

Bemærkninger til lovforslaget

Almindelige bemærkninger

A. Lovforslagets indhold

Ved lovforslaget ændres lov om markedsføring, jf. lovbekendtgørelse nr. 545 af 1. juli 1999 om bekendtgørelse af lov nr. 428 af 1. juni 1994 om markedsføring, FT 1993-94 (2. saml.): 7871, 11999, 12319; A 7249; B 1795; C 1395, som ændret ved lov nr. 342 af 2. juni 1999, FT 1998-99 (2. saml.) 2735, 7134, 7379; A 3216; B 1193; C 772.

Endvidere foretages en lovteknisk ændring af § 17, stk. 1, i lov om en rejsegarantifond, jf. lov nr. 315 af 14. maj 1997, FT 1996-97 (2. saml.): 3045, 6470, 6594; A 2718; B 710, 842; C 399.

Ændringen af markedsføringsloven vedrører gennemførelse af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/55/EF af 6. oktober 1997 om ændring af direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame for at medtage sammenlignende reklame. Herudover indeholder lovforslaget en bestemmelse om Forbrugerombudsmandens ansættelsesforhold som konsekvens af lov nr. 346 af 2. juni 1999 om ændring af tjenestemandspensionsloven, tjenestemandloven mv. Endelig indføres hjemmel til at slette rejsearrangører og formidlere for udenlandske arrangører, der ikke efterkommer Rejsegarantifondens krav om forhøjet garantistillelse, som oprindeligt forudsat i lov om en rejsegarantifond, jf. lov nr. 315 af 14. maj 1997. De nævnte ændringer søges gennemført ved at medtage:

- betingelserne i markedsføringsloven, der skal iagttages, for at sammenlignende reklame er tilladt,
- betingelserne for særtilbud,
- adgang for Forbrugerombudsmanden til med kort frist at kræve oplysninger, når det gælder sammenlignende reklame mv.,
- Forbrugerombudsmandens ansættelsesforhold og
- en lovteknisk ændring af lov om en rejsegarantifond.

Det overordnede mål med direktivændringen er at gøre sammenlignende reklame lovlig i alle medlemsstater og at harmonisere, under hvilke betingelser sammenlignende reklame er tilladt, da de enkelte

medlemsstaters love og administrative bestemmelser er meget forskellige, og derved kan skabe hindringer for varer og tjenesteydelsers frie bevægelighed. Direktivet skal derved medvirke til at fremme konkurrencen og mindske konkurrenceforvriddning. Gennemførelsen af harmoniseringen vil ikke medføre væsentlige ændringer i den gældende danske retsstilling om sammenlignende reklame.

Reklame er et vigtigt middel til at sikre et effektivt marked og konkurrence. Gennemsigtigheden for forbrugerne er imidlertid afhængig af typen og mængden af den information, der gives i reklamen. Af direktivets betragtninger fremgår således, at sammenlignende reklame kan være et legitimt oplysningsmiddel i forbrugernes interesse, når sammenligningen vedrører konkrete, relevante, dokumenterbare og repræsentative træk og ikke er vildledende.

De betingelser, direktivet opstiller for at anvende sammenligning i reklame, omfatter navnlig, at reklamen ikke må være vildledende, at sammenligningen skal angå varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller formål, at reklamen angår konkrete og relevante egenskaber, der er repræsentative og kan dokumenteres, at reklamen ikke giver anledning til forveksling med konkurrenter, at reklamen ikke miskrediterer konkurrenter, varemærker mv., at reklame for produkter med oprindelsesbetegnelse skal angå produkter med samme betegnelse, at reklamen ikke snylter på en konkurrents varemærke el. lign. og at reklamen ikke fremstiller en vare som en kopi af en anden vare, der er beskyttet af et varemærke.

Endvidere opstiller direktivet betingelser for reklamesammenligninger i forbindelse med tilbud.

Endelig skal domstolene eller en administrativ myndighed ifølge direktivet kunne forlange dokumentation for rigtigheden af den sammenlignende reklames oplysninger inden for *kort tid*. Sidstnævnte gennemføres ved forslaget til ændring af § 15, stk. 2, 2. pkt.

Som følge af de specifikke betingelser, der skal sikre, at sammenlignende reklame er tilladt på ensartede vilkår i medlemsstaterne, har direktivet karakter af to-