* по времето, когато е установен в Барселона, и е изискано временното му закриване за една година. В крайна сметка, той се измести във Валенсия, където понастоящем продължава дейността си, спазвайки малко по-строги условия. Например, в момента засегнатите се уведомяват за правото им да анулират нареждането в рамките на седем дни. При все това, обикновено те осъзнават какво реално са подписали след изтичането на този срок. Освен това, издателят е назначил "Defensor del cliente" (омбудсман), който да получава оплаквания от клиенти. Въпреки това, тази служба не изглежда независима от издателя на фирмения указател и следователно не вдъхва необходимото доверие. Във връзка с това докладчикът счита, че издателят на фирмен указател не е направил необходимото за да гарантира, че бъдещите му клиенти не са подведени да подпишат договор за реклама, който никога не са желали.

Наред с това, липсват сведения за национални органи от други държави-членки, които да търсят правна защита във валенсиански съдилища въз основа на Регламент (ЕО) 2006/2004<sup>24</sup> за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите.

Има данни, че в Обединеното кралство Службата за лоялна търговия (OFT) е използвала разпоредбите на Регламент (ЕО) 2006/2004<sup>25</sup> за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите. OFT, която също така отговаря за защитата на потребителите, изглежда е приложила с успех този регламент при искане за съдебно разпореждане срещу фирми в Белгия и Нидерландия, за които е установено, че разпращат непоръчани и заблуждаващи оферти на британските потребители. Макар и това да е положителна мярка в правилната посока, този случай не засегна заблуждаващите фирмени указатели.

Освен това дело няма много сведения, че Регламент 2006/2004<sup>26</sup> е успешно прилаган от националните органи за получаване на правна защита, като например съдебна забрана, при оплаквания, чийто произход е в други държави-членки. Това по всяка вероятност се дължи на разходите, свързани с предприемането на правни действия, сложността и продължителността на процедурите и ограничения обхват на съдебната забрана.

### *Необходимост от укрепване на националните органи*

Докладът приканва настоятелно държавите-членки да гарантират, че фирмите, които са

<sup>23</sup> ОВ L 376, 27.12.2006 г., стр. 21 — 27.

<sup>24</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1-11.

<sup>25</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1-11.

<sup>26</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1-11.

пострадали от заблуждаваща реклама, имат на разположение определен национален орган, към който могат да се обърнат с жалба или искане за правна защита.

Понастоящем това често пъти не е така, тъй като националните органи за защита на потребителите често не обработват жалби от страна на фирми, а ограничават дейността си до жалби от потребители. Също така, докладът призовава Европейската комисия да разработи насоки с най-добри практики за националните агенции по прилагане, които да бъдат следвани при случаи на заблуждаваща реклама, представени на тяхното внимание.

*Издатели на заблуждаващи фирмени указатели, установени в трети страни*

Накрая, докладът призовава Комисията да се стреми към международно сътрудничество с трети страни и с компетентните международни организации, така че издателите на заблуждаващи фирмени указатели, установени в трети страни, да не причиняват вреда на фирми, установени в Европейския съюз.