

Wtorek, 16 grudnia 2008 r.

## Nieuczciwe przedsiębiorstwa oferujące wpisy do katalogów biznesowych

P6\_TA(2008)0608

**Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 16 grudnia 2008 r. w sprawie nieuczciwych przedsiębiorstw oferujących wpisy do katalogów biznesowych (petycje 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 i inne) (2008/2126(INI))**

(2010/C 45 E/04)

*Parlament Europejski,*

- uwzględniając petycje 0045/2006, 1476/2006, 0079/2003, 0819/2003, 1010/2005, 0052/2007, 0306/2007, 0444/2007, 0562/2007 i inne,
  - uwzględniając wcześniejsze dyskusje Komisji Petycji na temat petycji 0045/2006 i innych,
  - uwzględniając dyrektywę 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (wersja ujednolicona) <sup>(1)</sup>,
  - uwzględniając dyrektywę 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) <sup>(2)</sup>,
  - uwzględniając rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 października 2004 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów („rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów”) <sup>(3)</sup>,
  - uwzględniając dyrektywę 98/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 r. w sprawie nakazów zaprzestania szkodliwych praktyk w celu ochrony interesów konsumentów <sup>(4)</sup>,
  - uwzględniając analizę zatytułowaną „Nieuczciwe praktyki firm prowadzących katalogi biznesowe w kontekście obecnych i przyszłych przepisów rynku wewnętrznego mających na celu ochronę konsumentów i MŚP” (IP/A/IMCO/FWC/2006-058/LOT4/C1/SC6), zleconą przez Komisję Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów,
  - uwzględniając art. 192 ust. 1 Regulaminu,
  - uwzględniając sprawozdanie Komisji Petycji oraz opinię Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów (A6-0446/2008),
- A. mając na uwadze, że Parlament otrzymał ponad 400 petycji od małych przedsiębiorstw (reprezentujących jedynie część ich ogółu), które twierdzą, iż padły ofiarą wprowadzającej w błąd reklamy stosowanej przez przedsiębiorstwa oferujące wpisy do katalogów biznesowych, a w rezultacie ucierpiały z powodu stresu psychologicznego, poczucia winy, zażenowania, uczucia frustracji i poniosły straty finansowe,

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 376 z 27.12.2006, s. 21.

<sup>(2)</sup> Dz.U. L 149 z 11.6.2005, s. 22.

<sup>(3)</sup> Dz.U. L 364 z 9.12.2004, s. 1.

<sup>(4)</sup> Dz.U. L 166 z 11.6.1998, s. 51.

Wtorek, 16 grudnia 2008 r.

- B. mając na uwadze, że skargi te ujawniają szeroko rozpowszechnioną i ustaloną metodę zwodniczych praktyk biznesowych stosowanych przez niektóre przedsiębiorstwa oferujące wpisy do katalogów biznesowych, które dotycząca tysiące przedsiębiorstw i są zorganizowane niezależnie od granic, tj. wiążą się z działalnością w co najmniej dwóch państwach członkowskich w Unii Europejskiej oraz poza nią oraz wywierają poważne skutki finansowe dla przedsiębiorstw, a także mając na uwadze, że nie istnieje mechanizm administracyjny lub instrument prawny umożliwiający krajowym organom egzekwowania prawa skuteczną i efektywną współpracę transgraniczną,
- C. mając na uwadze, że nieuczciwy charakter tych praktyk staje się bardziej oczywisty, kiedy są one uskuteczniane drogą elektroniczną i szerzone za pomocą Internetu (zob. petycja nr 0079/2003),
- D. mając na uwadze, że praktyki biznesowe, których dotyczą skargi, zazwyczaj polegają na tym, że firma prowadząca katalog biznesowy nawiązuje kontakt, przeważnie pocztą, z przedsiębiorstwami, zachęcając je do uzupełnienia lub aktualizacji nazwy i danych kontaktowych przedsiębiorstwa, stwarzając fałszywe wrażenie, iż ma to służyć bezpłatnemu ich umieszczeniu w katalogu biznesowym; mając na uwadze, że później zgłaszające się przedsiębiorstwa odkrywają, że w rzeczywistości nieumyślnie podpisały umowę, standardowo wiążącą przez trzy lata, zobowiązującą je do figurowania w katalogu biznesowym za cenę około 1 000 euro rocznie,
- E. mając na uwadze, że formularze stosowane w takich przypadkach są zazwyczaj niejednoznaczne i trudne do zrozumienia, przy czym sprawiają błędne wrażenie, iż chodzi o bezpłatne umieszczenie w katalogu biznesowym, podczas gdy w rzeczywistości celem jest zwabienie przedsiębiorstwa do zawarcia niechcianej umowy o reklamę w katalogu biznesowym,
- F. mając na uwadze, że nie istnieją specjalne przepisy UE ani krajowe w państwach członkowskich dotyczące firm prowadzących katalogi biznesowe w stosunkach między przedsiębiorstwami, a także mając na uwadze, że państwa członkowskie mogą wprowadzać bardziej kompleksowe i szeroko zakrojone przepisy,
- G. mając na uwadze, że dyrektywa 2006/114/WE stosuje się również do transakcji między przedsiębiorstwami i definiuje „reklamę wprowadzającą w błąd” jako „każdą reklamę, która w jakikolwiek sposób, w tym przez swoją formę, wprowadza lub może wprowadzić w błąd osoby, do których jest skierowana lub dociera, i która, z powodu swojej zwodniczej natury, może wpłynąć na ich postępowanie gospodarcze lub która, z tych powodów, szkodzi lub może szkodzić konkurentowi”; mając jednak na uwadze, że rozbieżności w interpretacji tego, co jest „wprowadzające w błąd” wydają się stanowić główną przeszkodę w zwalczaniu takich praktyk stosowanych przez firmy oferujące katalogi biznesowe w stosunkach między przedsiębiorstwami,
- H. mając na uwadze, że dyrektywa 2005/29/WE zakazuje „umieszczania w materiałach marketingowych faktury lub podobnego dokumentu żądającego zapłaty, który wywołuje u konsumenta wrażenie, że już zamówił reklamowany produkt, mimo iż tego nie zrobił”; mając jednak na uwadze, że dyrektywa ta nie stosuje się do zwodniczych praktyk między przedsiębiorstwami i dlatego w obecnej formie nie może stanowić podstawy do udzielenia pomocy składającym petycję; mając jednak na uwadze, że dyrektywa ta nie wyklucza systemu przepisów krajowych dotyczących nieuczciwych praktyk handlowych, który ma zastosowanie we wszystkich okolicznościach zarówno do konsumentów jak i przedsiębiorstw,
- I. mając na uwadze, że dyrektywa 2005/29/WE nie uniemożliwia państwom członkowskim rozszerzenia zakresu jej stosowania za sprawą przepisów krajowych również na przedsiębiorstwa; mając jednak na uwadze, że prowadzi to do powstania różnych poziomów ochrony przedsiębiorstw, które padają ofiarą wprowadzających w błąd praktyk firm oferujących wpisy do katalogów biznesowych w różnych państwach członkowskich,
- J. mając na uwadze, że rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 definiuje „naruszenie wewnątrzspółnotowe” jako „każde działanie lub zaniechanie sprzeczne z przepisami prawnymi, które chronią interesy konsumentów (...), a które szkodzi lub może szkodzić zbiorowym interesom konsumentów zamieszkałych w jednym lub więcej niż jednym państwie członkowskim innym niż państwo członkowskie, w którym miało miejsce działanie lub zaniechanie, lub gdzie odpowiedzialny sprzedawca bądź dostawca ma siedzibę albo gdzie znajdują się dowody bądź aktywa związane z tym działaniem lub zaniechaniem”; mając jednak na uwadze, że dyrektywa ta nie stosuje się do zwodniczych praktyk między przedsiębiorstwami i dlatego w obecnej formie nie może stanowić podstawy do udzielenia pomocy składającym petycję,

Wtorek, 16 grudnia 2008 r.

- K. mając na uwadze, że większość składających petycję wskazuje na katalog biznesowy znany jako „European City Guide” (którego działalność jest przedmiotem postępowań sądowych i administracyjnych), ale wymienia się także inne firmy prowadzące katalogi biznesowe, np. „Construct Data Verlag”, „Deutscher Adressdienst GmbH” i „NovaChannel”; mając jednak na uwadze, że inne firmy prowadzące katalogi biznesowe stosują legalne praktyki biznesowe,
- L. mając na uwadze, że te zwodnicze praktyki biznesowe ukierunkowane są głównie na małe przedsiębiorstwa, jednak dotyczą również przedstawicieli wolnych zawodów, a nawet organizacje typu non profit, takie jak organizacje pozarządowe, charytatywne, szkoły i biblioteki oraz lokalne kluby społeczne, np. zespoły muzyczne,
- M. mając na uwadze, że firmy prowadzące katalogi biznesowe posiadają często siedzibę w państwie członkowskim innym niż państwo, w którym znajdują się poszkodowani, co utrudnia tym ostatnim zwracanie się o ochronę do organów krajowych z powodu rozbieżności w interpretacji tego, co jest uznawane za wprowadzające w błąd; mając na uwadze, że poszkodowani również często nie otrzymują zadośćuczynienia w ramach krajowych systemów prawnych i organów do spraw ochrony konsumentów, gdyż informowani są, iż przepisy prawne służą ochronie konsumentów, a nie przedsiębiorstw; mając na uwadze, że jako małe przedsiębiorstwa poszkodowani w większości nie posiadają środków umożliwiających dochodzenie skutecznego środka prawnego w postępowaniu sądowym; mając na uwadze, że mechanizmy autoregulacyjne dla katalogów nie na wiele się zdają, gdyż nie są przestrzegane przez tych, którzy stosują wprowadzające w błąd reklamy,
- N. mając na uwadze, że poszkodowani przez te praktyki są konsekwentnie ścigani przez same firmy prowadzące katalogi biznesowe lub nawet przez najęte przez nie agencje windykacyjne; mając na uwadze, że poszkodowani skarżą się, iż czują się niepokojeni i zagrożeni tymi naleganiami, a wielu z nich ostatecznie wbrew woli wnosi opłaty, aby uniknąć dalszego nękania,
- O. mając na uwadze, że poszkodowani, którzy odmawiają opłaty, rzadko – z nielicznymi wyjątkami – są pozywani do sądu,
- P. mając na uwadze, że niektóre państwa członkowskie przyjęły inicjatywy, szczególnie o charakterze uświadamiającym, w stosunku do potencjalnie dotkniętych przedsiębiorstw, a także mając na uwadze, że obejmują one dzielenie się informacjami, doradztwo, system ostrzegania organów egzekwowania prawa w danym państwie, a w niektórych przypadkach prowadzenie rejestru skarg w celu rozwiązania tego problemu,
- Q. mając na uwadze, że Austria zmieniła krajową ustawę o nieuczciwych praktykach handlowych w 2000 r. i że ust. 28a tej ustawy stanowi: „Zabrania się reklamować, w ramach prowadzonej działalności dla zaspokojenia konkurencji, w celu rejestracji w katalogach, takich jak tzw. żółte strony, książki telefoniczne lub podobne spisy, za pośrednictwem formularza zapłaty, formularza przekazu pieniężnego, faktury, oferty korekty, czy też w podobny sposób, lub oferować takiej rejestracji bezpośrednio, bez jednoznacznego i wyraźnego graficznego wskazania, że reklama taka stanowi wyłącznie propozycję zawarcia umowy”,
- R. mając na uwadze, że takie praktyki stosowane są od wielu lat, z czego wynika duża liczba poszkodowanych oraz znaczne szkody i zakłócenia na rynku wewnętrznym,
1. wyraża zaniepokojenie problemem poruszonym przez składających petycję, który wydaje się występować powszechnie i mieć charakter transgraniczny oraz niesie znaczące skutki finansowe, szczególnie dla małych przedsiębiorstw;
  2. jest zdania, że transgraniczny charakter tego problemu nakłada na instytucje wspólnotowe obowiązek zapewnienia poszkodowanym odpowiednich środków prawnych, tak aby ważność umów zawartych na podstawie wprowadzającej w błąd reklamy mogła być skutecznie kwestionowana, aby móc je unieważnić lub rozwiązywać oraz aby poszkodowanym przysługiwał zwrot zapłaconych kwot;

Wtorek, 16 grudnia 2008 r.

3. wzywa poszkodowanych do informowania organów krajowych o przypadkach oszustw biznesowych i wzywa państwa członkowskie do udostępnienia małym i średnim przedsiębiorstwom wiedzy i umiejętności koniecznych w celu umożliwienia im składania skarg do organów rządowych i pozarządowych, gwarantując, że kanały komunikacyjne są otwarte i że poszkodowani wiedzą, iż mogą skorzystać z doradztwa, tak by mogli szukać odpowiednich wskazań przed uregulowaniem opłat żądanych przez nieuczciwe firmy prowadzące katalogi biznesowe; nalega, by państwa członkowskie zakładały i utrzymywały scentralizowaną bazę danych gromadzącą te skargi;
4. z żalem zauważa, że pomimo powszechnego charakteru tych praktyk prawo UE i prawo krajowe nie wydaje się wystarczające, jeżeli chodzi o zapewnianie znaczących sposobów ochrony i skutecznych środków prawnych, lub też nie jest odpowiednio egzekwowane na poziomie krajowym; z żalem zauważa, że organy krajowe również wydają się niezdolne do zapewnienia środków prawnych;
5. z zadowoleniem zauważa, że europejskie i krajowe organizacje przedsiębiorców starają się o zwiększenie świadomości problemu wśród swych członków, oraz wzywa je do wzmożenia tych starań we współpracy z organizacjami działającymi w terenie, tak aby przede wszystkim mniej osób padało ofiarą nieuczciwych praktyk firm prowadzących katalogi biznesowe; wyraża obawy z powodu faktu, że niektóre z tych organizacji były w związku z tym pozywane do sądu przez nieuczciwe firmy prowadzące katalogi biznesowe wskazane podczas ich działalności uświadamiającej, z powodu rzekomego zniesławienia lub podobnych oskarżeń;
6. z zadowoleniem przyjmuje działania podjęte przez niektóre państwa członkowskie, takie jak Włochy, Hiszpania, Holandia, Belgia i Wielka Brytania, a szczególnie Austria, mające na celu uniemożliwienie firmom prowadzącym katalogi biznesowe podejmowania zwodniczych praktyk; uważa jednak, że starania te są nadal niewystarczające i że nadal zachodzi potrzeba koordynowania kontroli na szczeblu międzynarodowym;
7. wzywa Komisję i państwa członkowskie do intensyfikacji wysiłków, w pełnej współpracy z organizacjami reprezentującymi przedsiębiorstwa krajowe i europejskie, w celu zwiększenia świadomości tego problemu, aby więcej osób dysponowało informacjami i miało możliwość uniknięcia wprowadzającej w błąd reklamy, która może je zwabić w pułpkę niechcianych umów o reklamę;
8. wzywa Komisję do zajęcia się problemem oszustw biznesowych w kontekście inicjatywy europejskiej „karty małych przedsiębiorstw”, jak zaproponowano w komunikacie zatytułowanym „Jednolity rynek Europy XXI wieku” oraz do zmobilizowania europejskiej sieci przedsiębiorstw (Enterprise Europe Network), sieci SOLVIT i odpowiednich portali DG jako dalszych sposobów przekazywania informacji i udzielania pomocy w związku z tymi problemami;
9. z żalem zauważa, że dyrektywa 2006/114/WE, mająca zastosowanie do takich transakcji między przedsiębiorstwami, jak omawiana w tym przypadku, wydaje się niewystarczająca pod względem zapewnienia skutecznych środków prawnych bądź też nieodpowiednio wdrażana przez państwa członkowskie; zwraca się do Komisji o przedstawienie do grudnia 2009 r. sprawozdania w sprawie wykonalności i ewentualnych skutków zmiany dyrektywy 2006/114/WE, w taki sposób by ująć w niej „czarną” lub „szarą” listę praktyk, które mają być uznawane za wprowadzające w błąd;
10. przypomina, że o ile Komisja nie ma uprawnień do egzekwowania przepisów dyrektywy 2006/114/WE bezpośrednio od osób lub przedsiębiorstw, ma jednak, jako strażnik traktatów, obowiązek zapewnienia odpowiedniego i skutecznego wdrożenia tej dyrektywy przez państwa członkowskie; wzywa zatem Komisję do dopilnowania, by państwa członkowskie w pełni i skutecznie przetransponowały dyrektywę 2005/29/WE, tak aby zagwarantować ochronę we wszystkich państwach członkowskich, a także by wpłynąć na kształt dostępnych narzędzi prawnych i proceduralnych, tak jak w przypadku dyrektywy 84/450/EWG, która dostarczyła narzędzi Austrii, Hiszpanii i Holandii, i do wypełnienia tym samym swojej roli jako strażnika traktatów w dziedzinie ochrony przedsiębiorstw, gwarantując, że prawo przedsiębiorczości i swoboda świadczenia usług nie są ograniczane;

Wtorek, 16 grudnia 2008 r.

11. wzywa Komisję do ściślejszego monitoringu wdrażania dyrektywy 2006/114/WE, szczególnie w tych państwach członkowskich, w których, jak wiadomo, znajdują się siedziby nieuczciwych firm prowadzących katalogi biznesowe, jednak w szczególności w Hiszpanii, gdzie siedzibę ma tego rodzaju firma najczęściej wymieniana przez składających petycję, oraz w Republice Czeskiej i na Słowacji, gdzie sąd wydał orzeczenie niekorzystne dla poszkodowanych w sposób wzbudzający wątpliwości co do wdrożenia dyrektywy 2006/114/WE w tych krajach; wzywa Komisję do przedłożenia Parlamentowi sprawozdania dotyczącego dokonanych ustaleń;

12. z żalem zauważa, że dyrektywa 2005/29/WE nie odnosi się do transakcji między przedsiębiorstwami oraz że państwa członkowskie wydają się niechętnie rozszerzeniu zakresu jej stosowania; odnotowuje jednak, że państwa członkowskie mogą jednostronnie rozszerzyć zakres krajowego prawa konsumenckiego na transakcje między przedsiębiorstwami, oraz aktywnie zachęca je, aby to czyniły, a także do zapewnienia współpracy między organami państw członkowskich, jak przewidziano w rozporządzeniu (WE) nr 2006/2004, w celu umożliwienia śledzenia tego rodzaju działalności transgranicznej prowadzonej przez firmy prowadzące katalogi biznesowe mające siedzibę w UE lub w państwie trzecim; ponadto zwraca się do Komisji o przedstawienie do grudnia 2009 r. sprawozdania w sprawie wykonalności i ewentualnych skutków rozszerzenia zakresu dyrektywy 2005/29/WE, tak aby objęła umowy między przedsiębiorstwami ze szczególnym uwzględnieniem pkt. 21 załącznika I tej dyrektywy;

13. z zadowoleniem przyjmuje przykład Austrii, która wprowadziła do prawa krajowego wyraźny zakaz nieuczciwego prowadzenia katalogów biznesowych, oraz wzywa Komisję, w świetle transgranicznego charakteru tego problemu, do zaproponowania przepisów w celu rozszerzenia zakresu obowiązywania dyrektywy 2005/29/WE, wzorowanej na modelu austriackim, w sposób wyraźnie zakazujący zamieszczania reklam w katalogach biznesowych, chyba że potencjalni klienci są poinformowani jednoznacznie i za pomocą wyrazistych i obrazowych środków, że taka reklama stanowi wyłącznie propozycję zawarcia umowy wiążącej się z opłatami;

14. zauważa, że krajowe przepisy prawne często nie stanowią wystarczającej podstawy do wystąpienia o środki prawne od firm prowadzących katalogi biznesowe, mających siedziby w innych państwach członkowskich, w związku z czym wzywa Komisję do ułatwienia bardziej aktywnej transgranicznej współpracy organów krajowych w celu zapewnienia poszkodowanym skuteczniejszych środków prawnych;

15. z żalem zauważa, że rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 nie ma zastosowania do transakcji między przedsiębiorstwami i nie może zatem dostarczać środków zwalczania wprowadzających w błąd katalogów biznesowych; wzywa Komisję do zaproponowania przepisów mających na celu odpowiednie rozszerzenie zakresu jego stosowania;

16. z zadowoleniem przyjmuje przykład Belgii, gdzie wszyscy poszkodowani w wyniku zwodniczych praktyk mogą wnieść sprawę do sądu w kraju zamieszkania;

17. zauważa, że doświadczenie Austrii pokazuje, iż prawo poszkodowanych do bycia reprezentowanymi przez stowarzyszenia handlowe lub podobne organy przy podejmowaniu zbiorowych kroków prawnych przeciwko firmom prowadzącym katalogi biznesowe wydaje się stanowić skuteczny środek prawny, który mógłby zostać powielony w rozważanych obecnie przez DG COMP Komisji inicjatywach związanych z roszczeniami o odszkodowanie za naruszanie zasad konkurencji WE oraz przez DG SANCO w kontekście roszczeń zbiorowych konsumentów na szczeblu europejskim;

18. wzywa państwa członkowskie do zapewnienia poszkodowanym przez wprowadzającą w błąd reklamę jednoznacznie wskazanego organu krajowego, do którego można wnosić skargi i ubiegać się o środek prawny nawet w przypadkach takich jak tu omawiane, gdy poszkodowane przez wprowadzającą w błąd reklamę są przedsiębiorstwa;

**Wtorek, 16 grudnia 2008 r.**

19. wzywa Komisję do opracowania wytycznych zawierających wzorcowe praktyki, przeznaczonych dla krajowych agencji wykonawczych, które to wytyczne agencje te mogłyby stosować w razie powiadomienia o przypadkach stosowania wprowadzającej w błąd reklamy;
  20. wzywa Komisję do kontynuowania międzynarodowej współpracy z państwami trzecimi i z właściwymi organizacjami międzynarodowymi, aby nieuczciwe firmy prowadzące katalogi biznesowe posiadające siedziby w państwach trzecich nie działały na szkodę przedsiębiorstw posiadających siedziby w Unii Europejskiej;
  21. zobowiązuje swojego Przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji oraz rządowi i parlamentom państw członkowskich.
-