

talharmonisering. Da der ikke findes en samlet detaljeret regulering om sammenlignende reklame, og da retspraksis på området er sparsom og konkret begrundet, er det fundet hensigtsmæssigt at lægge sig tæt op ad direktivets ordlyd for at sikre en korrekt gennemførelse i lovgivningen.

Den reklame, som sædvanligvis benævnes sammenlignende reklame, og som ikke er omfattet af direktivets definition, må bedømmes efter de gældende regler og praksis. Disse regler findes i de generelle bestemmelser i markedsføringsloven om god markedsføringsetik samt forbudene mod vildledning og forveksling, specifikke bestemmelser i særlovgivningen, herunder varemærkeloven, samt praksis på området. Om den nærmere afgrænsning af direktivets anvendelsesområde henvises til de specielle bemærkninger til nr. 1, ad § 2 a, stk. 1.

Efter de gældende regler har Rejsegarantifonden i dag ikke mulighed for at slette en arrangør, der ikke efterlever fondens krav om at stille forhøjet sikkerhed. Mulighed for at slette en arrangørs registrering i fonden i denne situation var forudsat i lovforslaget, men ved en lovteknisk fejl i forbindelse med lovens vedtagelse fik fonden ikke denne sanktionsmulighed. Erhvervsministeren har orienteret Folketingets Erhvervsudvalg herom og tilkendegivet, at denne lovtekniske fejl ville blive søgt rettet ved et lovforslag.

Den foreslåede ændring af rejsegarantifondloven giver Rejsegarantifonden mulighed for at slette en arrangørs registrering i fonden, hvis arrangøren ikke inden for en kort frist efterkommer fondens krav om forhøjet garantistillelse. Sletning af registeret indebærer, at den pågældende arrangør ikke længere lovligt kan sælge rejsearrangementer, som er omfattet af loven.

B. Lovforslagets administrative og økonomiske konsekvenser

Økonomiske og administrative konsekvenser for det offentlige

I henhold til markedsføringsloven skal Forbrugerombudsmanden føre tilsyn med, at loven overholdes navnlig ud fra hensynet til forbrugerne. Forbrugerombudsmanden har således allerede i dag mulighed for at behandle sager om sammenlignende reklame. Gennemførelsen af forslaget skønnes derfor ikke at medføre øgede omkostninger for Forbrugerombudsmandens tilsyn efter markedsføringsloven.

Forslaget til ændring af loven om en rejsegarantifond skønnes ikke at medføre øgede omkostninger til Rejsegarantifondens administration af loven. Forslaget sikrer mere effektivt fonden mod tab ved rejsear-

rangørers konkurser, og forbrugerne mod rejsearrangører, der udgør en særlig risiko.

Erhvervsøkonomiske konsekvenser og administrative konsekvenser for virksomheder

Reglerne om sammenlignende reklame skønnes ikke at indebære økonomiske eller administrative konsekvenser for virksomhederne.

Kataloget over de specifikke kriterier, der skal være opfyldt, for at sammenlignende reklame er tilladt, vil gøre det lettere for de erhvervsdrivende, som ønsker at benytte sig af denne reklameform, at tage højde for de forskellige lovgivningers krav.

Forslaget til ændring af loven om en garantifond er til gavn for de virksomheder, der driver solid rejsevirksomhed.

C. Lovforslagets miljømæssige konsekvenser

Lovforslaget skønnes ikke at indebære miljømæssige konsekvenser.

D. Forholdet til EU-retten

Lovforslaget gennemfører direktiv 97/55/EF, der udvider anvendelsesområdet for direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame (vildledningsdirektivet) og dets kontrol- og sanktionssystemer til også at omfatte sammenlignende reklame. Direktivet er vedtaget med hjemmel i EF-traktatens artikel 100 A, og direktivet skal være gennemført i national ret senest den 23. april 2000. Der henvises til bemærkningerne ovenfor under pkt. A.

I overensstemmelse med traktaten overlades det til medlemsstaterne at bestemme form og midler til gennemførelse af ændringsdirektivet om sammenlignende reklame, for så vidt disse ikke allerede er fastlagt i direktivet.

Af det ændrede vildledningsdirektiv artikel 7, stk. 2, jf. stk. 1, fremgår, at medlemsstaterne ikke kan fastsætte en mere vidtgående beskyttelse, når det gælder sammenlignende reklame. Derimod berører direktivet ikke medlemsstaternes mulighed for at fastsætte mere vidtgående regler om vildledning i medfør af vildledningsdirektivet, som er et minimumsdirektiv.

Efter artikel 7, stk. 3, skal det ændrede vildledningsdirektiv anvendes i overensstemmelse med gældende fællesskabsregler om reklame for specifikke produkter eller tjenesteydelser. Tilsvarende gælder begrænsninger eller forbud vedrørende reklame i specifikke medier. En sammenlignende reklame i tv, der er tilladt ifølge direktivet, skal således opfylde de yderligere betingelser, som fx fremgår af direktiv 89/552/EØF som ændret ved direktiv 97/36/EF vedrørende udøvelse af tv-spredningsvirksomhed.