

# EUROPAPARLAMENTET

2004



2009

---

*Utskottet för framställningar*

**2008/2126(INI)**

23.9.2008

## **FÖRSLAG TILL BETÄNKANDE**

om bekämpande av vilseledande reklam från bolag som ger ut företagskataloger (framställningarna 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 med flera)  
(2008/2126(INI))

Utskottet för framställningar

Föredragande: Simon Busuttil

## INNEHÅLL

	<b>Sida</b>
FÖRSLAG TILL EUROPAPARLAMENTETS RESOLUTION .....	3
MOTIVERING .....	8

## FÖRSLAG TILL EUROPAPARLAMENTETS RESOLUTION

**om bekämpande av vilseledande reklam från bolag som ger ut företagskataloger (framställningarna 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 med flera) (2008/2126(INI))**

*Europaparlamentet utfärdar denna resolution,*

- med beaktande av framställningarna 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 med flera,
- med beaktande av tidigare överläggningar inom utskottet för framställningar om framställning 0045/2006 med flera,
- med beaktande av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam (kodifierad version)<sup>1</sup> som ersatte direktiv 84/450/EEG<sup>2</sup> i dess lydelse enligt direktiv 97/55/EG<sup>3</sup>,
- med beaktande av Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder)<sup>4</sup>,
- med beaktande av Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen (förordningen om konsumentskyddssamarbete)<sup>5</sup>,
- med beaktande av Europaparlamentets och rådets direktiv 98/27/EG av den 19 maj 1998 om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen<sup>6</sup>,
- med beaktande av artikel 192.1 i arbetsordningen,
- med beaktande av betänkandet från utskottet för framställningar (A6-.../2008), och av följande skäl:

---

<sup>1</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21.

<sup>2</sup> Rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam, EGT L 250, 19.9.1984, s. 17.

<sup>3</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG av den 6 oktober 1997 om ändring av direktiv 84/450/EEG om vilseledande reklam så att detta omfattar jämförande reklam, EGT L 290, 23.10.1997, s. 18.

<sup>4</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.

<sup>5</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

<sup>6</sup> EGT L 166, 11.6.1998, s. 51.

- A. Parlamentet har fått in över 400 framställningar, främst från små företag som säger att de har blivit lurade av vilseledande reklam från bolag som ger ut företagskataloger och att de därmed har lidit ekonomisk skada.
- B. Klagomålen speglar en omfattande verksamhet med vilseledande affärsmetoder som tillämpas av vissa bolag som ger ut företagskataloger. Detta påverkar tusentals företag inom och utanför EU och har en betydande ekonomisk inverkan på företagen.
- C. De affärsmetoder som klagomålen gäller går vanligtvis ut på att ett katalogföretag kontaktar företagen, oftast per post, och ber dem komplettera eller uppdatera sitt företagsnamn eller sina kontaktuppgifter. Företaget får det felaktiga intrycket att de gratis kommer att listas i en katalog, men upptäcker senare att det i själva verket oavsiktligt har ingått ett avtal om att listas i en företagskatalog. Avtalet är normalt bindande i minst tre år och årsavgiften är omkring 1 000 euro.
- D. De formulär som används är vanligtvis tvetydiga och svåra att förstå och ger det felaktiga intrycket att man gratis listats i en företagskatalog, medan det i själva verket handlar om att locka företagen att ingå oönskade avtal om annonsering i företagskataloger.
- E. I direktiv 2006/114/EG<sup>7</sup>, som också är tillämpligt på transaktioner mellan näringsidkare, definieras ”vilseledande reklam” som ”all reklam som på något sätt, däribland genom sin presentation, vilseleder eller sannolikt kommer att vilseleda de personer den riktar sig till eller dem som nås av den, och som genom sin vilseledande karaktär sannolikt kommer att påverka deras ekonomiska beteende, eller som av dessa skäl skadar eller sannolikt kommer att skada en konkurrent”.
- F. Direktiv 2005/29/EG<sup>8</sup> om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna är inte tillämpligt på otillbörliga affärsmetoder näringsidkare emellan och kan därför i sin nuvarande form inte användas för att hjälpa framställarna.
- G. I förordning (EG) nr 2006/2004<sup>9</sup> om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen definieras ”överträdelse inom gemenskapen” som ”varje handling eller underlåtenhet som strider mot de lagar som skyddar konsumenternas intressen ... som skadar eller sannolikt kan skada de kollektiva intressena för konsumenterna som är bosatta i en annan medlemsstat eller andra medlemsstater än den där handlingen eller underlåtenheten har sitt ursprung eller ägde rum, eller där den ansvariga säljaren eller leverantören är etablerad, eller där det finns bevis eller tillgångar som hänför sig till handlingen eller underlåtenheten”.
- H. De flesta framställare pekar ut katalogföretaget European City Guide som har sitt säte i Valencia i Spanien. Även andra katalogföretag har nämnts, som Construct Data Verlag, Deutscher Adressdienst GmbH och NovaChannel. Det finns dock även katalogföretag som använder sig av lagliga affärsmetoder.

---

<sup>7</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>8</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22–39.

<sup>9</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.

- I. Målgruppen för de vilseledande affärsmetoderna är huvudsakligen små företag, men innefattar också yrkesutövare och till och med icke vinstdrivande enheter som skolor, bibliotek och lokala föreningar, som musikföreningar.
- J. Katalogföretagen har ofta sitt säte i en annan medlemsstat än den drabbade, vilket gör det svårt för de drabbade att få hjälp av de nationella myndigheterna. Ofta kan de heller inte få hjälp av de nationella konsumentskyddsmyndigheterna eftersom lagen är avsedd att skydda konsumenter och inte näringsidkare. Offren är oftast småföretag som saknar resurser för ett effektivt motstånd.
- K. Om de drabbade inte betalar utsätts de för regelrätt förföljelse, antingen av katalogföretagen själva eller av indrivningsföretag som de anlitar. Offren klagat över att de känner sig stressade och hotade av dessa tillvägagångssätt och många av dem betalar till slut motvilligt för att slippa vidare trakasserier.
- L. Offer som vägrat betala har, med några få undantag, sällan dragits inför rätta.
- M. Flera medlemsstater har antagit initiativ för att hantera detta problem, främst genom kunskapsökande åtgärder.
- N. Österrike har ändrat sin lag om otillbörliga affärsmetoder sedan 2000 och avsnitt 28a i den lagen föreskriver nu att det är förbjudet att i samband med affärsverksamhet och i konkurrenssyfte göra reklam för registrering i kataloger som gula sidor, telefonkataloger eller liknande, i form av betalningsorder, inbetalningskort, fakturor, erbjudande om korrigerande eller liknande eller att erbjuda sådan registrering direkt utan att entydigt och i klar skrift framhålla att reklamen endast är ett erbjudande om att sluta avtal.
- O. De otillbörliga metoderna har använts i flera år, drabbat många och haft en betydande ekonomisk inverkan på den inre marknaden.
1. Europaparlamentet uttrycker sin oro över det problem som framställarna tar upp och som uppenbarligen är utbrett, gränsöverskridande och har en betydande ekonomisk inverkan på i synnerhet små företag.
  2. Europaparlamentet anser att problemets gränsöverskridande art lägger ett ansvar hos EU-institutionerna att ge offren ett adekvat rättsmedel så att de på ett effektivt sätt kan bestrida och ogiltigförklara avtal som ingåtts på grundval av vilseledande reklam och kräva tillbaka pengar som de har betalat.
  3. Europaparlamentet uppmanar offren att rapportera alla fall av bedrägerier till de nationella myndigheterna och be om adekvata råd innan de betalar de avgifter som de vilseledande katalogföretagen begär av dem.
  4. Europaparlamentet beklagar att EU-lagstiftningen och den nationella lagstiftningen, trots att dessa metoder är så spridda, inte tycks kunna erbjuda något effektivt rättsmedel eller inte efterlevs tillräckligt strikt på nationell nivå. Inte heller de nationella myndigheterna tycks klara av att tillhandahålla något rättsmedel.

5. Europaparlamentet välkomnar de insatser som gjorts av europeiska och nationella företagsorganisationer för att öka kunskapen bland sina medlemmar och uppmanar dem att öka sina insatser så att färre personer faller offer för de vilseledande katalogföretagen.
6. Europaparlamentet välkomnar de åtgärder som vidtagits i vissa medlemsstater som Italien, Spanien, Nederländerna, Belgien och Storbritannien men framför allt av Österrike för att försöka hindra katalogföretag från att använda sig av vilseledande metoder, men anser att dessa insatser fortfarande är otillräckliga.
7. Europaparlamentet uppmanar kommissionen och medlemsstaterna att öka sina insatser och fullt ut samarbeta med nationella och europeiska företagsorganisationer för att sprida kunskapen om detta problem så att fler blir informerade och därmed kan undvika vilseledande reklam som kan lura dem att ingå oönskade annonseringsavtal.
8. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att ta upp problemet med företagsbedrägerier i samband med sitt initiativ om en lag om småföretag.
9. Europaparlamentet beklagar att direktiv 2006/114/EG<sup>10</sup> om vilseledande och jämförande reklam, som är tillämpligt på transaktioner mellan näringsidkare som i det här fallet, antingen inte räcker till för att tillhandahålla ett effektivt rättsmedel, eller inte efterlevs i tillräckligt hög grad i medlemsstaterna.
10. Europaparlamentet erinrar om att trots att kommissionen inte har befogenheter att genomföra direktivet direkt gentemot individer eller företag har den ändå som fördragets väktare en plikt att se till att direktivet genomförs korrekt av medlemsstaterna.
11. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att skärpa sin övervakning av genomförandet av detta direktiv, i synnerhet i de medlemsstater där man vet att de vilseledande katalogföretagen har sina säten, särskilt i Spanien, där det katalogföretag som oftast pekas ut av framställarna är etablerat, samt i Tjeckien där ett domslut har meddelats mot offer för katalogföretag på ett sätt som väcker tvivel på att direktivet genomförts korrekt i landet. Parlamentet uppmanar också kommissionen att rapportera till parlamentet om vad den kommer fram till.
12. Europaparlamentet beklagar att direktiv 2005/29/EG<sup>11</sup> om otillbörliga affärsmetoder inte täcker transaktioner näringsidkare emellan och att medlemsstaterna verkar ovilliga att utöka tillämpningsområdet. Medlemsstaterna har dock rätt att ensidigt utöka räckvidden av sin nationella konsumentlagstiftning till att gälla även transaktioner näringsidkare emellan och parlamentet uppmanar dem att göra detta.
13. I Österrike har man i den nationella lagstiftningen uttryckligen förbjudit vilseledande katalogföretag, genom att specifikt förbjuda reklam för företagskataloger om inte presumtiva kunder på ett entydigt sätt och i klar skrift informerats om att reklamen endast är ett erbjudande om att sluta avtal mot betalning. Europaparlamentet välkomnar detta goda exempel och uppmanar kommissionen att mot bakgrund av problemets gränsöverskridande natur överväga ett nytt lagstiftningsinitiativ baserat på den österrikiska

---

<sup>10</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>11</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22–39.

modellen.

14. Den nationella lagstiftningen är ofta otillräcklig när det gäller att få rätt mot katalogföretag som har sitt säte i andra medlemsstater och parlamentet uppmanar därför kommissionen att underlätta ett aktivare gränsöverskridande samarbete mellan de nationella myndigheterna för att de ska kunna erbjuda offren mer effektiva rättsmedel.
15. Europaparlamentet beklagar att förordning (EG) nr 2006/2004<sup>12</sup> om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen inte har använts i tillräckligt stor utsträckning, och uppmanar kommissionen att skärpa sin övervakning av genomförandet av denna förordning och be de nationella myndigheterna använda förordningen oftare eftersom den kan tillhandahålla rättsmedel vid överträdelser inom gemenskapen.
16. I Belgien kan alla som drabbats av vilseledande metoder vidta rättsliga åtgärder i det land där de är bosatta. Europaparlamentet välkomnar detta exempel.
17. Europaparlamentet uppmanar medlemsstaterna att se till att företag som drabbats av vilseledande reklam har en tydligt angiven nationell myndighet att vända sig till för att klaga och söka rättelse även i de fall offren för vilseledande reklam är företag.
18. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att utarbeta riktlinjer för bästa praxis för de nationella tillsynsmyndigheterna som de kan följa när de får kännedom om vilseledande reklam.
19. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att samarbeta internationellt med tredjeländer och med behöriga internationella organisationer så att vilseledande katalogföretag med säte i tredjeländer inte kan skada företag i Europeiska unionen.
20. Europaparlamentet uppdrar åt talmannen att översända denna resolution till rådet, kommissionen och medlemsstaterna.

---

<sup>12</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

## MOTIVERING

### Inledning

Många företag, ofta småföretag, drabbas av bedrägerier som genomförs med vilseledande reklam. Ett vanligt scenario är att offren mot sin vilja ingår avtal om annonsering i en företagskatalog efter att ha lurats att tro att detta skulle vara gratis.

I typfallet får offren ett formulär per post från det vilseledande katalogföretaget som uppmanar dem att komplettera, rätta eller uppdatera sin företagsinformation. De får ofta informationen att uppdatering av uppgifterna är gratis. Detta får dem att uppdatera uppgifterna och skicka in formuläret. Vad de inte inser är att de genom att underteckna formuläret också ingår ett avtal som förbinder dem att annonsera i en företagskatalog under minst tre år till en årskostnad på omkring 1 000 euro. Offren blir varse bedrägeriet när de får ett brev från katalogföretaget med information om att deras annons är införd i katalogen och en faktura att betala. De som inte betalar blir ofta trakasserade och till och med hotade med rättsliga åtgärder av katalogföretagen eller deras indrivningsföretag. Många ger helt enkelt efter och betalar för att undvika vidare trakasserier.

Tusentals företag runt om i Europeiska unionen har drabbats. Om man betänker att avtalen kostar omkring 1 000 euro per år och varar i minst tre år kan man anta att den ekonomiska effekten inom unionen är betydande.

Det är uppenbart att det finns ett inslag av vilseledande affärsmetoder, vilket oftast är olagligt, men det är inte helt klart om det i EU-lagstiftningen finns rättsmedel mot detta, och om lagstiftningen i så fall är tillräckligt genomförd på nationell nivå i de olika medlemsstaterna. Vilseledande företag utnyttjar därför ofta lagens gråzoner eller svaga punkter i efterlevnadskontrollen på medlemsstatsnivå för att genomföra sina bedrägerier. En gemensam punkt för de vilseledande katalogföretagen är att de normalt har sitt säte i ett annat land än det land där de söker sina offer. Det gör det svårt för de drabbade att använda sig av den nationella lagstiftningen och att få de nationella myndigheterna att ställa upp för dem i en annan medlemsstat. Dessutom händer det ofta att de nationella myndigheter som ansvarar för konsumentskydd tillbakavisar företagets klagomål på grund av att konsumentlagarna är tillämpliga på konsumenter och inte näringsidkare. Det innebär att de drabbade inte har något skydd och att det blir fritt fram för denna typ av företagsbedrägerier att fortsätta.

Det är inte alla företagskataloger som använder sig av vilseledande marknadsföring och många katalogföretag arbetar helt lagligt. En del arbetar till och med enligt en uppförandekodex som gör det helt klart att alla beställningar tydligt måste fastställas som sådana och att gratisannonsering inte får blandas ihop med annonsering mot betalning. Men det finns ändå en del katalogföretag som använder sig av vilseledande affärsmetoder. I de flesta klagomålen utpekas katalogföretaget European City Guide som har sitt säte i Valencia i Spanien, men även andra har nämnts, exempelvis Construct Data Verlag, Deutscher Adressdienst GmbH och NovaChannel. Vissa vilseledande katalogföretag är också webbaserade. Enligt företrädare för European City Guide skickas omkring 6,5 miljoner formulär ut årligen bara från det företaget.



### *Syftet med betänkandet*

Europaparlamentets utskott för framställningar har fått över 400 framställningar från småföretag i hela Europeiska unionen och även i tredjeländer, som anser sig ha fallit offer för dessa bedrägerier. Dessutom har flera av Europaparlamentets ledamöter skrivit till Europeiska kommissionen om dessa klagomål och ställt skriftliga och muntliga frågor om detta. Europaparlamentet har för sin del medgett betänkandet för att kunna undersöka problemet närmare och föreslå sätt att hantera det. Föredraganden har därför följande avsikter med betänkandet:

- Öka kunskapen om denna fråga så att färre företag faller offer för företagsbedrägerier.
- Uppmana EU:s medlemsstater att skärpa den nationella lagstiftningen och att se till att befintlig EU-lagstiftning mot vilseledande reklam och otillbörliga affärsmetoder efterlevs korrekt.
- Uppmana kommissionen att skärpa sin övervakning av genomförandet av EU-lagstiftningen och förbättra befintlig EU-lagstiftning i de fall man kan konstatera att den inte räcker till för att stoppa bedrägerierna en gång för alla.
- Ge stöd och vägledning åt de företag som redan drabbats av bedrägerierna.

### *EU-lagstiftning*

På EU-nivå är det följande tre lagar som är mest relevanta i frågan:

- Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam, som ersatte direktiv 84/450/EEG<sup>13</sup> i dess lydelse enligt direktiv 97/55/EG<sup>14</sup>.
- Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG<sup>15</sup> av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (direktivet om otillbörliga affärsmetoder).
- Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004<sup>16</sup> av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen (förordningen om konsumentskyddssamarbete).

---

<sup>13</sup> EGT L 250, 19.9.1984, s. 17–20.

<sup>14</sup> EGT L 290, 23.10.1997, s. 18–23.

<sup>15</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22–39.

<sup>16</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.

## Samråd före utarbetandet av betänkandet

Innan betänkandet utformades har föredraganden hållit flera samrådsmöten, bland annat med Europeiska kommissionens ledamot med ansvar för konsumentfrågor Meglena Kuneva och med flera parlamentsledamöter som intresserat sig för frågan efter att ha fått den påpekad för sig av sina väljare. Föredraganden har också haft samråd med näringslivsorganisationer som företräder företag, särskilt småföretag i Europa, exempelvis Eurochambres och UEAPME, med European Association of business Directories samt givetvis med företag som själva drabbats.

En offentlig workshop organiserades av utskottet för framställningar torsdagen den 11 september 2008 vid Europaparlamentet, med rubriken ”Stop the Scam: Combating Misleading Business Directories”. Detta gav Europaparlamentets ledamöter tillfälle att lyssna på framställarna, deras företrädande organisationer, företrädare för kommissionen och även företrädare för katalogföretaget European City Guide, som är det företag som pekats ut mest av framställarna.

## Betänkandet

Föredraganden anser att framställarna tar upp ett allvarligt problem som tycks vara omfattande, gränsöverskridande och ha en betydande ekonomisk verkan, särskilt bland småföretagen. Föredraganden anser också att problemets gränsöverskridande art gör att gemenskapsinstitutionerna bär ett tydligt ansvar för att hjälpa offren med adekvata rättsmedel. Rättsmedlen bör göra det möjligt för offren att bestrida giltigheten i avtal som ingåtts på grundval av vilseledande reklam och hjälpa offren att få tillbaka pengar som de har betalat till följd av vilseledande affärsmetoder.

I betänkandet beklagas att de befintliga nationella tillsynsmyndigheterna inte tycks kunna tillhandahålla adekvata rättsmedel för offren och dessutom påpekas att det trots att dessa vilseledande affärsmetoder är så spridda verkar som om EU-lagstiftningen och medlemsstaternas nationella lagstiftning antingen inte heller kan erbjuda något effektivt rättsmedel eller också inte efterlevs i tillräckligt hög grad.

### *Vägledning för offren*

I betänkandet uppmanas offren att rapportera företagsbedrägerier till de nationella myndigheterna och söka rådgivning innan de betalar de avgifter som de vilseledande katalogföretagen begär. Dessutom bör offren berätta om sitt fall för näringslivs- och konsumentorganisationer och för sina företrädare vid Europaparlamentet så att åtgärderna för att bekämpa vilseledande reklamföretag kan stärkas på EU-nivå.

### *Kunskapshöjande åtgärder*

I betänkandet välkomnas de insatser som europeiska och nationella näringslivsorganisationer har gjort för att öka kunskapen om problemet bland sina medlemmar. De uppmanas också att öka sina insatser så att färre personer faller offer för de vilseledande katalogföretagen. Vidare välkomnas de åtgärder som vissa medlemsstater – exempelvis Italien, Spanien, Nederländerna, Belgien, Förenade kungariket och framför allt Österrike – har vidtagit för att hindra katalogföretag att använda vilseledande metoder. Det noteras dock att insatserna

fortfarande inte räcker till.

När det gäller kunskapshöjande åtgärder uppmanas i betänkandet Europeiska kommissionen och medlemsstaterna att fullt ut samarbeta med de nationella och europeiska näringslivsorganisationerna och öka sina insatser för att informera om detta problem till fler personer som därmed kan undvika vilseledande reklam som kan bli lurade att ingå oönskade avtal.

I betänkandet uppmanas också Europeiska kommissionen att ta upp problemet i samband med sitt initiativ för en lag om småföretag.

#### *Direktiv 2006/114/EG<sup>17</sup> om vilseledande och jämförande reklam*

I betänkandet konstateras att direktiv 2006/114/EG<sup>18</sup> om vilseledande och jämförande reklam är tillämpligt på transaktioner mellan näringsidkare och därför också är tillämpligt på det problem som offren för de vilseledande katalogföretagen står inför. Direktivet har införlivats med alla medlemsstaternas lagstiftning och ger möjlighet att utfärda beslut om upphörande eller andra rättsmedel för att förbjuda vilseledande reklam. Direktivet tycks dock antingen inte räkna till för att tillhandahålla ett effektivt rättsmedel, eller inte efterlevas i tillräckligt hög grad i medlemsstaterna.

I betänkandet uppmanas därför kommissionen att skärpa sin övervakning av medlemsstaternas genomförande av direktiv 2006/114/EG<sup>19</sup>. Detta bör särskilt göras i de medlemsstater där man vet att vilseledande katalogföretag har sina säten, särskilt i Spanien där det katalogföretag som pekats ut mest av alla är etablerat. Kommissionen bör också ägna särskild uppmärksamhet åt Tjeckien, där ett domslut nyligen har meddelats mot offer för de aktuella bedrägerierna på ett sätt som väcker tvivel på att direktivet genomförts korrekt i landet.

Kommissionen uppmanas också att rapportera till Europaparlamentet om vad den kommer fram till.

#### *Direktiv 2005/29/EG<sup>20</sup> om otillbörliga affärsmetoder*

I betänkandet beklagas att direktiv 2005/29/EG<sup>21</sup> om otillbörliga affärsmetoder inte täcker transaktioner näringsidkare emellan och att medlemsstaterna verkar ovilliga att utöka tillämpningsområdet. Å andra sidan kan medlemsstaterna ensidigt utöka räckvidden av sin lagstiftning till att gälla transaktioner näringsidkare emellan och de medlemsstater som så önskar kan därför utforma ett skydd för företagen i sin egen lagstiftning utan att behöva vänta på kommissionens lagstiftningsinitiativ för en ändring av EU-lagstiftningen.

Den bästa modellen för att bekämpa vilseledande katalogföretag tycks vara den som tillämpas av Österrike, som sedan 2000 har ändrat sin lag om otillbörliga affärsmetoder. I avsnitt 28a i den lagen föreskrivs nu att det är förbjudet att i samband med affärsverksamhet och i konkurrenssyfte göra reklam för registrering i kataloger som gula sidor, telefonkataloger eller

<sup>17</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>18</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>19</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>20</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22–39.

<sup>21</sup> EUT L 149, 11.6.2005, s. 22–39.

liknande, i form av betalningsorder, inbetalningskort, fakturor, erbjudande om korrigerig eller liknande eller att erbjuda sådan registrering direkt utan att entydigt och i klar skrift framhålla att reklamen endast är ett erbjudande om att sluta avtal.

Föredraganden anser att den österrikiska modellen är ett bra exempel och bör följas. Därför uppmanas kommissionen i betänkandet att mot bakgrund av problemets gränsöverskridande natur överväga ett nytt lagstiftningsinitiativ baserat på den österrikiska modellen, som förbjuder reklam för företagskataloger om inte de presumtiva kunderna entydigt och i klar skrift informeras om att reklamen endast är ett erbjudande om att sluta avtal mot betalning.

*Förordning (EG) 2006/2004<sup>22</sup> om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen*

I betänkandet konstateras också att medlemsstaternas nationella lagstiftning ofta är otillräcklig när det gäller att få rätt mot katalogföretag som har sitt säte i andra medlemsstater och kommissionen uppmanas därför att underlätta ett aktivare gränsöverskridande samarbete mellan de nationella myndigheterna för att de ska kunna erbjuda offren mer effektiva rättsmedel.

I Belgien kan exempelvis alla som drabbats av vilseledande affärsmetoder vidta rättsliga åtgärder i det land där de är bosatta och ett fall har faktiskt vunnits av offren för ett vilseledande katalogföretag (som dömdes till böter). I skrivande stund tycks fallet fortfarande vara under prövning efter överklagande.

I Österrike finns rättsfall där offren vunnit över katalogföretag.

Å andra sidan har offer i Tjeckien tydligen förlorat ett åtal som väckts mot dem av katalogföretaget och just detta fall väcker frågor om huruvida Tjeckien har genomfört bestämmelserna i direktiv 2006/114/EG<sup>23</sup>.

I Spanien har ett av de oftast utpekade katalogföretagen, European City Guide, bötfällts tre gånger av *Generalitat de Catalunya* när företaget hade sitt säte i Barcelona och företaget ålades att stänga under ett år. Det flyttade sedan till Valencia där det fortsätter sin verksamhet under något striktare villkor. Offren informeras nu exempelvis om att de har rätt att upphäva beställningen inom sju dagar. Normalt upptäcker de dock inte vad det är de har skrivit under på förrän efter denna sjudagarsperiod. Företaget inrättade också en ”Defensor del cliente” (ombudsman) för att ta emot klagomål från kunderna. Denna ombudsman verkar dock inte vara oberoende av själva katalogföretaget vilket gör att den inte är tillräckligt förtroendeingivande. Föredraganden anser därför att katalogföretaget inte har gjort tillräckligt för att se till att dess presumtiva kunder inte vilseleds att underteckna ett avtal om annonsering som de aldrig har önskat.

Det finns heller ingenting som visar att nationella myndigheter från andra medlemsstater sökt rättelse direkt vid någon domstol i Valencia på grundval av förordning (EG) nr 2006/2004<sup>24</sup> om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen.

I Storbritannien har Office of Fair Trading (OFT) använt sig av bestämmelserna i förordning

<sup>22</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.

<sup>23</sup> EUT L 376, 27.12.2006, s. 21–27.

<sup>24</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.

(EG) nr 2006/2004<sup>25</sup> om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen. OFT som också ansvarar för konsumentskydd tycks ha använt förordningen med framgång för att väcka talan mot företag i Belgien och Nederländerna som skickade ut oönskade och vilseledande erbjudanden till brittiska konsumenter. Fallet gällde inte vilseledande katalogföretag men är ändå ett steg i rätt riktning.

Utöver detta fall finns det inte mycket som tyder på att förordning (EG) nr 2006/2004<sup>26</sup> har använts i tillräckligt stor utsträckning av de nationella myndigheterna för att försöka få rättelse, exempelvis i form av en dom, vid klagomål som har sin upprinnelse i andra medlemsstater. Detta verkar bero främst på kostnaderna för en rättsprocess, krångliga och utdragna förfaranden och domarnas begränsade räckvidd.

### *Behovet av att stärka de nationella myndigheterna*

I betänkandet uppmanas medlemsstaterna att se till att företag som drabbas av vilseledande reklam har en tydligt angiven nationell myndighet att vända sig till för att klaga och söka rättelse. För närvarande fungerar det oftast inte så eftersom de nationella myndigheterna för konsumentskydd oftast inte handlägger klagomål från företag utan bara från konsumenter. I betänkandet uppmanas kommissionen också att utveckla riktlinjer för bästa praxis för de nationella tillsynsmyndigheterna som de kan följa när de får kännedom om vilseledande reklam.

### *Vilseledande katalogföretag med säte i tredjeland*

I betänkandet uppmanas slutligen kommissionen att samarbeta internationellt med tredjeländer och med behöriga internationella organisationer så att vilseledande katalogföretag med säte i tredjeländer inte kan skada företag i Europeiska unionen.

---

<sup>25</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.

<sup>26</sup> EUT L 364, 9.12.2004, s. 1–11.