



Transportministeriet

Transportministeren

Transportudvalget
Folketinget

7. juni 2022
2022-3491

Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K

Telefon 41 71 27 00

Transportudvalget har i brev af 24. maj 2022 stillet mig følgende spørgsmål vedrørende B 147 Forslag til folketingsbeslutning om at indføre forbud mod bilreklamer og krav til bilreklamer, som jeg hermed skal besvare. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Kristian Pihl Lorentzen (V).

Spørgsmål nr. 1:

Vil ministeren redegøre for, om beslutningsforslaget er i strid med EU-retten, herunder grundrettighederne i EU-Chartret og bestemmelserne i TEUF om varernes fri bevægelighed (artikel 34-36), den fri etableringsret (artikel 49), tjenesteydelseernes fri bevægelighed (artikel 56) og andre EU-retlige regler og principper? Der henvises bl.a. til direktiv 2005/29/EF, som totalharmoniserer reglerne for virksomheders handelspraksis over for forbrugere, hvorfor de enkelte medlemsstater ikke må indføre strengere regler end direktivet, medmindre området er specifikt undtaget direktivets anvendelsesområde, jf. bl.a. Kommissionens besvarelse af 20. maj 2021 (forespørgslens reference: E-001346/2021), ligesom der henvises til Kammeradvokatens "Notat vedrørende markedsføringslovens § 11 b" af 3. februar 2021 til Erhvervsministeren, som bl.a. beskriver begrænsningerne for national regulering ift. direktiv 2005/29/EF.

Svar:

Jeg har indhentet bidrag fra Erhvervsministeriet i forhold til beslutningsforslagets forenelighed med EU-retten for så vidt angår Traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde (TEUF) og direktiv 2005/29/EF. For så vidt angår spørgsmålets del om EU's Charter om Grundlæggende Rettigheder (Charteret) har jeg indhentet bidrag fra Justitsministeriet.

Erhvervsministeriet bemærker følgende:

"Det bemærkes, at bidraget alene vedrører spørgsmålet om beslutningsforslagets forenelighed med direktiv 2005/29/EF om urimelig handelspraksis og bestemmelserne i TEUF om varernes fri bevægelighed (artikel 34-36), den fri etableringsret (artikel 49) og



tjenesteydelsernes fri bevægelighed (artikel 56). Erhvervsministeriet har ikke foretaget en vurdering af, om de enkelte dele af B 147 er i strid med EU-retten.

Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (herefter direktivet om urimelig handelspraksis) er et totalharmoniseringsdirektiv. Det indebærer, at kravene til markedsføringen inden for direktivets anvendelsesområde - dvs. urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser - er ens i alle medlemsstater, og at medlemsstaterne ikke må indføre strengere eller lempeligere regler end dem, der allerede følger af direktivet.

Begrebet handelspraksis er defineret i direktivets art. 2, litra d, hvoraf det fremgår, at en handelspraksis er en handling, udøvelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovning, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne.

EU-Domstolen har i flere domme¹ slået fast, at direktivet udgør en udtømmende harmonisering af reglerne om virksomhedernes urimelige handelspraksis over for forbrugerne, og at medlemsstaterne derfor ikke, som det udtrykkeligt fastslås i direktivets artikel 4, kan vedtage foranstaltninger, der er mere restriktive end dem, der fremgår af direktivet, ej heller med henblik på at sikre et højere forbrugerbeskyttelsesniveau.

I dommene slog EU-Domstolen fast, at nationale generelle forbud mod former for handelspraksis (i de konkrete sager nationale forbud mod brugen af tilgift og salgsfremmende konkurrencer) er uforenelige med direktivet, herunder artikel 4. Et forbud mod reklamer for biler med høj CO₂ udledning vil derfor som udgangspunkt være i strid med direktivet.

Nationale restriktioner for handelspraksis, der ikke forfølger målet om beskyttelse af forbrugernes økonomiske interesser, men andre mål såsom miljøbeskyttelse, falder uden for anvendelsesområdet for direktivet om urimelig handelspraksis. Direktivet om urimelig handelspraksis indskrænker derfor ikke medlemsstaternes mulighed for ud fra hensyn til forbrugernes sundhed og sikkerhed eller miljøhensyn at fastsætte regler for handelspraksis.

¹ Dommen i de forenede sager C-261/07 og C-299/07 præmis 52, dommen i sag C-304/08, præmis 41 og dommen i sag C-540/08 præmis 3.



Hvis nationale regler for reklame falder uden for anvendelsesområdet for direktiv 2005/29/EF, vil de imidlertid stadig skulle være i overensstemmelse med EU-retten og navnlig med de grundlæggende frihedsrettigheder, der er fastsat i TEUF (herunder artikel 34-36 i TEUF, artikel 49 og 56 i TEUF og artikel 114, stk. 5 og 6, i TEUF), jf. Europa-Kommissionens svar af 30. april 2020 på Europa-Parlamentsspørgsmålet E-8/2020.² Det betyder, at sådanne regler skal være ikke-diskriminerende, begrundet i tvingende almenne hensyn og være proportionale.

Proportionalitetsprincippet indebærer, at der ikke må anvendes mere indgribende foranstaltninger, hvis mindre indgribende foranstaltninger er tilstrækkelige, herunder om de eksisterende bestemmelser, f.eks. produktsikkerheds- eller forbrugerbeskyttelseslovgivning, kan være tilstrækkelige til at nå det tilstræbte mål. Indgrebet skal stå i rimeligt forhold til målet, og foranstaltningen skal også være egnet til at opnå det tilstræbte formål. Hvorvidt forbuddet vil kunne anses for at være proportionalt, afhænger således blandt andet af, hvor store klimagevinster man opnår ved et reklameforbud for biler med høj CO₂ udledning til klima og miljø, og om disse gevinster kunne være opnået på en anden og mindre indgribende måde. De samme vurderinger vil skulle foretages i forhold til forslagens øvrige dele.

I svaret af 30. april 2020 på Europa-Parlamentsspørgsmålet E-8/2020¹ udtalte Europa-Kommissionen, at en national foranstaltnings forenelighed med EF-retten skal vurderes konkret, da den afhænger af den nationale foranstaltnings nøjagtige ordlyd, de fremlagte beviser, dens begrundelse og de mål, den forfølger. Det bemærkes generelt, at det vil kræve yderligere udboring før B 147 kan vurderes i overensstemmelse med ovenstående.”

Justitsministeriet bemærker følgende:

”Efter Justitsministeriets opfattelse vil de forslag, der indgår i beslutningsforslaget, afhængig af den nærmere udformning kunne udgøre indgreb i rettigheder omfattet af EU’s Charter om Grundlæggende Rettigheder (Charteret). Det fremgår bl.a. af Charterets artikel 51, stk. 1, at bestemmelserne i Charteret kun er rettet til medlemsstaterne, når de gennemfører EU-retten. Det følger af EU-Domstolens faste praksis, at dette er tilfældet, hvor medlemsstaterne påberåber sig undtagelser fra f.eks. den primære EU-ret (traktaterne), herunder de frie bevægeligheder i Traktaten om Den

² https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2020-000008-ASW_EN.html



Europæiske Unions Funktionsmåde (TEUF).

Justitsministeriet kan i den forbindelse oplyse følgende:

Det følger af Charterets artikel 11, stk. 1, at enhver har ret til ytringsfrihed. Denne ret omfatter meningsfrihed og frihed til at modtage eller meddele oplysninger eller tanker uden indblanding fra offentlig myndighed og uden hensyn til landegrænser.

Det følger af EU-Domstolens praksis om bestemmelsen, jf. bl.a. dom af 4. maj 2016 i sag C-547/14, *Philip Morris Brands m.fl.*, at bestemmelsen også omfatter rent kommercielle ytringer som f.eks. reklamer. Retten til ytringsfrihed i Charterets artikel 11, stk. 1, svarer til Den Europæiske Menneskerettighedskonventions (EMRK) artikel 10 om retten til ytringsfrihed, jf. Charterets artikel 52, stk. 3, og forklaringerne til Charterets artikel 11. Ytringsfrihedsbeskyttelsen efter Charterets artikel 11, stk. 1, herunder eventuelle begrænsninger i ytringsfriheden, skal således fortolkes i overensstemmelse med EMRK artikel 10, herunder i lyset af retspraksis fra Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol.

Det fremgår desuden af Charterets artikel 16, at friheden til at oprette og drive egen virksomhed anerkendes i overensstemmelse med EU-retten og national lovgivning og praksis. Bestemmelsen omfatter ifølge praksis fra EU-Domstolen bl.a. krav til oplysninger i reklamer.

Nationale markedsføringsregler af den karakter, der foreslås med beslutningsforslaget, vil efter omstændighederne kunne udgøre et indgreb i retten til kommerciel ytringsfrihed og retten til erhvervsfrihed, jf. Charterets artikel 11 og 16. Sådanne begrænsninger skal bedømmes efter Charterets artikel 52, stk. 1, hvoraf det fremgår, at enhver begrænsning i udøvelsen af de rettigheder og friheder, der anerkendes i Charteret, skal være fastlagt i lovgivningen og skal respektere disse rettigheders og friheders væsentligste indhold. Under iagttagelse af proportionalitetsprincippet kan der kun indføres begrænsninger, såfremt disse er nødvendige og faktisk svarer til mål af almen interesse, der er anerkendt af EU, eller et behov for beskyttelse af andres rettigheder og friheder.

Ved vurderingen af de forslag, der fremgår af beslutningsforslaget, vil retten til kommerciel ytringsfrihed og retten til at drive erhverv dermed skulle afvejes over for mål af almen interesse, der er anerkendt af EU, under hensyntagen til proportionalitetsprincippet.”



Side 5/5

Med venlig hilsen

Trine Bramsen

Trine Bramsen