

**Eniro Norge AS**  
**Postboks 6705 Etterstad**

**0609 OSLO**

**Deres ref.**

**Vår ref.**

**Dato:**

**Sak nr:** 08/2540-11

04.05.2009

**Saksbehandler:** Frode Arnesen

**Dir.tlf:** 45 21 21 76

## **Distribusjon av kataloger - mfl. § 2c**

Vi viser til møter og tidligere korrespondanse i saken.

Bakgrunnen for saken har vært henvendelser til Forbrukerombudet, blant annet fra Naturvernforbundet, med påstand om at Eniros katalogprodukter ikke kan fulldistribueres, da katalogene er å regne som uadressert reklame. Det vil som kjent være i strid med mfl. § 2c å distribuere uadressert reklame til personer som klart har tilkjennegitt at de ikke ønsker å motta dette. Vedlagt oversendes også klager som er mottatt siden vårt forrige brev.

Som dere er kjent med trer ny markedsføringslov i kraft 1. juni i år. Reguleringen av distribusjon av uadressert reklame videreføres i ny lov § 17.

### **§ 17. Levering av uadressert reklame og gratis aviser**

*I næringsvirksomhet er det forbudt å levere ut eller å gi en formidler i oppdrag å levere ut uadressert reklame eller gratis aviser til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de motsetter seg dette. En formidler er likevel ikke ansvarlig for leveringen hvis formidleren har fått opplyst, og har grunn til å anta, at det som leveres ut, ikke er reklame eller gratisavis.<sup>1</sup>*

*Innstikk i aviser og andre trykksaker, som er omfattet av redaktøransvaret, anses ikke som uadressert reklame eller gratisavis<sup>1</sup> etter denne bestemmelsen.*

Denne saken omfatter fire ulike katalogprodukt, henholdsvis Telefonkatalogen, Gule Sider, Din Bydel og Ditt Distrikt. Ved vurderingen av hvorvidt katalogene er å regne som uadressert reklame har Forbrukerombudet vurdert hvert katalogprodukt for seg.

### **Telefonkatalogen**

Forbrukerombudet legger på bakgrunn av Samferdselsdepartementets endring av leveringsplikt for telefonkatalogen, samt det som har fremkommet i møte med Eniro, til grunn at Telefonkatalogen for fremtiden vil underlegges en form for bestillingsordning.

Slik vi tolker dette vil katalogen for fremtiden kun distribueres til forbrukere som har bestilt denne, eller på annen måte gitt uttrykk for at de ønsker å motta den. Det vil derfor ikke bli aktuelt å distribuere katalogen til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de ikke ønsker uadressert reklame, med mindre de aktivt har bedt om å få Telefonkatalogen. Vi finner derfor ikke grunn til å gå inn på spørsmålet om dette er en katalog som rammes av mfl. § 2c eller ny markedsføringslov § 17.

### **Gule Sider**

Forbrukerombudet har tidligere gitt uttrykk for at vi vurderer Gule Sider som uadressert reklame. Bakgrunnen for dette er at en katalog som samler informasjon om ulike næringsdrivendes varer og tjenester, samt kontaktinformasjon til disse, normalt vil være å regne som reklame. Innslag av betalte annonser i katalogen taler også for å regne slike kataloger for reklame. Vi har ikke kunnet se at det er forhold som taler for å fravike dette utgangspunktet når det gjelder Gule Sider. Som et utgangspunkt vil det heller ikke være relevant å se hen til om publikasjonen er mer eller mindre ønsket av mottakerne ved vurderingen av om noe er å regne som uadressert reklame.

Ettersom Eniro, slik vi har oppfattet det, ikke bestrider at Gule Sider er å regne som uadressert reklame, går vi ikke nærmere inn på dette spørsmålet.

Forbrukerombudet fastholder med dette at katalogen Gule Sider omfattes av forbudet i mfl. § 2c mot å levere uadressert reklame til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de motsetter seg dette.

### **Din Bydel**

Publikasjoner som utgis i næringsvirksomhet og som inneholder annonser for næringsdrivende vil som utgangspunkt regnes som reklame og ikke som informasjon i relasjon til mfl. § 2c. Det er imidlertid intet absolutt kriterium at en publikasjon ikke inneholder noen form for reklame eller annonser for at den skal kunne defineres som informasjon. Din Bydel inneholder etter Forbrukerombudets vurdering en så stor andel informasjon at publikasjonen ikke blir å regne som reklame. Det er ikke bare den kvantitativt store andelen informasjon vi har lagt vekt på i denne sammenheng, men også at informasjonen er av en slik karakter som nettopp er tenkt unntatt fra reklamebegrepet i mfl. § 2c. I denne retning trekker også at publikasjonen utgis i samarbeid med Oslo kommune som neppe kan sies å opptre i næringsvirksomhet.

Vi finner også grunn til å presisere at vår vurdering bygger på enkelte utgaver av Din Bydel fra 2008. Fremtidige endringer i utformingen av Din Bydel kan føre til at katalogen må vurderes annerledes og at konklusjonen kan bli en annen enn i dag.

### **Ditt Distrikt**

Publikasjonen Ditt Distrikt fremstår etter Forbrukerombudets vurdering som en mellomting mellom Telefonkatalogen, Gule Sider og Din Bydel.

Ditt Distrikt består av hvite sider inneholdende en alfabetisk opplisting av nummer til privatpersoner, bedrifter og offentlige virksomheter. Videre følger en bransjeordnet

oversikt over næringsdrivende (de gule sidene) og kart over nærområdet. I tillegg til dette inneholder Ditt Distrikt informasjon om nærområdet, hovedsakelig kontaktinformasjon til offentlige og humanitære organisasjoner. Publikasjonen er følgelig sammensatt av stoff som er å regne som informasjon (kart og kommunal informasjon), reklame (rene annonser, samt de gule sidene) og et telefonregister.

Som nevnt over vil publikasjoner som utgis i næringsvirksomhet og som inneholder annonser for næringsdrivende som utgangspunkt regnes som reklame og ikke som informasjon i relasjon til mfl. § 2c. I likhet med din Bydel skiller også Ditt Distrikt seg på mange flere måter fra alminnelige reklamepublikasjoner. Reklamen i katalogen utgjøres, med unntak av enkelte rene annonser, av de gule sidene. Resten av katalogen blir å regne som informasjon i relasjon til mfl. § 2c. Forbrukerombudet er etter en samlet vurdering av 13 ulike utgaver av katalogen kommet til at Ditt Distrikt ikke omfattes av mfl. § 2c eller ny markedsføringslov § 17. I denne vurderingen er det også lagt noe vekt på at katalogen i innhold og utforming skiller seg betraktelig fra tradisjonell uadressert reklame, noe som gjør det lite hensiktsmessig at katalogen og vanlig reklame underlegges den samme reservasjonsordningen.

Forbrukerombudet finner på tross av vår konklusjon likevel grunn til å understreke at publikasjonen må sies å berøre yttergrensene for hva som kan regnes som informasjon i henhold til mfl. § 2c. Som for Din Bydel vil vi derfor understreke at konklusjonen kan bli en annen dersom katalogens innhold og utforming endres i retning av et reklameprodukt.

### **Sammendrag/Konklusjon**

Forbrukerombudet er etter mfl. § 2c og ny mfl. § 17 kommet til at Gule Sider er å regne som uadressert reklame, mens Ditt Distrikt og Din Bydel faller utenfor bestemmelsen da disse er å regne som "informasjon".

Som utgangspunkt vurderer Forbrukerombudet det som den mest forbrukervennlige løsning at samtlige katalogprodukter underlegges en form for bestillingsordning eller samtykkebasert distribusjon. Alt etter hvordan dette praktisk løses for Telefonkatalogen kan vi ikke se at det fra forbrukernes ståsted er ønskelig med en annen løsning for de øvrige katalogproduktene enn det som nå er valgt for Telefonkatalogen. Det fremstår som lite hensiktsmessig å fulldistribuere et katalogprodukt som flertallet av norske forbrukere ikke bruker og heller ikke ville bestilt, se vedlagte spørreundersøkelse gjennomført for Naturvernforbundet Hordaland. Dette understrekes også av at undersøkelsen viser at det er færre som ville bestilt Ditt Distrikt enn som ville bestilt Telefonkatalogen, som nå underlegges en bestillingsordning.

Valg av distribusjonsform vil imidlertid være et valg som Eniro selv må ta innenfor rammene i mfl. § 2c og ny mfl. § 17.

Forbrukerombudets tilsyn vil i så måte være begrenset til at Gule Sider ikke distribueres til forbrukere som klart har tilkjennegitt at de ikke ønsker "uadressert reklame".

På denne bakgrunn ber vi om en bekreftelse på at Gule Sider, fra tidspunktet for omlegging av distribusjon av Telefonkatalogen, ikke vil bli fulldistribuert, slik at

forbrukere som klart har tilkjennegitt at de ikke ønsker "uadressert reklame" ikke lenger vi motta denne katalogen. Vi ber også om en kort oppdatering på status vedrørende den varslede omleggingen av distribusjon av Telefonkatalogen.

Dersom dere har spørsmål knyttet til omlegging av distribusjonsrutinene eller i forbindelse med etablering av bestillingsordning for kataloger er dere velkommen til å ta kontakt med saksbehandler.

Deres svar i saken imøteses snarest og **senest innen 27.05.2009**.

Med vennlig hilsen  
for Forbrukerombudet

Frode Elton Haug  
seksjonssjef

Vedlegg  
Gjenpart: Sendes per e-post til klagere i saken