



## Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

20. januar 2021

### Besvarelse af spørgsmål 203 alm. del stillet af udvalget den 23. december 2020 efter ønske fra Anne Honoré Østergaard (V).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

#### Spørgsmål:

De franske myndigheder har anmeldt Wish for at bruge vildledende priser og sælge ulovlige kopivarer, jf. <https://newsbeezer.com/franceeng/the-online-salessite-wish-was-caught-in-the-anti-fraud-raid/>. Wish er meget aktiv i Danmark, hvor varer ofte markedsføres med urealistiske spareudsagn på over 90 pct. og hvor der også sælges varer, som er tydelige kopier. Ville de danske myndigheder på tilsvarende vis kunne gribe ind overfor Wish i henhold til dansk lovgivning?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
em@em.dk  
www.em.dk

#### Svar:

Ja, danske myndigheder kan godt gribe ind over for de platforme, der vildleder forbrugerne. I Danmark er det Forbrugerombudsmanden, der håndhæve reglerne for vildledende markedsføring, og myndighedens indgrebsmuligheder i disse sager, er reguleret ved markedsføringsloven og e-handelsloven, der i vidt omfang er baseret på hhv. direktivet for urimelig handelspraksis og e-handelsdirektivet.

I forhold til spareudsagn gælder det ifølge markedsføringsloven, at prisudsagn hverken må være vildledende i sammenligningen med egne førpriser eller i sammenligningen med andre virksomheders priser. Ifølge markedsføringsloven skal der endvidere udvises *god markedsføringssskik*, og dette indebærer også en vis beskyttelse mod nærgående efterligninger. Det omfatter eksempelvis, at erhvervsdrivende ikke må vildlede forbrugerne på en sådan måde, at der kan skabes forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn.

For at Forbrugerombudsmanden kan gribe ind over for en virksomhed, som handler i strid med markedsføringsloven, og som markedsfører sig via e-handel, er det hovedreglen, at virksomheden skal være dansk etableret eller, at virksomheden skal være etableret uden for EU/EØS og rette sin markedsføring mod det danske marked – det såkaldte virkningsprincip. Er virksomheden etableret i et andet EU/EØS-land, gælder som udgangspunkt det såkaldte afsenderlandsprincip i e-handelsloven, hvorefter virksomheden kun skal følge den offentligtretlige lovgivning i etableringslandet, og det er

som udgangspunkt etableringslandets myndigheder, der har kompetence til at håndhæve lovgivningen over for virksomheden.

Er virksomheden etableret i et andet EU-land, er Forbrugerombudsmanden en del af et fælleseuropæisk håndhævelsesnetværk, der hedder CPC-samarbejdet (Consumer Protection Cooperation). Som led i det samarbejde kan danske myndigheder anmode de udenlandske myndigheder om at bringe en specifik virksomheds overtrædelse af reglerne til ophør.

Derudover er der mulighed for i en konkret sag at fravige afsenderlandsprincippet i e-handelsloven, eksempelvis for at sikre forbrugerbeskyttelsen. Hvis en række betingelser er opfyldt, kan en dansk myndighed herefter selv træffe foranstaltninger over for en virksomhed etableret i et andet EU/EØS-land. Den danske myndighed skal dog først anmode etableringslandet om at gribe ind. Sker dette ikke, skal myndigheden underrette Kommissionen og etableringslandet om den påtænkte foranstaltning, inden den træffes. Det vil altid bero på en konkret vurdering, om afsenderlandsprincippet kan fraviges.

Danske myndigheders muligheder for at gribe ind over for en virksomhed i forhold til brud på blandt andet markedsføringsloven afhænger derfor blandt andet af, hvor virksomheden må anses at være etableret. Her spiller det ind, hvor eksempelvis markedsføringen i en konkret sag udspringer fra. Store internationale koncerner kan ofte være etableret i flere forskellige lande, og det kan medvirke til, at det kræver en nøjere og konkret vurdering for at kunne fastlægge det relevante etableringsland i forhold til en sag.

IP-rettigheider, som fx varemærker og designrettigheder, er private formue-rettigheider. Krænkelser af IP-rettigheider er i vidt omfang underlagt privat påtale, hvilket betyder, at det i høj grad er op til rettighedshaverne selv at håndhæve deres IP-rettigheider over for kopister. Hvordan rettighedshaverne bedst håndhæver deres rettigheder, vil afhænge af den konkrete sag. Ligesom mange andre store handelsplatforme har Wish standardformularer til anmeldelse online af IP-krænkelser. Rettighedshavere kan fx benytte den slags værktøjer til at forsøge at få Wish til at fjerne annoncer for ulovlige kopivarer eller til at få Wish til at lukke for en sælgers adgang til at sælge varer via platformen. Rettighedshaverne kan også vælge at iværksætte håndhævestiltag direkte over for en sælger, som udbyder ulovlige kopivarer til salg på Wish. Hvor farbar den sidste vej er, vil afhænge af omstændighederne i den konkrete sag. På [www.jegvælgerægte.dk](http://www.jegvælgerægte.dk), som drives af 12 myndigheder i fællesskab, er der nogle generelle råd til, hvordan håndhævelse over for kopister kan gribes an.

I nogen sammenhænge har myndighederne også en rolle i relation til håndhævelse af IP-rettigheider. Den strafferetlige håndhævelse over for kopiva-

rer varetages af den særlige IPR-enhed hos Statsadvokaten for Særlig Økonomisk og International Kriminalitet (SØIK), som hører under Justitsministeriet. Jeg skal derfor henvise til Justitsministeren for så vidt angår de strafferetlige håndhævelsesmuligheder over for kopivarer. I relation til de danske toldmyndigheders indgriben over for kopivarer skal jeg henvise til Skatteministeren.

I den sammenhæng vil jeg nævne, at 12 danske myndigheder samarbejder tæt om at bekæmpe kopivarer. Det sker gennem Ministeriernes Netværk mod IPR-krænkelser, som bl.a. tæller Patent- og Varemærkestyrelsen (sekretariat), SØIK, Toldstyrelsen, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Sikkerhedsstyrelsen, Kulturministeriet og Lægemiddelstyrelsen. Netværket driver bl.a. den ovennævnte oplysningshjemmeside [www.jegvælgerægte.dk](http://www.jegvælgerægte.dk), hvor både forbrugere og virksomheder kan få information om bekæmpelse af kopivarer. Netværket samarbejder også om fx håndhævelsesaktioner og fælles forbrugeroplysningskampagner.

Jeg kan afslutningsvist nævne "Hotline om kopivarer", som varetages af Patent- og Varemærkestyrelsen. Hotlinen tilbyder forbrugere og virksomheder information og vejledning om kopivarer, herunder om regler, forebyggende tiltag og håndhævelsesmuligheder.

Med venlig hilsen

Dan Jørgensen