



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 10.03.2000
KOM(2000) 127 slutlig

RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET OCH EUROPAPARLAMENTET

Reklamationer från konsumenterna med avseende på distansförsäljning och jämförande reklam

(Artikel 17 i direktiv 97/7/EG om distansavtal och artikel 2 i direktiv 97/55/EC om jämförande reklam)

RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN TILL RÅDET OCH EUROPAPARLAMENTET

Reklamationer från konsumenterna med avseende på distansförsäljning och jämförande reklam

(Artikel 17 i direktiv 97/7/EG om distansavtal och artikel 2 i direktiv 97/55/EC om jämförande reklam)

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning	4
2. Kommissionens förhållningssätt.....	6
3. Informationskällor	6
4. Gemenskapsinitiativ.....	6
4.1 Konsumenternas kollektiva intressen	
4.2 Enskildas möjligheter till rättelse	
A) Den europeiska reklamationsblanketten för konsumenter	
B) Reglering av konsumenttvister utanför domstol	
4.3 Reklamationens roll för upprätthållandet av EU:s konsumentlagstiftning	
5. Medlemsstaternas initiativ: Samarbete inom ramen för det internationella nätverket för marknadsövervakning, IMSN.....	11
6. Slutsatser och framtida initiativ	12

Bilaga

1. Information som tillhandahållits av nationella myndigheter	
A) Distansavtal	
B) Jämförande reklam	
2. Information som tillhandahållits av sammanslutningar av näringsidkare	
A) Distansavtal	
B) Jämförande reklam	
3. Uppgifter från initiativet för samarbete över gränserna om konsumenters talerätt och reglering av konsumenttvister på den inre marknaden – 1998	

1. INLEDNING

1.1

Den 20 maj 1997 antog Europaparlamentet och rådet direktiv 97/7/EG om konsumentskydd vid distansavtal¹. Artikel 17 i direktivet lyder på följande sätt:

”Reklamationssystem

Kommissionen skall undersöka möjligheten att upprätta effektiva medel för att behandla reklamationer från konsumenterna avseende distansköp. Inom två år efter det att detta direktiv trätt i kraft skall kommissionen lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om resultaten av undersökningarna, åtföljda, om det är lämpligt, av förslag.”

Den 6 oktober 1997 antog Europaparlamentet och rådet direktiv 97/55/EG om ändring av direktiv 84/450/EEG om vilseledande reklam så att detta omfattar jämförande reklam². I artikel 2 i detta direktiv används nästan samma språk som i artikel 17 i direktiv 97/7:

”Reklamationssystem

Kommissionen skall undersöka möjligheten att upprätta effektiva medel för att behandla gränsöverskridande klagomål avseende jämförande reklam. Inom två år efter det att detta direktiv trätt i kraft skall kommissionen lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om resultaten av undersökningarna, åtföljda, om det är lämpligt, av förslag.”

I dessa föreskrifter kan man se att gemenskapens lagstiftare är måna om följande:

- Tillgången till reklamationssystem med avseende på både distansavtal och jämförande reklam.
- Den jämförande reklamens gränsöverskridande aspekter.

Av denna anledning och mot bakgrund av förklaringen i bilagan till direktiv 97/55/EG: ”Kommissionen förklarar att den har som avsikt att lägga fram en rapport om reklamationssystem, som artikel 2 i detta direktiv hänvisar till, och om det är möjligt samtidigt med den rapport som föreskrivs i artikel 17 i direktiv 97/7/EG ...”, förefaller det lämpligt att hantera reklamationer från konsumenterna i en enda rapport.

Syftet med denna rapport är just att för de båda institutionerna Europaparlamentet och rådet lägga fram en rapport om resultaten av de studier och undersökningar som kommissionen utfört om dessa frågor. Det bör påpekas att Europaparlamentet och rådet har fastställt utgången av tidsfristen för genomförandet av direktiv 97/7/EG till den 4 juni 2000, och av direktiv 97/55/EG till den 23 april 2000.

Detta innebär att relevanta klagomål på grund av överträdelse av båda direktiven tekniskt sett ännu inte kan lämnas in. Man bör därför ha i åtanke att denna rapport nödvändigtvis bygger på uppgifter som inte till fullo återspeglar den rättsliga situation som direktiven givit upphov till med avseende på reklamationer från konsumenterna.

¹ EGT L 144, 4.6.97 s. 19

² EGT L 290, 23.10.97 s. 18

De två direktivens rapportkrav (artikel 17 i direktiv 97/7/EG och artikel 2 i direktiv 97/55/EG) förutsätter *prima facie* att det för närvarande inte finns några effektiva medel att behandla reklamationer från konsumenter, vilket antyds genom formuleringen ”möjligheten att upprätta” sådana medel.

Att uppmärksamma de berörda frågorna på ett sådant sätt skulle dock vara vilseledande, eftersom

- det faktiskt finns en rad möjligheter till rättelse,
- deras effektivitet beror på en rad faktorer,
- ett stort antal initiativ hittills har tagits på europeisk såväl som på nationell nivå i syfte att ta itu med begränsningarna i de befintliga systemen och höja effektiviteten avsevärt, i synnerhet med avseende på konsumenters rätt till enkla, billiga och effektiva reklamationssystem.

1.2

Reklamationer från konsumenterna på de två specifika områdena distansförsäljning och jämförande reklam är en del av den bredare frågan om möjligheter till rättelse och konsumenters talerätt³ som de europeiska institutionerna har ägnat mycket uppmärksamhet i mer än ett årtionde.

I flera gemenskapsakter får konsumenterna en uppsättning rättigheter med avseende på en rad transaktioner, avtalssituationer och marknadssituationer, exempelvis konsumentkredit, hemförsäljning, paketresor, flygtransporter (överbokning och lufttrafikens skadeståndsansvar), oskäligen avtalsvillkor, distansavtal, timesthare och garantier på konsumtionsvaror. Andra texter är under diskussion (marknadsföring på distans av finansiella tjänster).

En ännu större uppsättning konsumenträttigheter härrör från medlemsstaternas lagstiftning, som omfattar både de områden som inte regleras genom europeisk lagstiftning och de områden där gemenskapens lagstiftning ger utrymme för att strängare skyddsåtgärder bibehålls eller införs på nationell nivå.

Talerätt och lämpliga möjligheter till rättelse är naturliga konsekvenser av dessa rättigheter, i synnerhet när konsumenterna till fullo vill dra fördel av möjligheterna på den inre marknaden.

Även om de regler och förfaranden som är tillämpliga på rättelse huvudsakligen regleras genom medlemsstaternas rättssystem, har åtskilliga initiativ tagits på gemenskapsnivå i syfte

³ EU-institutionerna har uppmärksammat konsumenters talerätt sedan 1980-talet. Kommissionen lade fram sitt första memorandum 1985 (KOM(84)0692 slutlig, 4.1.1985), som 1987 följdes av ett meddelande (KOM(87)0210 slutlig, 7.5.1987). Europaparlamentet antog en resolution den 13.3.1987 (EGT C 99, 13.4.1987). Samma år antog rådet sin egen resolution om rättelse för konsumenter (EGT C 176, 4.7.1987, s. 2). Andra relevanta akter är Europaparlamentets resolution från 1992 (EGT C 94, 13.4.1992, s. 217), rådets resolution från samma år om prioriteringar när det gäller konsumentskydd (EGT C 186, 23.7.1992), kommissionens grönbok om konsumenters talerätt och reglering av konsumenttvister KOM(93)0576 slutlig, 16.11.1993) kommissionens meddelande om samma ämne från 1996 (KOM(96)0013 slutlig, 14.2.1996), Europaparlamentets resolution om det sistnämnda meddelandet (EGT C 362, 2.12.1996), och kommissionens meddelande om reglering av konsumenttvister utanför domstol (KOM(1998)0198 slutlig, 30.3.1998).

att övervinna hindren för att effektivt behandla konsumenttvister, särskilt de som gäller transaktioner över nationsgränserna.

Kostnader på grund av avstånd, förseningar, rättsliga arvoden samt psykologiska och formella hinder samverkar ofta till att bli en oöverstiglig mur som frustrerar konsumenterna med legitima förväntningar om att deras anspråk skall höras och att korrigeringsåtgärder skall vidtas om så är nödvändigt.

2. KOMMISSIONENS FÖRHÅLLNINGSSÄTT

Kommissionen har i denna rapport undersökt problemet utifrån ett tvådelat förhållningssätt:

- Ansträngningar för att samla relevanta uppgifter om den faktiska situationen med avseende på reklamationer från konsumenterna i hela Europeiska unionen, på grundval av en undersökning i samarbete med medlemsstaternas nationella administrationer, relevanta företagar- och arbetstagarsammanslutningar och euroinfocentrer (den feedback som erhållits från undersökningen beskrivs nedan).
- Bedömning av den nuvarande situationen mot bakgrund av reglerna i EG-fördraget såväl som av de olika initiativ som tas med avseende på konsumenters talerätt.

3. INFORMATIONSKÄLLOR

Under sommaren 1999 bad kommissionen medlemsstaternas offentliga myndigheter och relevanta företagar- och arbetstagarsammanslutningar att tillhandahålla information om följande:

- Antal klagomål (om möjligt uppdelning av uppgifter för de senaste tre åren). Eftersom direktiven 97/7 och 97/55 inte har genomförts än, tillämpas en lös definition av distansförsäljning och jämförande reklam på de fall som uppkommit hittills på nationell nivå.
- Grunder för klagomålen och huvudsakliga problemområden.
- System för att hantera reklamationer från konsumenter, oavsett deras formella status (juridisk, skiljedom, administrativa instanser, självreglerande affärsordningar, system som administreras av konsumentorganisationer, etc.).

Den information som tillhandahållits av de nationella myndigheterna och andra inrättningar som deltagit i arbetet sammanfattas i bilagan.

4. KOMMISSIONENS INITIATIV

Mot bakgrund av 1993 års grönbok om konsumenters talerätt och reglering av konsumenttvister (se fotnot nr 3) och antagandet av direktiven 97/7/EG och 97/55/EG, har reklamationer från konsumenterna uppmärksammats i ett antal initiativ från kommissionen.

Dessa initiativ har följande två inriktningar:

- Den ena avser ökade möjligheter att erhålla effektiv kollektiv rättelse, och dess mest betydelsefulla resultat är direktivet om förbudsföreläggande (se nedan).
- Den andra avser förbättring av de möjligheter till rättelse som enskilda konsumenterna har tillgång till vid en tvist.

4.1 Konsumenternas kollektiva intressen

Vad beträffar kollektiv rättsprövning för konsumenterna, antingen inför domstol eller inför en administrativ myndighet, uppnåddes ett mycket viktigt resultat 1998, i och med antagandet av direktiv 98/27/EG om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen⁴.

Detta direktiv är avsett att skydda konsumenternas kollektiva intressen, inte enbart individuella fall. Det ger för första gången möjlighet för ”godkända inrättningar” (konsumentorganisationer och/eller offentliga instanser) att reagera på de grävsta överträdelsena av gemenskapens lagstiftning (och de nationella genomförandeåtgärderna i denna) utanför nationens gränser.

Direktivets räckvidd omfattar de flesta av de befintliga konsumentdirektiven och, när det väl har genomförts – tidsfristen går ut i slutet av 2000 – kommer direktivet att göra det möjligt för godkända inrättningar i ett land att inleda förfaranden i den medlemsstat där de handlingar som står i strid med konsumentdirektiven, så som de införlivats i det nationella rättssystemet, begås och skadar konsumenternas kollektiva intressen.

De möjliga tillämpningarna av en sådan mekanism är oräkneliga. Det räcker med att tänka på fall där varor av låg kvalitet säljs genom distansförsäljning till kunder som bor i ett annat land, där vilseledande TV-reklam sänds i ett land av ett TV-bolag som är etablerat i ett annat land, eller där orättmätiga timeshare-andelar i ett land säljs till konsumenterna i ett annat land. Sådana olagliga verksamheter har en multinationell dimension och man utnyttjar för närvarande möjligheten att flytta källan till en olaglig verksamhet till ett annat land, där man är utom räckhåll för nationella polismyndigheter.

Kommissionen anser att dessa föreskrifter när de väl har genomförts kommer att leda till ett åtminstone delvis tillfredsställande gensvar – och effektiva sätt att förhindra skadliga situationer – på de klagomål från konsumenterna som utlöses av metoder som står i strid med gemenskapens lagstiftning och som sträcker sig bortom gränserna mellan medlemsstaterna.

4.2 Enskildas möjligheter till rättelse

När det gäller enskildas möjligheter till rättelse är kommissionens initiativ avsedda att leda till en förbättrad kommunikation mellan konsumenterna och näringsidkare, i syfte att hjälpa parterna i en konflikt att nå en uppgörelse i godo.

Detta är ett konstruktivt tillvägagångssätt, eftersom både konsumenterna och ekonomiska aktörer är intresserade av att undvika de förseningar, problem och kostnader som traditionell rättsprövning innebär, utan att konsumenternas rättigheter undergrävs.

⁴ EGT L 166, 11.6.98, s. 51

A) *Den europeiska reklambblanketten för konsumenter*

Utöver de frivilliga system som näringsidkar- och konsumentorganisationer förvaltar på nationell eller lokal nivå, och vars resultat tenderar att variera kraftigt, har kommissionen bidragit till detta arbete genom att utarbeta och införa en reklambblankett för konsumenter. Den är avsedd att vägleda konsumenter när de formulerar sina anspråk. Blanketten berör konsumenter, näringsidkare, konsumentorganisationer och extrajudiciella instanser vid lösning av konsumenttvister.

Blanketten kan användas oavsett hur mycket pengar det gäller, eller vilken typ av konsumenttvist det rör sig om. Den är inte obligatorisk. De berörda parterna har möjlighet att använda konventionella möjligheter till rättelse eller andra frivilliga system. Om en uppgörelse i godo inte kommer till stånd, kan blanketten ge gynnsamma villkor (genom att föremålet och villkoren för kontroversen definieras exakt) för inledande av förfaranden utanför domstol och/eller formella förfaranden.

Medan direktivet om förbuds föreläggande är avsett för konsumenternas kollektiva intressen, är den europeiska reklambblanketten för konsumenter inriktad på att underlätta och rationalisera förvaltningen av enskilda klagomål från konsumenter. Även om ingen exakt statistik finns tillgänglig tyder uppskattningar på att konsumentorganisationer och konsumentorgan årligen handlägger hundratusentals fall. Många andra fall behandlas inte alls eftersom kostnaderna för rättsprocesser ofta är högre än värdet på de varor eller tjänster som transaktionen avser.

Avsikten med den europeiska reklambblanketten för konsumenter är att erbjuda ett enkelt och billigt sätt att nå en uppgörelse i godo, inte bara för missnöjda konsumenter, utan även för de ekonomiska aktörer som inte önskar ådra sig rättsliga kostnader eller förstöra sitt rykte genom långdragna rättsförfaranden. Blanketten finns på alla EU-språk och i elektroniskt format på webbplatsen för Europa GD Hälsa och konsumentskydd, <http://europa.eu.int/comm/dg24/>.

En utökad användning av blanketten skulle underlätta en inventering av konsumenttvister, vilket skulle vara ett första steg mot en omfattande övervakning av dessa tvister på europeisk nivå.

Eftersom blanketten infördes 1998 är det ännu för tidigt att med någon större precision bedöma hur väl den fungerar. En utvärdering av blankettens relevans och genomslag förväntas ske under 2000.

B) *Reglering av konsumenttvister utanför domstol*

Kommissionen föreslår i sitt meddelande om reglering av konsumenttvister utanför domstol⁵, följande:

- Förenklade och förbättrade rättsliga förfaranden.
- Förbättrad kommunikation mellan konsumenter och näringsidkare.
- Ändrade förfaranden utanför domstol, så att konsumenttvister kan regleras genom dem.

⁵ KOM(1998)0198 slutlig, 30.3.1998.

Jämte de sedvanliga juridiska förfarandena finns det i Europa en rad ”extrajudiciella metoder” för att hantera konsumenttvister (exempelvis förfaranden som kompletterar eller sker före domstolsprövning, såsom medling och förlikning, och fler alternativa mekanismer, såsom skiljedom).

Alla dessa extrajudiciella system skiljer sig mycket med avseende på struktur och förfarande. På grund av denna variation kan också typen av beslut som fattas variera brett. Vissa beslut är inte mer än rekommendationer, medan andra är bindande enbart för näringsidkaren eller tillämpas likvärdigt på båda parter.

I syfte att värna om konsumenternas rättigheter är det viktigt att man fastställer vilka domstolsliknande garantier dessa förfaranden kan erbjuda (exempelvis garanti om oberoende och opartiskhet), samtidigt som man förstärker deras kapacitet att leda till lösta konflikter.

I rekommendationen i meddelandet av den 30 mars 1998 anges ett antal minimigarantier som de instanser som i varje medlemsstat ansvarar för reglering av konsumenttvister utanför domstol bör erbjuda sina användare. Dessa minimigarantier har formen av ”principer” som de extrajudiciella instanserna bör iaktta.

En given instans efterlevnad av de sju principerna (om oberoende, öppenhet, den kontradiktoriska principen, effektivitet, legalitet, frihet och representation) är avsedd att garantera personer som använder sig av systemet (konsumenter och näringsidkare) att deras anspråk behandlas i stort sett lika rättvist och omsorgsfullt som i en konventionell domstol.

Syftet med rekommendationen är sålunda att

- höja konsumenternas förtroende genom att erbjuda en godtagbar kvalitet på förfarandena utanför domstol,
- stödja ansvariga instansers förtroende för varandra, så att de kan samarbeta effektivt för att förbättra handläggningen av konsumenttvister över nationsgränserna.

Det är upp till medlemsstaterna att förse kommissionen med närmare uppgifter om de extrajudiciella instanser som uppfyller alla de villkor som anges i rekommendationen. Denna information finns tillgänglig i den offentliga databasen på kommissionens webbsida på Europa-servern.

Hittills har elva medlemsstater försett kommissionen med uppgifter om de instanser som de anser uppfylla villkoren i rekommendationen (Belgien, Danmark, Finland, Förenade kungariket, Grekland, Italien, Nederländerna, Portugal, Spanien, Sverige och Österrike).

Kommissionen planerar nu att utarbeta de villkor som krävs för att de instanser som uppfyller villkoren i rekommendationen skall kunna sammanslutas i nätverk. Flera steg har tagits i detta syfte. I december 1998 hölls en workshop om alternativa system för tvistlösning (ADR) för konsumenttvister i EU (*”Alternative Dispute Resolution Schemes (ADR) relating to consumers disputes in the EU”*), som samlade cirka 40 experter på ADR-system och åtskilliga ”anmälningsbara” instanser. Vid en konferens i Lissabon (Portugal) i november 1999 tog man dessutom upp frågan om ett framtida samarbete i ett nätverk för reglering av konsumenttvister över gränserna.

Nästa steg inbegriper följande:

- Ett möte i Bryssel den 17 januari 2000 med ansvariga tjänstemän från justitie- och konsumentinstanser i medlemsstaterna, där kommissionen presenterade sina planer på att upprätta nätverket (EEJ-Net, se nedan, slutet på kapitel 6).
- En konferens som kommissionen planerar att organisera senare under 2000, och som kommer att sammanföra alla ”anmälda” ordningar.

De finns två särskilda publikationer som är avsedda att ge konsumenter med otillräckliga erfarenheter praktiska råd om hur de kan skydda sina intressen, genom att till fullo använda sig av rättelsesystemen och, i synnerhet, av de åtgärder som vidtagits på europeisk nivå (inbegripet reklambekämpningsblanketten och extrajudiciella instanser)⁶:

- Den första publikationen, som utarbetas inom ramen för gemenskapens åtgärder för att förbättra dialogen med medborgare och företag på den inre marknaden, kommer att heta *“Exercising your rights in the Single Market – How to seek Redress”* och kommer att slutföras under det första halvåret 2000.
- Den andra publikationen, som heter *Konsumenttvister – Ariadnes tråd*⁷, utarbetades i samband med kommissionens särskilda åtgärder för att förbättra konsumenternas talerätt.

När det gäller finansiella tjänster tas frågan om utarbetande av ett europeiskt nätverk för reklamationer från konsumenterna upp inom ramen för genomförandet av de rättsliga ramarna för finansmarknaderna⁸.

4.3 Reklamationens roll för genomförandet av EU:s konsumentlagstiftning

Kommissionen antog i mars 1998 ett dokument om genomförandet av konsumentlagstiftningen⁹. Syftet med detta dokument var att ge en allmän bild av situationen när det gäller genomförandet av EU:s konsumentlagstiftning, och det innehöll flera idéer till förbättringar.

Begreppet ”genomförande” omfattar följande två frågor:

- Ett korrekt införlivande i rätt tid.
- En effektiv och korrekt praktisk tillämpning, som inbegriper förekomsten av lämpliga rättelsemekanismer.

I dokumentet understryks att övervakningen av införlivandet kan förvaltas av kommissionen på grundval av anmälda nationella åtgärder, men att övervakningen av den praktiska tillämpningen förutsätter samarbete och starkt stöd från medlemsstaternas sida, inte bara gentemot kommissionen, utan i synnerhet mellan dem själva. Om kommissionen erhållit tillräckliga bevis för att konsumentdirektiven tillämpas inkorrekt, kan den inleda

⁶ Konsumenttvister, OPOCE, ISBN 92-828-6021-3.

⁷ Byrån för Europeiska gemenskapernas officiella publikationer, 1999, ISBN 92-828-6026-4.

⁸ Finansiella tjänster: Att genomföra handlingsramen för finansmarknaderna – en handlingsplan, KOM(1999)0232, 11.5.1999.

⁹ Kommissionens arbetsdokument om genomförandet av europeisk konsumentlagstiftning, SEK(1998)0527 slutlig, 27.3.1998.

överträdelseförfaranden gentemot berörda medlemsstater. Detta sker särskilt på grundval av reklamationer¹⁰.

5. MEDLEMSSTATERNAS INITIATIV: SAMARBETE INOM RAMEN FÖR DET INTERNATIONELLA NÄTVERKET FÖR MARKNADSÖVERVAKNING, IMSN

Det internationella nätverket för marknadsövervakning, IMSN (The International Marketing Supervision Network, eller på franska: Réseau International de Contrôle de la Commercialisation, RICC) bildades 1991 vid konferensen för marknadsövervakning, som hölls i Köpenhamn av medlemsstaternas instanser för upprätthållande av konsumentlagstiftningen, på initiativ av den danska konsumentombudsmannen. På grund av pådrivningar från det första ordförandelandet, Förenade kungariket, blev det dock genast ett större nätverk, bestående av länder som exempelvis USA, Nya Zeeland, Japan och andra OECD-medlemmar. Det var inte avsett att omfatta produktsäkerhet, framsynt reglering av finansiella institutioner eller specifik rättelse för enskilda konsumenter.

Huvudsyftet med detta frivilliga och informella nätverk är att förbättra samarbetet mellan de olika länderna, i syfte att förhindra illegal marknadsföring av både varor och tjänster i samband med transaktioner över gränserna, och att bidra till att säkerställa utbyte av information mellan deltagarna, till ömsesidig nytta och förståelse.

Vid utarbetandet av arbetsdokumentet om genomförandet av den europeiska konsumentlagstiftningen stod kommissionen inför situationen att det på områden som inte rör säkerhet inte finns någon regelbunden information om medlemsstaternas eventuella uppföljning när det gäller den praktiska tillämpningen av lagar för införlivande av EU-direktiv. Efter att ha undersökt hur det befintliga IMSN-initiativet fungerar, betraktade kommissionen detta som ett instrument som, när det väl har slutförts och/eller ändrats och med berörda EU-medlemsstaters samtycke, skulle kunna användas till att förbättra genomförandet av den del av EU:s konsumentlagstiftning som inte rör säkerhetsfrågor.

Till följd av detta och kommissionens initiativ beslöt de europeiska deltagarna i nätverket, vid nätverkets världskonferens i Brygge den 25 mars 1999, att upprätta en undergrupp kallad ”IMSN Europa”, vars huvuduppgift skulle vara att förbättra villkoren för samarbete och informationsutbyte mellan medlemmarna när det gäller tillämpningen av en harmoniserad konsumentlagstiftning. Undergruppens första möte ägde rum i Oslo den 12–13 september 1999.

De tekniska instrument som skall göra det möjligt för undergruppen att dra största möjliga fördel av informationsutbytet mellan sina medlemmar (antingen det gäller särskilda problem eller bästa praxis) kommer att utarbetas av kommissionen och ställas till den europeiska gruppens förfogande. Dessa instrument inbegriper i synnerhet ett system för utbyte av elektroniska meddelanden och en databas med begränsat tillträde för inhämtning av den utbytta informationen.

¹⁰ Inom de områden av marknadskommunikation som inte för närvarande är föremål för europeisk harmonisering men där nationella lagar avsevärt skiljer sig åt, har kommissionen inrättat en expertgrupp för medlemsstaterna. Gruppen har under sitt arbetet funnit att det finns behov av att förbättra rättelse över gränserna för reklamationer som gäller marknadskommunikation. På begäran av experterna håller kommissionen på att samla in uppgifter, på grundval av ett frågeformulär, om hur reklamationer över gränserna inom detta område hanteras av rättsliga, administrativa och extrajudiciella instanser.

IMSN-Europas syften och regler kan sammanfattas på följande sätt:

- Att stärka och förbättra samarbete och systematiskt utbyte av information mellan medlemmarna, i syfte att uppnå ett mer effektivt genomförande av den europeiska konsumentlagstiftningen (med undantag av lagstiftning för hälso- och säkerhetsfrågor).
- Att diskutera och utbyta åsikter och erfarenheter när det gäller genomförandet av den europeiska konsumentlagstiftningen, och söka gemensamma lösningar på problem med detta genomförande (med undantag av lagstiftning för hälso- och säkerhetsfrågor).
- Aktiviteterna begränsas till frågor med en specifik europeisk dimension.
- Medlemmarna skall göra allt i sin makt för att största möjliga fördel skall kunna dras av nätverket och de instrument för samarbete som det medför (möten var sjätte månad, system för informationsutbyte, databas).
- Medlemmarna skall så långt det är möjligt sträva efter att samarbeta med de ansvariga instanserna på regional eller lokal nivå i sina länder, i syfte att inhämta och vidarebefordra relevant information som är av intresse för IMSN Europa.

6. SLUTSATSER OCH FRAMTIDA INITIATIV

Man kan endast ge en preliminär beskrivning av läget när det kommer reklamationer från konsumenter på grundval av nu tillgängliga uppgifter. Trots att man med denna rapport så exakt som möjligt försöker återspegla kraven i de två berörda direktiven, bygger den på information från olika källor, och det är oundvikligt att den blir ojämn, eftersom den måste läggas fram före genomförandet av de berörda direktiven i alla medlemsstater. I synnerhet kan den inte omfatta eventuella problem i samband med den praktiska tillämpningen av det regelverk för distansavtal och jämförande reklam som införs genom direktiven 97/7/EG och 97/55/EG.

Mot bakgrund av den faktiska och rättsliga situation som beskrivs ovan, har kommissionen formulerat följande frågor:

- Begreppet ”reklamationer från konsumenter” omfattar en rad olika situationer där konsumenter är missnöjda med varor, tjänster, hjälp efter försäljningen, avtalsvillkor, pris, kvalitet, garanti, produktprestanda, bruksanvisningar, säkerhet, överensstämmelse med normer, leverans, byte, etc.
- Så gott som alla klagomål från konsumenter omfattas av rättelsesystem. Dessa möjligheter till rättelse föreskrivs i de nationella lagarna, och i vissa fall kompletteras de av frivilliga system. Konsumenterna tar dock ogärna till rättelse, på grund av otillräcklig information och rådgivning om hur de skall angripa problemen, och osäkerhet över hur lång tid de tillgängliga förfarandena tar, hur effektiva de är och hur mycket de kostar.

Både när det gäller klagomål över gränserna och rent nationella klagomål påverkas effektiviteten hos obligatoriska och frivilliga system av traditionella problem i samband med talerätt (avstånd, kostnader, rättsliga hinder, etc). En detaljerad analys av dessa svårigheter,

som bygger på en ad hoc-undersökning, återfinns i grönboken om talerätt och tvistreglering (KOM(93)0576).

Denna situation beaktas genom artikel 11.4 i direktiv 97/7/EG om distansförsäljning, där medlemsstaterna får möjlighet till ”den frivilliga kontroll av efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv som anförtros självständiga instanser och möjligheterna att vända sig till sådana instanser för lösande av tvister fogas till de medel som medlemsstaterna måste tillhandahålla för att säkerställa efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv”.

- Ur en europeisk synvinkel bör vederbörlig hänsyn tas till den europeiska konsumentpolitikens kompletterande roll och medlemsstaternas egen politik och egna initiativ. I framtiden skulle tillgången till effektiva rättelsemekanismer för reklamationer från konsumenterna dessutom kunna förbättras genom de möjligheter som ges genom Avdelning IV (artiklarna 61 till 69) i EG-fördraget, ändrat genom Amsterdamfördraget, där det föreskrivs om ”åtgärder som rör civilrättsligt samarbete...” (artikel 61.c) och ”erkännande och verkställighet av domstolsavgöranden och utomrättsliga avgöranden i mål och ärenden av civil och kommersiell natur” (artikel 65.a).

Till följd av detta rättsliga ramverk och den ansvarsfördelning som följer av det, anser kommissionen det lägligt att koncentrera sig på

- att undanröja hindren för gränsöverskridande reklamation,
- att hjälpa till att upprätta ett regelverk som kan hantera reklamationer från konsumenterna under informationssamhällets nuvarande omständigheter, i synnerhet när klagomålen omfattar avtal med företag utanför det land där konsumenten har sin hemvist,
- att göra en översyn av den befintliga konsumentlagstiftningen för att fastställa om ytterligare reglering behövs. I detta avseende skall kommissionen, enligt villkoren i rådets resolution av den 19 januari 1999 om konsumenten i informationssamhället¹¹, presentera en rapport för Europaparlamentet, som vid behov åtföljs av förslag.

När det gäller undanröjande av hinder för reklamationer när det gäller konsumenternas kollektiva intressen, togs ett betydelsefullt steg framåt när direktiv 98/27/EG om förbuds föreläggande antogs.

När detta direktiv har genomförts fullständigt kommer det att bli möjligt för konsumentorganisationer och instanser med statusen ”godkända inrättningar” att inleda förfaranden och ta sig an fall i jurisdiktionen i det land där överträdelsena av konsumentlagstiftningen (EU-direktiv och nationella genomförandeåtgärder) har ägt rum.

När det gäller enskilda klagomål från konsument, dvs. i de fall där inga kollektiva konsumentintressen står på spel, borde möjligheterna till rättelse med avseende på gränsöverskridande transaktioner förbättras gradvis

- på grund av tillämpningen av de principer som anges i kommissionens rekommendation 98/257 om de principer som tillämpas på extrajudiciella

¹¹ EGT C 23, 28.1.1999, s. 1.

instanser. Kommissionen kommer att rapportera år 2000 och lämna en utvärdering av de faktiska effekterna av dessa principer,

- på grund av ökad användning av de reklamblanetter för konsumenten som infördes genom kommissionens meddelande från 1998 (KOM(1998)0198), vars betydelse och effekt som pilotprojekt också kommer att utvärderas år 2000.

Utöver vad som anges ovan, kommer effektiviteten med avseende på både enskilda och kollektiva konsumentklagomål att öka på grund av följande kompletterande åtgärder:

- Klargörande av de privata internationella lagkrav som är tillämpliga på avtal i vilka en konsument är en part. Av särskilt intresse är initiativ för att revidera och uppdatera 1968 års Brysselkonvention¹² och 1988 års Luganokonvention¹³ om juridisk kompetens och verkställande av domar mellan EU:s medlemsstater, medlemsstaterna respektive EFTA-länderna. I detta avseende bör framsteg göras, i synnerhet på grund av arbetet med utkastet till en förordning om att införliva Brysselkonventionen i gemenskapens lagstiftning¹⁴. Utkastet till förordning är ett första, viktigt steg mot samarbete över gränserna i rättsliga frågor inom räckvidden för gemenskapens lagstiftning, och samtidigt en indikation på de möjligheter som erbjuds för effektiva åtgärder på EU-nivå, på grundval av artiklarna 61–69 i EG-fördraget.
- Främjande på internationell nivå av en konsekvent uppsättning principer för konsumentskydd i syfte att förbättra konsumenternas förtroende och göra det möjligt för dem att dra fördel av den växande globala marknaden.

Efter det att OECD antagit en rekommendation om riktlinjer för konsumentskydd inom elektronisk handel¹⁵, har kommissionen för avsikt att främja efterlevnaden av de principer som OECD:s riktlinjer bygger på, i alla relevanta internationella fora såväl som vid bilaterala förhandlingar med tredje land om konsumentfrågor.

I sin handlingsplan för konsumentpolitiken 1999–2001¹⁶, förklarade kommissionen att den kommer att övervaka användningen av reklamblanetterna för konsumenter och använda sig av denna erfarenhet, tillsammans med information från databaserna hos de instanser som ansvarar för reglering utanför domstol, för att bedöma om ytterligare åtgärder behövs för att förbättra talerätten för enskilda konsumenter. I detta sammanhang kommer kommissionen dessutom att vidta åtgärder för att göra förfarandena för gränsöverskridande fall med små anspråk effektivare, och den kommer att överväga tillsättandet av en europeisk konsumentombudsman med behörighet för reklamation över gränserna.

Bristen på jämförbara uppgifter om reklamationer från konsumenter är ett stort hinder när det gäller att bedöma hur effektiva reklamationssystemen är. Eftersom klagomål är en viktig del av arbetet med upprätthållandet och utarbetandet av politiska riktlinjer, är detta ett verkligt hinder för gemenskapens konsumentpolitik. Kommissionen har därför för avsikt att uppmärksamma genomförbarheten hos ett initiativ som syftar till att införa en gemensam grund för klassificering av klagomål från konsumenter. En sådan åtgärd förutsätter nära

¹² EGT C 27, 26.1.1998 (konsoliderad text med hänsyn till Österrikes, Finlands och Sveriges anslutning).

¹³ EGT L 319, 25.11.1988.

¹⁴ KOM(1999)0348 slutlig, 14.7.1999.

¹⁵ Antogs den 9 december 1999.

¹⁶ Kommissionens meddelande KOM(1998)0696 slutlig, 1.12.1998.

samarbete mellan Europeiska statistikkontoret, euroinfocentrer, nationella statistiska resurser, och alla administrationer, instanser och organisationer som tar emot klagomål från konsumenterna. Avsikten är inte att få dessa instanser att inhämta nya uppgifter utan helt enkelt, i den mån de redan registrerar klagomål, att få dem att göra detta i enlighet med gemensamma riktlinjer, och att regelbundet sända närmare information till kommissionen. Dessa riktlinjer skulle inte vara obligatoriska, men alla organisationer skulle ha intresse av att följa dem för att få större inflytande över det politiska arbetet i EU. Möjligheten att använda den europeiska reklamationsblanketten för konsumenterna, i syfte att identifiera och underlätta övervakningen av reklamationer från konsumenterna, kommer särskilt att övervägas.

Avslutningsvis har kommissionen för avsikt att ständigt uppmärksamma reklamationer från konsumenterna inom ramen för det arbete som görs i samband med konsumenternas talerätt. För att göra det möjligt för Europaparlamentet och rådet att på ett lämpligt sätt göra uppföljningar parallellt med genomförandet av direktiven 97/7/EG och 98/27/EG, har kommissionen för avsikt att särskilt uppmärksamma reklamationer från konsumenterna i framtida rapporter och förslag till ny lagstiftning, i regelverket för elektronisk handel¹⁷ och distansförsäljning av finansiella tjänster¹⁸, samt i annan relevant gemenskapslagstiftning, i överensstämmelse med resultaten från den pågående översynen av konsumentlagstiftningen i informationsområdet.

Framtida initiativ

Kommissionens arbetsprogram för 2000 inbegriper följande åtgärder:

- Arbetsdokument från kommissionens enheter om hur rättsliga kostnader och advokatarvoden kan återfås. Ett av hindren för konsumenternas talerätt är den stora skillnaden mellan de kostnader som krävs för att väcka åtal och den faktiska summan som begärs. Om de sammanlagda kostnaderna som ådragits återfås när en konsument vinner ett fall, minskas detta hinder avsevärt. Medlemsstaterna har antagit en mångfald av lösningar för att komma till rätta med detta problem. I arbetsdokumentet kommer man att redogöra för dessa problem och initiera en bred offentlig debatt i frågan.
- Arbetsdokument från kommissionens enheter om genomförande av direktiv 98/27/EG om förbudsförelägganden för att skydda konsumenternas intressen. I direktiv 98/27/EG ges konsumentorganisationer (eller offentliga instanser som ålagts att handlägga konsumentskydd) rätt att inleda upphörandeförfaranden för att förhindra överträdelser av föreskrifterna i ett antal konsumentdirektiv. I gränsöverskridande fall kan dessa fall dras inför rätta direkt där näringsidkaren

¹⁷ Ändrat förslag från kommissionen (med hänsyn till Europaparlamentets första behandling) till utkast till direktiv om vissa rättsliga aspekter på den elektroniska handeln på den inre marknaden: KOM(1999)0427 slutlig, 17.8.99. Eftersom elektronisk handel tenderar att bli den mest utbredda avtalsformen såväl som en orsak till problem för konsumenterna, inbegriper kommissionens förslag föreskrifter om uppförandekoder, reglering av tvister utanför domstol samt innefattande av överträdelser mot föreskrifter i direktivet bland de fall som kan utlösa förfaranden för förbudsföreläggande i enlighet med direktiv 98/27/EG.

¹⁸ Ändrat förslag om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenterna: KOM(1999)0385 slutlig, 23.7.99. Särskilda bestämmelser föreslås för sanktioner, möjligheter till rättelse, och, främst av allt, leverantörens bevisbörda när det gäller skyldighet att informera konsumenterna och konsumenternas samtycke till att avtalet ingås, eftersom de avtalsvillkor som gör att bevisbördan ligger hos konsumenten skall anses oskäliga i enlighet med direktiv 93/13/EEG (EGT L 95, 21.4.93) om oskäliga villkor i konsumentavtal.

har hemvist. För att direktivet skall få verkan måste dock medlemsstaterna anta bestämmelser som kompletterar det formella införlivandet.

- Arbetsdokument från kommissionen om upprättande av ett europeiskt nätverk av extrajudiciella instanser med ansvar för reglering av konsumenttvister utanför domstol. Kommissionen antog 1998 rekommendation 257/98 om de principer som tillämpas på extrajudiciella instanser. Sedan dess har medlemsstaterna till kommissionen anmält de av sina respektive nationella instanser som följer dessa principer. Det är nu dags att gå ett steg vidare, genom att skapa en grund för bildandet av ett nätverk mellan dessa instanser, i syfte att göra det lättare att lösa gränsöverskridande rättsfall. När det gäller finansiella tjänster kommer kommissionen att senare under 2000 rapportera om upprättandet av ett nätverk av ordningar för rättelse utanför domstol.
- Arbetsdokument från kommissionen om kollektivt företrädande av konsumentintressen vid civil rättsprövning (gruppåtal). Avsikten med arbetsdokumentet är att rapportera om befintliga nationella lagar med avseende på möjligheten att väcka gruppåtal för en grupp konsumenter som har lidit samma skada, och därigenom uppmuntra till en bred offentlig debatt i frågan.

BILAGA

1. INFORMATION SOM TILLHANDAHÅLLITS AV NATIONELLA MYNDIGHETER

A) Istansavtal

Österrike

I den information som tillhandahållits av det österrikiska federala kansliet (*Bundeskanzleramt*) påpekas att det enligt byrån för konsumentfrågor endast är en liten del av de tillgängliga uppgifterna som är statistiskt kontrollerbara. Konsumentrådgivningscentra handlägger många klagomål per telefon. Dessa fall är, med få undantag, inte statistiskt dokumenterade.

Sammanlagt antal klagomål i Österrike:

- 1996: 3 565
- 1997: 4 829
- 1998: 5 149

Huvudsakliga reklamationsområden:

Lotterier

- 1996: 705
- 1997: 989
- 1998: 1 210

De flesta klagomål gäller lotterier. Antalet klagomål ökar snabbt, trots att en ny lag trädde i kraft den 1 oktober 1999, enligt vilken vilseledande löften om vinster är straffbara.

Icke begärda varor

- 1996: 223
- 1997: 245
- 1998: 281

Problem med icke begärda varor uppstår i synnerhet när identiteten hos en person som beställer något per telefon inte kontrolleras noggrant. Detta är en allt vanligare orsak till konsumenters klagomål.

Icke begärda samtal (särskilt när det gäller försäkrings- och investeringsprodukter)

Med ”icke begärda samtal” avses icke begärda telefonsamtal till konsumenter som är helt eller delvis omedvetna om det kommersiella syftet med kontakten. Telefonsamtalen kan inom vissa gränser (särskilt med avseende på bestämmelserna om krav på abonnentens samtycke i direktiven 97/7/EG och 97/66/EG) vara legitima. Dock tenderar potentiella kunder att inte

vara på sin vakt gentemot skickliga telefonister, som vinner samtalspartens förtroende och drar fördel av situationen genom att övertala konsumenter att godta stora ekonomiska åtaganden eller andra oskäligen avtal, som de inte skulle ha samtyckt till under normala omständigheter.

- 1996: 135
- 1997: 157
- 1998: 170

Defekta varor/ofullständiga leveranser

- 1996: 287
- 1997: 304
- 1998: 322

Dessa inbegriper huvudsakligen klagomål på varor som inte levereras alls eller som levereras för sent eller bara delvis. När varor är defekta kan det ofta vara svårt att lösa problemet.

Skuldindrivning

- 1996: 382
- 1997: 409
- 1998: 427

När det gäller skuldindrivning förefaller förseningar av betalningen vid hyrköpavtal och oklara, ibland astronomiskt höga, räntor vara det huvudsakliga problemet. Dessutom är betalningskravet ofta inte specificerat.

När det gäller upprätthållandet av konsumenternas rättigheter, påpekar de österrikiska myndigheterna att några av klagomålen regleras med hjälp av konsumentorganisationerna. Endast en liten del gick till domstol (vilket förklarar bristen på uppgifter).

Belgien

I Belgien omfattas de nuvarande föreskrifterna för distansförsäljning av lagen om kommersiell verksamhet¹⁹ (artiklarna 77 till 83), ändrad genom lagen av den 25 maj 1999, som antogs i syfte att genomföra Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal. Enligt den statistik som ekonomiska inspektionen förfogar över, är överträdelse av ovanstående åtgärder ovanliga, men man bör ha i åtanke att den nationella lagen trädde i kraft helt nyligen. Under 1998, till exempel, gick endast tre fall till domstol på grund av överträdelse av artikel 77 (finansiella tjänster) och endast fem fall gick till domstol under perioden 1.1.1999–20.9.1999.

¹⁹ Wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument – Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur.

Enligt de uppgifter som tillhandahållits av de belgiska myndigheterna gick 18 fall till domstol 1998, och tio fall registrerades under perioden 1.1.1999–20.9.1999. Samtliga fall handlade om konsumentkredit.

Danmark

Antal klagomål i Danmark de tre senaste åren

Danmark har inget centralt register över klagomål på distansförsäljning. Det är inte möjligt att skilja denna typ av fall från annan rättslig statistik. De tre senaste åren har dock nämnden för konsumentklagomål (*Forbrugerklagenævnet*) registrerat följande civilmål som rör distansförsäljning:

17 klagomål 1997,

25 klagomål 1998,

11 klagomål 1999 (till och med augusti 1999).

De danska myndigheterna noterade i samband med detta att definitionen av ”distansförsäljning” i den danska konsumentavtalsakten (*Lov om visse forbrugeraftaler*) inte omfattar tillhandahållande av tjänster. Akten innebär ett allmänt förbud mot telefonförsäljning (icke begärda telefonsamtal i syfte att sälja varor och tjänster).

De befogenheter som nämnden för konsumentklagomål har är begränsade eftersom vissa särskilda områden ligger utanför dess behörighet. De är dessutom begränsade till tjänster med ett arvode på mellan 500 och 24 000 DKK. Man kan anta att vissa klagomål på distansförsäljning inte kommer till nämndens kännedom på grund av denna nedre gräns på 500 DKK.

Klagomål på telefonförsäljning kan dessutom inges hos konsumentombudsmannen (*Forbrugerombudsmanden*), som ansvarar för kontrollen av att föreskrifter på detta område i allmän lag efterlevs. Klagomål till konsumentombudsmannen registreras inte på ett sätt som gör det möjligt att identifiera dem som gäller distansförsäljning. Därför kunde information om antalet sådana klagomål inte tillhandahållas.

Orsaker till klagomål och huvudsakliga problem

Enligt den danska nämnden för konsumentklagomål handlar civilrättsliga tvister vanligtvis om inkorrekt/vilseledande information i reklam, eller problem med avseende på ångerrätten i en viss sektor.

Klagomål som inges till konsumentombudsmannen gäller vanligtvis vilseledande marknadsföring och/eller svårigheter att kontakta företag som bedriver distansförsäljning. Det mest problemfyllda området är distansförsäljning via Internet.

Instanser som handlägger klagomål från konsumenter

När det gäller civilrättsliga tvister rörande distansförsäljning (som kan inges till nämnden för konsumentklagomål), bör det påpekas att nämnden för konsumentklagomål kan bevilja undantag från den nedre gräns på 500 DKK som nämns ovan. Denna prövningsrätt kan användas om ett okänt företag ådragit sig många klagomål, eller i syfte att reglera en principsak. Denna befogenhet används exempelvis om ett betydande antal klagomål på ett

företag som erbjuder ”telefonsex” och liknande tjänster på Internet hanteras genom åtgärder av lämplig myndighet. (Dessa klagomål är inte registrerade under benämningen ”distansförsäljning” eftersom denna verksamhet inte omfattas av den nuvarande definitionen av termen i Danmark).

Enligt den lag genom vilken nämnden för konsumentklagomål upprättats (*Lov om Forbrugerklagenævnet*), kan nämnden officiellt godkänna klagomålsnämnder eller besvärnsnämnder inom den privata sektorn som bedriver verksamhet inom specifika sektorer eller verksamhetsområden.

Klagomålsinstanser och besvärinstanser på följande områden inom den privata sektorn har godkänts av nämnden för konsumentklagomål: byggnadsindustrin, egendomstransaktioner, försäkringar, hotell, catering och turism, isolering, körskolor, finansiella institutioner, inteckningar, resor.

Som redan nämnts kan klagomål på företag som sysslar med distansförsäljning också inges till konsumentombudsmannen, som enligt marknadsföringsakten (*Markedsføringsloven*) har rätt att agera direkt när det gäller sådan verksamhet.

Om flera konsumenter gör samma anspråk på ersättning i samband med en överträdelse av bestämmelserna i marknadsakten, kan konsumentombudsmannen dessutom på begäran slå samman dem till ett gruppåtal i domstolen.

Finland

De finska myndigheternas informationskälla var de kommunala konsumentrådgivarna, Konsumentverket, Konsumentklagonämnden, Finlands Konsumentförbund rf och konsumentorganisationen *Kuluttajat Konsumenterna rf*.

De finska myndigheterna påpekade att siffrorna bör betraktas som vägledande. Det bör noteras att ingen uppdelning av gränsöverskridande fall fanns tillgänglig.

Distansförsäljning:

De klagomål som de kommunala konsumentrådgivarna mottar gäller huvudsakligen postorderförsäljning. Problemområdena är främst felhanterade och/eller ofullständiga leveranser, bristande avtalsenlighet och svårigheter att få tillbaka pengarna. I ett begränsat antal fall vidarebefordras klagomålen till konsumentombudsmannen. De flesta fall klaras av på nivån för konsumentrådgivaren.

Konsumentverket undersökte 21 fall 1997, 36 fall 1998 och 213 fall 1999 (till och med den 30 september 1999). Dessa fall gällde mestadels postorder- och Internet-försäljning. Den avsevärda ökningen av klagomål 1999 beror på utländska reklamkampanjer riktade mot Finland. Sådana kampanjer befanns stå i strid med konsumentskyddslagen i Finland.

Konsumentklagonämnden handlade 120 klagomål på postorderförsäljning 1997, 88 fall 1998, och år 1999 (till och med den 30 september) registrerades 87 fall. De främsta problemen gällde byte av varor. I ett fall handlade Konsumentklagonämnden försäljning av tjänster över Internet till minderåriga.

En betydande del (cirka en tredjedel) av klagomålen till nämnden på hemförsäljning – 120 fall 1997, 88 fall 1998 och 87 fall 1999 (till och med 30 september 1999) – gällde i själva verket

distansförsäljning. Problemområdena var avbeställningar, byten, återbetalning och bristfälliga varor.

Finlands Konsumentförbund rf mottog 50 klagomål på distansförsäljning både 1997 och 1998. Det sammanlagda antalet för 1999 uppskattas till 50–100 fall. Problemområdena är avtalsvillkor (som är oskäligen), byte och försenade leveranser.

De finska myndigheterna uppskattar det totala antalet klagomål på distansförsäljning till cirka 315 fall 1997, cirka 345 fall 1998 och cirka 570 fall 1999.

Tyskland

Justitieministeriet (*Bundesministerium der Justiz*) rapporterar att det i lagen om otillbörlig konkurrens (§13) och lagen om allmänna affärsvillkor (§13) tillåts att konsumenterna inleder rättsliga förfaranden. Inga konsumentklagomål har kommit till den federala regeringens kännedom. Ingen statistik fanns tillgänglig.

Grekland

De grekiska myndigheterna inrapporterade följande konsumentklagomål på distansförsäljning:

Typ av klagomål	1997	1998	1999²⁰
Vilseledande reklam	26	29	66
Otillbörlig reklam	16	29	4
Underlåtenhet att återbetala pengar efter uppsägning av avtal	*	*	10
Krav på betalning för icke begärda varor	*	*	8
Skyldighet att betala postens avgifter	*	3	4
Underlåtenhet att informera om kundens rätt till avbeställning	*	*	6
Övrigt	*	*	2

(*) Uppgifter finns ej tillgängliga

Klagomål hanteras på tre sätt:

- Förfarande utanför domstol via skiljedomskommittéer som finns i alla prefekturer,
- Rättsprövning,
- Administrativa sanktioner, som kan variera från böter på GDR 20 000 (större böter kan ges till lagöverträdare som straffats tidigare) till att företaget stryks från det behöriga regeringsministeriets register och stängs.

²⁰ Muntliga och skriftliga förfaranden

Observera att två företag hittills har strukits från registret och att två andra företag inte har fått tillstånd att påbörja försäljning.

Irland

Ministeriet för företag, handel och arbetsmarknad (The Department of Enterprise, Trade and Employment) inrapporterade följande information som tillhandahållits av ASAI (Advertising Standards Authority of Ireland – Irlands reklamnämnd):

År	Konsumentklagomål på distansförsäljning
1996	5
1997	2
1998	1
1999 (8 månader)	4

Det bör påpekas att ASAI mottar få klagomål på distansförsäljning/direktreklam. ASAI förväntar sig dock att dess arbetsbörda kommer att växa eftersom företeelsen, i synnerhet direkt marknadsföring, växer i Irland.

Luxemburg

Luxemburgs myndigheter presenterade uppgifter från "Euroguichet-Consommateur de l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs" (ULC/Euroguichet), som är Luxemburgs konsumenters sedvanliga kontaktpunkt för gränsöverskridande ärenden.

ULC/Euroguichet anser att distansförsäljning inbegriper all försäljning som sker utan fysisk kontakt mellan leverantören och kunden (denna definition omfattar användning av telefon, TV, minitel (i Frankrike) och Internet-relaterad teknik).

På grundval av detta förhållningssätt registrerades 271 fall 1997, 332 fall 1998 och 153 fall till och med den 30 juni 1999. Eftersom dessa siffror innefattar hemförsäljning och utflykter i säljfrämjande syfte ("Kaffeefahrten"), som står för 10–15 procent av fallen, uppskattar ULC/Euroguichet att det totala antalet fall, i överensstämmelse med definitionen ovan, bör minska därefter.

De flesta problem behandlas effektivt med hjälp av det regelverk i Luxemburgs lagstiftning som tillhandahåller adekvat skydd med avseende på de vanligaste problemen, såsom bristande avtalsenlighet hos varorna, kostnader för banköverföringar, felaktig kortfakturering, moms nivåer, defekta varor, leverans utan föregående beställning och garanti.

Nederländerna

De nederländska myndigheternas informationskällor var konsumentensammanslutningen (*Consumentenbond*), organisationen för reklamnormer (*Stichting Reclame Code*) och sammanslutningen av tvistkommittéer för konsumentärenden (*Stichting Geschillencommissies Consumentenzaken*). Två tvistkommittéer omfattas av den sistnämnda – tvistkommittén för

hemshopping (*Geschillencommissie Thuiswinkel*) och kommittén för resetvister (*Geschillencommissie Reizen*), och de handlägger klagomål som gäller distansförsäljning.

De nederländska myndigheterna påpekade att de uppgifter som inhämtats från källorna ovan inte innehöll tillräckliga detaljer för att man skulle kunna specificera gränsöverskridande klagomål, och att ingen information fanns tillgänglig om tvister som slutade som civilmål.

Klagomål på distansförsäljning, 1996–1998:

Inför tvistkommittén för hemshopping:

12 fall ingavs 1996 (det år då kommittén upprättades och började verka),

7 fall ingavs 1997 (det totala antalet fall som ingavs 1997 är inte känt),

81 fall ingavs 1998.

Dessa fall gäller främst bristande avtalsenlighet hos varorna, utebliven leverans (särskilt av hushållsinventarier och elektriska apparater), och reparationer/underhåll.

Inför tvistkommittén för resor:

År 1997 avgjorde kommittén 908 fall (det sammanlagda antalet fall är inte känt), 5 av dessa fall gällde reseavtal som hade ingåtts genom distansförsäljning. År 1998 ingavs 2707 klagomål, av vilka 1227 avgjordes, varav 2 gällde distansförsäljning av reseprodukter.

Dessa fall gällde främst avtalsvillkor, inkorrekt bokning, otydlig information, kvalitet på inkvarteringen och ändringar av resväg.

Inför organisationen för reklamnormer:

Inga siffror fanns tillgängliga.

Inför konsumentensammanslutningen:

Konsumentensammanslutningen mottar varje år cirka etthundra klagomål på distansförsäljning över gränserna. Eftersom många fall gäller reklam, handläggs de också av organisationen för reklamnormer.

Dessa fall gällde främst sweepstake-reklam vid distansförsäljning och någon gång kvaliteten på varor/tjänster.

Inför ekonomiministeriet:

Ministeriet mottar cirka fem gränsöverskridande klagomål per år (främst från Belgien, Frankrike och Förenade kungariket) på reklam i samband med distansförsäljning. Dessa fall vidarebefordras till organisationen för reklamnormer och/eller EASA (European Advertising Standards Alliance – europeiska alliansen för reklamnormer).

Dessa fall innehöll frågor såsom påstådd felaktig återgivning av sweepstakes i reklammeddelanden eller helt eller delvis utebliven leverans av varor/tjänster.

Spanien

Instituto Nacional del Consumo (INC), en offentlig instans som är underordnad ministeriet för hälsa och konsumentärenden, har inrapporterat följande siffror för klagomål på distansförsäljning (uppgifterna har tillhandahållits av de regionala administrationerna – ”*Comunidades Autónomas*”²¹– och av konsumentorganisationerna) :

- 1997: 2 366
- 1998: 2 786
- 1999: 652 (januari till september 1999)

Huvudsakliga typer av klagomål

- Avtalsbrott,
- Vägran att ersätta varor,
- Defekta varor,
- Vilseledande reklam,
- Vilseledande marknadsföring,
- Vägran att respektera ångerperiod,
- Oegentligheter med avseende på priser,
- Dålig kvalitet på de erbjudna varorna,
- Försenad leverans,
- Utebliven leverans av varor,
- Bristfällig information om varor, priser och ångerperioder,
- Brist på information om leverantörens identitet,
- Villkor som begränsar konsumentens rättigheter,
- Inläggning av personliga uppgifter i datoriserade arkiv och förteckningar utan den berörda personens tillstånd.

Tillvägagångssätt för att hantera konsumentklagomål

- Akten sänds till den behöriga instansen,
- Den byrå som har mottagit klagomålet inleder förfarandet,
- Medling,

²¹ I Spanien behandlas konsumentärenden av de regionala regeringarna, som har särskild behörighet när det gäller konsumentpolitik, inbegripet instanser för handläggning av klagomål.

- Klagomålet ogillas på grund av brist på bevis, eller att anspråken dragits tillbaka,
- Inledning av skiljedomsförfarande (när företaget har gått med i skiljedomssystemet),
- Dra saken inför domstol (en föga utnyttjad möjlighet).

Sverige

Allmänna reklamationsnämnden (ARN) är en offentlig instans vars uppgift är att undersöka rättstvister mellan konsumenter och ekonomiska aktörer. ARN utfärdar rekommendationer om hur tvister kan lösas. Förfarandet är skriftligt och kostnadsfritt för de inblandade parterna. ARN:s verksamhet finansieras till fullo av staten. Enligt regeringens riktlinjer skall ARN inte ägna mer än fem månader åt rättsprövning när konsumenters klagomål kan avgöras vid ARN:s möten.

Det finns elva olika sektioner som undersöker rättsprövning i konsumentfrågor (bank, motor, textilier, resor, etc.). I enlighet med sina egna regler undersöker ARN tvister mellan konsumenter och

- alla svenska ekonomiska aktörer,
- de utländska ekonomiska aktörer som har ett kontor för sin verksamhet i Sverige,
- utländska ekonomiska aktörer, om avtalet för en produkt eller tjänst har ingåtts utomlands men marknadsföringen har skett i Sverige, om konsumenten bor i Sverige och om det inte finns någon anledning att tro att ARN:s rekommendationer blir verkningslösa.

Nämnden har inrapporterat att den under perioden 21.9.1996–21.9.1999 har handlagt följande fall som gäller konsumenter bosatta utomlands:

1996: 2 (Spanien)

1997: 38 (främst USA, men även Danmark, Frankrike, Finland m. fl.)

1998: 20 (Norge, USA, Danmark m. fl.)

1999: 22 (Norge, Tyskland, Finland m. fl.)

och utländska ekonomiska aktörer:

1996: 8 (från Danmark, Finland och några andra länder)

1997: 35 (främst från Danmark och Finland)

1998: 37 (främst från Danmark, men även från Norge)

1999: 20 (främst från Danmark)

Fördelning av fall efter ARN:s sektioner:

Fall gällande konsumenter bosatta utomlands

	1996	1997	1998	1999
Allmänna ärenden	0	5	4	3
Bank	0	1	0	2
Boende	0	0	1	2
Fartyg	0	0	0	2
Elektricitet	0	1	4	2
Försäkring	2	1	0	4
Motor	0	0	5	3
Resor	0	7	4	3
Skor	0	1	0	0
Textilier, läder	0	3	2	3
Kemtvätt	0	0	0	0

I vissa fall bodde konsumenten i Sverige när avtalet ingicks, och flyttade senare utomlands. I andra fall bodde konsumenten nära den svenska gränsen. I sju fall förklarade sig ARN obehörig.

Fall gällande utländska ekonomiska aktörer

	1996	1997	1998	1999
Allmänna ärenden	2	3	3	1
Bank	0	0	0	0
Boende	0	0	1	3
Fartyg	0	0	0	0
Elektricitet	0	1	1	0
Försäkring	0	3	0	2
Motor	0	0	0	0
Resor	3	20	31	12
Skor	0	1	0	0
Textilier, läder	2	7	1	2

De flesta tvister gäller transaktioner i samband med resor. Merparten av ärendena gäller hyra av stugor eller fritidsbostäder. I tolv fall förklarade sig ARN obehörig.

Marknadsdomstolen

Följande ärenden har hänskjutits till marknadsdomstolen på grund av överträdelse av marknadslagen:

År	Antal fall	Ärende
1996	----	-----
1997	----	-----
1998	3	- Marknadsföring på ett företags välkomstsida - TV-reklam riktad till barn - Reklambroschyrer
1999 ²²	3	- Marknadsföring (från utlandet) av telefonbeställda varor - Postorderförsäljning till barn under 16 år - Försäljning genom ett ersättningssystem

Förenade kungariket

Enligt den information som tillhandahållits av handels- och industriministeriet (Department of Trade and Industry) finns det, när det gäller distansförsäljning, ett antal självreglerande bestämmelser, exempelvis de som sammanslutningen för direktreklam (Direct Marketing Association) och postorderförsäljarnas sammanslutning (Mail Traders' Association) har. De brittiska myndigheterna påpekade att den information som kommissionen begär om konsumentklagomål rörande distansförsäljning inte fanns tillgänglig i detalj.

Nämnden för rättvis handel (The Office of Fair Trading) har sammanställt de uppgifter om konsumentklagomål som avdelningar på den lokala myndigheten för handelsnormer (Local Authority Trading Standards), medborgarnas rådgivningsbyråer (Citizens Advice Bureaux) och andra rådgivningsorgan har tillhandahållit. Dessa uppgifter är tyvärr inte specificerade med avseende på om varorna och tjänsterna har tillhandahållits genom distansförsäljning eller inte.

Följande slutsatser kan ändå dras från den information som kommissionen har erhållit (uppgifterna gäller 1996, 1997 och 1998²³):

Konsumenters klagomål på bristfälliga varor eller undermålig service (efter antal klagomål)

- Begagnade bilar
- Radio, TV, övrig elektronik

²² Januari- september 1999

²³ 12 månader till och med den 30 september varje år.

- Kläder och skor
- Livsmedel och drycker
- Paketresor och resebyråer

Konsumenters klagomål på utebliven leverans av varor, och förseningar eller icke utförda tjänster

- Möbler, tavlor
- Radio, TV, övrig elektronik
- Kläder och skor
- Begagnade bilar
- Skadeförsäkringar

Konsumenters klagomål på försäljningstekniker, vilseledande påståenden, återgivningar eller annonser, presentation av varor och tjänster, samt brist på information

- Begagnade bilar
- Livsmedel och drycker
- Radio, TV, övrig elektronik
- Kläder och skor
- Paketresor och resebyråer

Konsumenters klagomål på postorderförsäljning eller förskottsbetalning

- Kläder och skor
- Radio, TV, övrig elektronik
- Böcker, tidningar och tidskrifter
- Läkemedel och läkarvård
- Livsmedel och drycker

B) jämförande reklam

Österrike

De österrikiska myndigheterna har inte inrapporterat några gränsöverskridande klagomål när det gäller jämförande reklam.

Belgien

Enheten "handelspolitik" inom handelsministeriet har rapporterat att man nyligen har antagit den nya lagstiftning där jämförande reklam tillåts, och att det inte finns några klagomål registrerade för närvarande.

Danmark

Den information som tillhandahållits av de danska myndigheterna visar att konsumentombudsmannen mottar mycket få klagomål på jämförande reklam från konsumenterna, eftersom det är konkurrenters klagomål som är dominerande på detta område. Klagomålen kan ändå beröra aspekter som är relevanta för konsumenter, och konsumentombudsmannen måste därför ofta ansvara för hanteringen av dessa frågor.

Nämnden för konsumentklagomål (*Forbrugerklagenævnet*) har genom åren handlagt ett antal civilmål i vilka informationen i jämförande reklam har fått civilrättsliga följder.

Konkurrenternas klagomål avser jämförande reklam som anses vilseledande och/eller otillbörlig. De gäller jämförelser som bygger på pris eller prisnivåer. Klagomål på jämförelser av kvalitet är dock ovanligare.

Under de senaste åren har konsumentombudsmannen varit upptagen med ärenden som avser detaljhandelskedjors jämförande reklam när det gäller priser eller prisnivåer.

Finland

Konsumentverket i Finland mottog 6 klagomål gällande jämförande reklam under 1997, 13 under 1998 och 6 under 1999 (till och med den 30 september). Några av dessa fall handlades av konsumentombudsmannen. De rörde felaktig återgivning av priser och vilseledande prisjämförelser när det gäller exempelvis telefoni, motorbåtar, kollisionstester med bilar och miljövänliga produkter. Inget av dessa fall hade något samband med gränsöverskridande marknadsföring.

Finlands Konsumentförbund rf registrerade mindre än 10 klagomål på jämförande reklam under åren i fråga.

De finska myndigheterna uppskattar det sammanlagda antalet klagomål rörande jämförande reklam till cirka 17 under 1997, cirka 24 under 1998 och cirka 17 under 1999.

Tyskland

I Tyskland är alla rättsförhandlingar öppna för konsumentklagomål. Några gränsöverskridande klagomål på jämförande reklam är dock inte kända för justitieministeriet, konsumentorganisationerna eller sammanslutningarna för näringsidkare.

Grekland

Inga klagomål har inrapporterats med avseende på jämförande reklam.

Italien

De italienska myndigheterna översände dokument om tre klagomål (två under 1998, ett under 1999) rörande jämförande reklam som har handlagts av konkurrensmyndigheten (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*). Inget av fallen har en gränsöverskridande aspekt.

Irland

De irländska myndigheterna rapporterade att inga klagomål hade ingivits med avseende på jämförande reklam under perioden januari 1996–augusti 1999.

Luxemburg

Direction de la Concurrence et de la Protection des Consommateurs på ekonomiministeriet meddelar att jämförande reklam hittills har varit förbjudet i Luxemburg. Därför finns det för närvarande inga registrerade klagomål.

Nederländerna

3 klagomål ingavs under 1996, 2 under 1997 och 6 under 1998 till organisationen för reklamnormer. Inget av dessa innehöll någon gränsöverskridande aspekt.

Huvudproblemet förefaller vara felaktig återgivning och klagomål av denna typ inges ofta av konkurrenter. Utöver kommittén för reklamnormer, finns det en besvärsnämnd (*College van Beroep*) som hjälper till med rättelse genom ett särskilt förfarande för handläggning av gränsöverskridande klagomål på reklam.

Spanien

Instituto Nacional del Consumo har rapporterat att inga klagomål (varken gränsöverskridande eller inte) har ingivits under perioden januari 1997–september 1999.

Sverige

ARN har inte inrapporterat några klagomål på jämförande reklam. Följande ärenden med avseende på handelskommunikation har dock hänskjutits till marknadsdomstolen:

År	Antal fall	Ärende
1996	6	Pennor, tidskrifter, biluthyrning, tryckerimaskiner, hundmat
1997	1	Jämförelse av priser
1998	4	Slogans som ogillats på grundval av marknadsföringslagen
1999 ²⁴	2	Tandvårdsförsäkring, pris och kvalitet på färger

Det bör påpekas att jämförande reklam var tillåten i Sverige innan direktivet antogs.

²⁴ January- September 1999

Förenade kungariket

De system som används för behandling av klagomål i Förenade kungariket är vanligtvis självreglerande när det gäller jämförande reklam. Myndigheten för reklamnormer övervakar de brittiska reklamlagarna och radio- och TV-myndigheterna (the Independent Television Authority and the Radio Authority) ansvarar för behandlingen av klagomål på reklam i radio och TV.

Det finns inga närmare uppgifter om konsumentklagomål när det gäller jämförande reklam (se Förenade kungarikets uppgifter om distansförsäljning).

2. INFORMATION SOM TILLHANDAHÅLLITS AV SAMMANSLUTNINGAR AV NÄRINGSIDKARE

A) Distansavtal

EASA (European Advertising Standards Alliance – Europeiska alliansen för reklamnormer)²⁵ genomförde en undersökning hos sina EU-medlemmar om konsumenters klagomål på distansförsäljning. Undersökningen genomfördes i samarbete med FEDMA (European Federation of Direct Marketing – europeiska federationen för direktreklam).

- Undersökningen visar att det i varje land finns ett fungerande system med självreglering när det gäller distansförsäljning. Åtta av de 18 EASA-medlemmarna har en särskild uppförandekod eller vägledning, medan sju andra tillämpar bestämmelserna i sin allmänna reklamlagstiftning på området. De bestämmelser och principer som dessa organisationer följer bygger på Internationella handelskammarens (ICCS:s) allmänna reklambestämmelser och de har vidareutvecklats när det gäller distansförsäljning, vid behov i enlighet med omständigheterna i varje land.
- EASA:s medlemmar har ett nära samarbete med den berörda nationella sammanslutningen för direkt marknadsföring, och i vissa länder har ansvaret för handläggning av klagomål övertagits av den lokala sammanslutningen för direkt marknadsföring (DMA). I de skandinaviska länderna ger konsumentombudsmannen och, som är fallet i Sverige, ett antal särskilda självreglerande organisationer (exempelvis när det gäller köns- eller rasdiskriminering) endast mycket begränsade möjligheter till allmän självreglering när det gäller reklam.
- Den främsta orsaken till klagomål är vilseledande och bedrägliga metoder. Vissa självreglerande organisationer har ett beredskapssystem för annonsering med

²⁵ EASA (European Advertising Standards Alliance) är en organisation utan vinstsyfte som är baserad i Bryssel (Belgien) och samordnar de synpunkter som nationella självreglerande reklaminstanser i har Europa har. Dess medlemmar (27 från 22 europeiska länder inbegripet alla EU:s medlemsstater) är de nationella självreglerande instanser som ansvarar för att administrera sina respektive nationella självreglerande system och tillämpa nationella reklambestämmelser som bygger på de bestämmelser som upprättats av Internationella handelskammaren. Dess syfte är att främja och stödja utvecklingen av effektiv självreglering, att samordna handläggningen av gränsöverskridande klagomål, och att erbjuda information och stöd när det gäller självreglering av reklam i Europa. EASA har utvecklat sitt eget förfarande för gränsöverskridande klagomål.

otillbörliga metoder och bedrägerier (ad alerts), och dessa organisationer samarbetar med offentliga myndigheter i bedrägerifall.

- När det gäller distansförsäljning har en tredjedel av EU:s 18 EASA-medlemmar stött på svårigheter antingen när det gäller typ av klagomål eller upprätthållande. Dessa svårigheter avser vilseledande försändelser, icke utförda erbjudanden, icke begärd post och olagliga erbjudanden i direktreklam.
- De produkter eller tjänster som är föremål för flest klagomål när det gäller distansförsäljning är läkemedel (och produkter som gör anspråk på att ha helande eller terapeutiska effekter), bantningsprodukter och bokklubbar.

B) Jämförande reklam

EASA har sitt eget förfarande för gränsöverskridande klagomål. Alla register över gränsöverskridande klagomål på reklam lagras i en elektronisk databas som förvaltas av EASA:s sekretariat. När klagomål klarats upp offentliggörs en rapport om de avslutade fallen i EASA:s nyhetsbulletin 'Alliance Update', som utkommer fyra gånger per år.

EASA:s databas innehåller inga gränsöverskridande klagomål som har direkt samband med jämförande reklam. Problem med jämförande reklam är fortfarande svåra att analysera eftersom direktiv 97/55 ännu inte har genomförts i hela Europeiska unionen. EASA tillhandahöll närmare uppgifter om två fall av plagiering, som endast hade ett marginellt samband med jämförande reklam.

Mediets ursprungsland *	Konsum-entens hemland	Klagomål	1. BESKRIVNING AV FALLET
Förenade kungariket	Tyskland	Plagiering	Klagomål från ett tyskt företag med avseende på påstådd plagiering i Förenade kungariket av dess alleuropeiska slogan. Efter att ha undersökt fallet drog Förenade kungarikets myndighet för reklamnormer slutsatsen att annonsen inte vilseledde eller skapade förvirring. Klagomålet ogillades.
Förenade kungariket	Grekland	Plagiering	Klagomål från en grekisk egendomsbyrå som hävdade att en annons i World Property Magazine med erbjudande om försäljning av egendom i Grekland innehöll samma ordalydelse för samma region som dess annons, som fanns på motstående sida i tidskriften. Den klagande ansåg att detta ledde till förvirring mellan de två företagen. Klagomålet ogillades av Förenade kungarikets myndighet för reklamnormer.

* Mediets ursprungsland, enligt definition i EU:s direktiv om sändningsverksamhet för television.

3. UPPGIFTER FRÅN INITIATIVET FÖR SAMARBETE ÖVER GRÄNSERNA OM KONSUMENTERS TALERÄTT OCH REGLERING AV KONSUMENTTVISTER PÅ DEN INRE MARKNADEN - 1998

Det gränsöverskridande initiativet genomfördes 1998 av en grupp konsumentorganisationer²⁶, med stöd av kommissionen och det samordnades av *Institut Européen Interrégional de la Consommation* i Lille (IEIC). Denna åtgärd är inriktad på att följa upp klagomål från konsumenter i tio geografiska gränsområden [Luxemburg; Alsace, Nord-Pas-de-Calais och Languedoc-Roussillon (Frankrike); Nordrhein–Westfalen (Tyskland); Ostbelgien (Belgien); Cataluña och Madrid (Spanien); Milano och Südtirol (Italien); Innsbruck (Österrike); och Athina (Grekland)], som – främst på grund av deras läge – tenderar att ge upphov till en betydande mängd fall.

Inom ramen för detta initiativ inventerades 5 552 fall under 1998. Klagomålen från konsumenter gäller exempelvis bilar, möbler, finansiella tjänster, konsumentkredit, försäkringar, byggnadsindustri, lotterier och spel samt timeshare

Fördelningen av uppgifter överensstämmer inte med kategorierna distansförsäljning och jämförande reklam. Trots att uppgifterna saknade specifika angivelser av klagomål från konsumenter i enlighet med direktiven 97/7/EG och 97/55/EG, bidrar de till den allmänna kunskapen om klagomål från konsumenter i situationer som kännetecknas av gränsöverskridande transaktioner, i synnerhet i de centraleuropeiska länderna, där konsumenternas av geografiska orsaker ofta gör gränsöverskridande inköp.

²⁶ Union Luxembourgeoise des Consommateurs, Chambre de la Consommation d'Alsace, Centre Régional de la Consommation Nord-Pas-de-Calais, Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen, Verbraucherschutz-zentrale Ostbelgien, Institut Català del Consum, CTRC Languedoc-Roussillon, Comitato Difesa Consumatori (Milano), VZ Südtirol, Eurokons Innsbruck, ABC Test-Achats, OCU (Madrid), EK.PI.ZO (Athina).