

**Avizul Comitetului Economic și Social European privind Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor — Protejarea întreprinderilor împotriva practicilor de comercializare înșelătoare și asigurarea unei respectări efective a normelor — Revizuirea Directivei 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă**

COM(2012) 702 final

(2013/C 271/11)

Raportor: **dl Jorge PEGADO LIZ**

La 19 februarie 2013, în conformitate cu articolul 304 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE), Comisia a hotărât să consulte Comitetul Economic și Social European cu privire la

*Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor – Protejarea întreprinderilor împotriva practicilor de comercializare înșelătoare și asigurarea unei respectări efective a normelor – Revizuirea Directivei 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă*

COM(2012) 702 final.

Secțiunea pentru piața unică, producție și consum, însărcinată cu pregătirea lucrărilor Comitetului pe această temă, și-a adoptat avizul la 29 aprilie 2013.

În cea de-a 490-a sesiunea plenară din 22 și 23 mai 2013 (ședința din 22 mai), Comitetul Economic și Social European a adoptat prezentul aviz cu 129 de voturi pentru și 8 abțineri:

## 1. Concluzii și recomandări

1.1 CESE salută prezenta comunicare și obiectivele acesteia, considerând că ele merită să facă obiectul unei atenții și reflecții deosebite.

1.2 CESE sprijină eforturile Comisiei în direcția unei reglementări mai severe, care să interzică efectiv și să sancționeze în mod exemplar și disuasiv anumite practici agresive de vânzare ale societăților editoare de anuare profesionale.

1.3 Dat fiind că devine urgent să se adopte imediat o poziție pe această temă și având în vedere considerentele privind importanța și gravitatea practicilor menționate din punct de vedere economic la nivel european, CESE este de acord ca Comisia să prezinte imediat o propunere legislativă care să se concentreze exclusiv asupra acestui subiect, bazată pe un studiu de impact.

1.4 În acest scop, CESE consideră că ar trebui să se adopte un regulament-cadru care să fie dezvoltat eventual prin intermediul actelor delegate, garantându-se astfel o aplicare mai uniformă și mai eficientă la nivelul statelor membre.

1.5 Având în vedere natura subiectului, CESE consideră că temeiul juridic adecvat nu trebuie să se limiteze la prevederile tratatului care urmăresc realizarea pieței interne, chiar dacă le include și pe acestea, și că domeniul de aplicare în acest caz nu poate fi limitat numai la tranzacțiile transfrontaliere.

1.6 Pe de altă parte, CESE atrage atenția asupra necesității de a lua în considerare caracterul transeuropean al multora dintre aceste practici, ce impune o acțiune coordonată la nivel internațional.

1.7 Cu toate acestea, CESE consideră că cea mai bună modalitate de a atinge obiectivul unei reglementări coerente și armonizate care să interzică practicile de comercializare înșelătoare ar fi revizuirea combinată a directivelor 2006/114/CE și 2005/29/CE, care să abordeze simultan relațiile B2B și B2C, menținând specificitățile fiecărui tip de relație în cadrul unui model comun, și solicită Comisiei să lanseze cât de curând elaborarea acestuia din urmă.

1.8 CESE încurajează Comisia să elaboreze și să pună în aplicare măsuri complementare vizând îmbunătățirea informării și difuzării, a cooperării între autoritățile administrative, platformele de tip public-privat și organizațiile reprezentative ale părților interesate și a mecanismelor de reacție rapidă, pentru a curma aceste practici și a acorda despăgubiri pentru prejudiciile astfel cauzate, în special prin crearea în cel mai scurt timp posibil a unui sistem judiciar european pentru acțiunile colective, anunțat în urmă cu peste 30 de ani și ulterior amânat sistematic.

1.9 CESE își exprimă disponibilitatea de a participa, prin membrii săi, la viitoarele lucrări pe această temă, la care consideră că poate contribui cu experiența membrilor săi specializați în acest domeniu care reprezintă societatea civilă organizată, proveniți din cele trei grupuri ale Comitetului.

## 2. Contextul și aspectele socioeconomice ale propunerii

2.1 În domeniul comunicărilor comerciale dintre întreprinderi, există norme fundamentale a căror respectare este absolut necesară pentru a se evita denaturarea concurenței și pentru ca piața să poată funcționa. Iar dacă aceste norme nu sunt respectate din proprie inițiativă, atunci ele trebuie să devină obligatorii și să fie puse în aplicare.

2.2 Prin această comunicare, Comisia a prezentat o serie de măsuri în scopul combaterii anumitor practici de comercializare înșelătoare ale agențiilor de publicitate, mai precis ale celor care provin din rândul societăților editoare de anuare profesionale.

2.3 Obiectivul constă în asigurarea unei mai bune protecții a întreprinderilor, în special a IMM-urilor, față de practica societăților editoare de anuare profesionale de a trimite întreprinderilor cereri nedorite și nesolicitate de a completa sau de a-și actualiza coordonatele într-un anuar profesional, aparent în mod gratuit, dar cu perceperea ulterioară a unor taxe anuale care nu au fost nici negociate, nici acceptate în prealabil.

2.4 Comisia, în urma unei consultări publice, și-a anunțat intenția de a consolida Directiva 2006/114/CE privind publicitatea înșelătoare și comparativă, interzicând în mod explicit practici precum disimularea intenției de ordin comercial a unei comunicări de marketing și, totodată, de a consolida aplicarea normelor în situațiile transfrontaliere.

2.5 Potrivit comunicării, la acestea se adaugă:

- a) inexistența unor campanii adecvate de informare referitoare la aceste practici;
- b) lipsa informațiilor cu privire la mecanismele adecvate de soluționare a litigiilor, acestea fiind relativ ineficace, îndelungate și costisitoare și neputând garanta o despăgubire corespunzătoare și la timp pentru prejudiciile suferite;
- c) absența unei rețele centralizate de cooperare între autoritățile administrative, care să monitorizeze plângerile comercianților.

2.6 Comisia estimează că prejudiciul financiar cauzat de astfel de acțiuni se situează între 1 000 și 5 000 EUR pe an pentru fiecare societate afectată.

## 3. Observații cu privire la conținutul comunicării

### 3.1 Aspecte de fond

3.1.1 Așa cum a afirmat într-un aviz anterior, CESE recunoaște că comunicările comerciale în general și publicitatea în special, în toate formele lor, joacă un rol important pe plan

social și economic, bine rezumat de *International Advertising Association* (IAA), care subliniază în special rolul de diseminare a inovării, de încurajare a creativității și a divertismentului, de stimulare a concurenței și de extindere a posibilităților de alegere <sup>(1)</sup>.

3.1.1.1 Cu toate acestea, chiar dacă este evident că unele agenții de publicitate săvârșesc abuzuri prin modul în care își prezintă produsele și caută să-și atragă clienții, ar fi important ca Comisia să sublinieze că, deși multe dintre plângerile referitoare la practici înșelătoare se dovedesc a fi asociate cu întreprinderi din acest sector, aceasta nu înseamnă, chiar și în cazul aparte al anuarelor, că această activitate nu este legitimă și esențială pentru viața economică a întreprinderilor care recurg la ea pentru a face publicitate propriei activități.

3.1.2 CESE recunoaște pertinenta și caracterul oportun al acestei comunicări a Comisiei, chiar dacă ea se concentrează în special asupra problemelor care decurg din atragerea clienților de către societățile editoare de anuare profesionale.

3.1.3 CESE notează că Comisia are dreptate să sublinieze natura transfrontalieră a acestei probleme și să-și propună să garanteze nu numai o reglementare adecvată, ci și o punere în aplicare eficientă a acesteia și posibilitatea ca practicile să fie monitorizate, controlate și sancționate efectiv.

3.1.4 Regretă că comunicarea nu a fost precedată de un veritabil studiu de impact. Astfel s-ar fi putut justifica în mod mai convingător opțiunile propuse, ale căror costuri și beneficii nu sunt, de altfel, clar identificate și evaluate.

3.1.4.1 De altfel, impresia noastră este că studiul de impact anunțat de Comisie în ședința sa cu părțile interesate din 1 martie 2013 sosește prea târziu și că nu va fi suficient de convingător (chiar dacă încă nu i se cunoaște amploarea și conținutul) pentru a permite alegerea unei opțiuni în cunoștință de cauză.

3.1.5 Adaugă că, nu numai din punctul de vedere strict al interpretărilor juridice, ci și din perspectiva unei eficiențe sporite și a unei protecții reale a întreprinderilor, CESE se îndoiește că subiectul care constituie principala sursă de preocupare pentru Comisie poate fi încadrat în mod corect în domeniul de aplicare al directivei a cărei revizuire este propusă.

3.1.5.1 De fapt, practica analizată constituie o comunicare comercială în sens larg, și ca atare nu este o activitate de publicitate, ci mai degrabă reprezintă o practică agresivă și frauduloasă de vânzare, care se plasează într-un context mai larg de practici de comercializare neloiale sau abuzive, putând reprezenta chiar cazuri penale.

<sup>(1)</sup> JO C 351, 15.11.2012, p. 6.

3.1.5.2 Într-adevăr, conceptul de publicitate exclude din domeniul său de aplicare orice tip de comunicare în care nu există sau nu se presupune scopul de a promova anumite bunuri sau servicii și chiar și comunicările din cadrul unei relații comerciale care nu urmăresc furnizarea de noi bunuri sau servicii.

3.1.5.3 La rândul său, în lumina prevederilor Directivei 2005/29/CE, practica înșelătoare este definită ca o practică comercială neloială în cazul în care conține informații false și, în consecință, este mincinoasă sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informația este corectă în fapt, cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente și, în oricare dintre situații, determină sau poate determina o decizie comercială pe care consumatorul nu ar fi luat-o în altă situație. Cu alte cuvinte, definiția practicii înșelătoare nu se limitează la promovarea produselor, putând fi extinsă la situații din care nu reiese scopul de a promova un produs sau la comunicări care au loc în cadrul unei relații comerciale.

3.1.6 Pe de altă parte, în Cartea verde privind practicile comerciale neloiale din cadrul lanțului de aprovizionare între întreprinderi cu produse alimentare și nealimentare în Europa<sup>(2)</sup>, Comisia lansează, pe bună dreptate, un avertisment cu privire la riscul de conflict și suprapunere între o serie de acțiuni comunitare, adresate acelorași destinatari și cu regimuri asemănătoare, însă necoordonate, ceea ce generează o confuzie și mai mare în rândul statelor membre<sup>(3)</sup> în ceea ce privește transpunerea actelor juridice.

3.1.7 CESE regretă că Comisia Europeană nu a pus în discuție până acum diferitele opțiuni posibile și că nici măcar nu le-a inclus în consultarea publică, preferând în schimb alegerea unei opțiuni care s-ar putea dovedi mai puțin avantajoasă pentru întreprinderi, în special pentru IMM-uri. Dat fiind că Comisia pare să fi hotărât deja care va fi opțiunea sa din octombrie, așa cum a și anunțat, prezentarea unui studiu de impact cu 5 opțiuni devine relativ inutilă, în condițiile în care alegerea s-a făcut încă din start.

3.1.8 Ținând seama de faptul că devine urgent să se adopte imediat o poziție cu privire la problema centrală a anualelor – deja exprimată de altfel în studiile și rezoluțiile anterioare ale Parlamentului European – precum și considerentele privind importanța și gravitatea practicilor menționate din punct de vedere economic la nivel european<sup>(4)</sup>, CESE acceptă ca Comisia să prezinte imediat o propunere legislativă care să se concentreze exclusiv asupra acestei teme, cu scopul specific de a

preveni cazurile în care întreprinderile sunt asaltate în permanență cu amenințări de acțiuni în justiție într-o jurisdicție străină, care implică „costuri administrative” tot mai mari, și cu telefoane repetate din partea societăților de recuperare a creanțelor, care iau ele însele aproape forma unor amenințări.

3.1.8.1 De altfel, nu numai IMM-urile, ci și membrii profesiilor liberale, organizațiile neguvernamentale, bibliotecile, instituțiile de învățământ private și chiar și anumite servicii din cadrul administrației publice care au fost victimele unor astfel de practici, ar trebui eventual să fie cuprinși în domeniul de aplicare, extinzându-se conceptul de „comerciant”, astfel încât să îi includă pe toți cei care pot fi victimele acestor practici și care nu sunt protejați prin alte instrumente legislative.

3.1.9 Cu toate acestea, CESE consideră că cea mai coerentă abordare ar fi fost extinderea sensului conceptelor de practici comerciale neloiale la acțiunile înșelătoare și agresive, precum și a listei negre din cadrul Directivei 2005/29/CE, la relațiile dintre întreprinderi.

3.1.10 Extinderea domeniului de aplicare al acestei directive ar avea și un alt efect pozitiv, asigurând o mai bună armonizare. Astfel s-ar evita situațiile în care statele membre sunt obligate să adopte noi reglementări sau acte juridice pentru a transpune directiva, ele putându-se limita doar la extinderea domeniului de aplicare al actelor interne deja existente referitoare la practicile de comercializare neloiale, ceea ce ar garanta aplicarea corectă a legislației UE<sup>(5)</sup>.

3.1.11 Pe de altă parte, simpla modificare a Directivei 2006/114/CE, în forma ambiguă propusă de Comisie, nu va garanta protecția IMM-urilor în situațiile menționate în comunicare. Pe lângă faptul că reprezintă acțiuni agresive și nu înșelătoare, în sensul Directivei 2005/29/CE, aceste practici decurg dintr-o relație comercială stabilită anterior și prin urmare, nu pot intra în categoria publicității.

3.1.12 În acest sens și fără a aduce atingere considerentelor de la punctul 3.1.8, CESE pledează pentru ca, în viitorul apropiat, Comisia să ia în considerare recurgerea la o abordare orizontală, promovând o mai mare coerență a normelor în materie de drept al concurenței sau al proprietății intelectuale și industriale, care să garanteze o protecție uniformă a tuturor practicilor de comercializare, atât pe piața vânzării cu amănuntul, cât și în general, în relațiile contractuale dintre comercianți, în acord cu Rezoluția Parlamentului European privind o piață comercială cu amănuntul mai eficientă și mai echitabilă.

<sup>(2)</sup> COM(2013) 37 final.

<sup>(3)</sup> Amintim, printre altele, problemele apărute în legătură cu transpunerea Directivei 2005/29/CE, recunoscute de Parlamentul European [A se vedea *State of play of the Implementation of the provisions on advertising in the unfair commercial practices legislation* (Bilanțul implementării prevederilor privind publicitatea din legislația privind practicile comerciale neloiale), IP/A/IMCO/ST/2010-04, PE 440.288].

<sup>(4)</sup> A se vedea datele furnizate de platforma olandeză Fraude Helpdesk.nl.

<sup>(5)</sup> De altfel, Parlamentul European, în Rezoluția sa privind practicile de comercializare neloiale și publicitatea înșelătoare, menționa deja că constatare cu îngrijorare că diverse state membre fracționaseră lista neagră prevăzută la anexa 1 a Directivei 2005/29/CE în momentul transunerii acesteia, ceea ce generat o și mai mare confuzie în rândul consumatorilor și al întreprinderilor.

3.1.13 În consecință, subliniază necesitatea unei mai bune coordonări între DG JUST, DG COMP, DG MARKT și DG ENTR în cadrul acțiunilor de întreprins în acest domeniu și al viitoarelor propuneri politice și legislative, ca urmare a priorităților politice stabilite în *Small Business Act*.

3.1.14 Fără a aduce atingere celor afirmate anterior și în cazul în care Comisia ar alege o altă opțiune, CESE subliniază necesitatea ca noțiunea de practici de comercializare „cele mai dăunătoare” să fie definită în mod concret, iar conținutul acestei noțiuni să fie bine precizat, pentru a se putea înțelege care sunt acele practici de comercializare care, în opinia sa, merită să facă obiectul unei protecții sporite în raport cu celelalte.

3.1.15 În mod similar, CESE ar dori ca Comisia să prezinte deja precizări referitoare la ansamblul situațiilor care se cer incluse pe „lista neagră”, cu existența căreia este întru totul de acord, cu condiția ca descrierea practicilor care trebuie să fie considerate ilegale în mod indiscutabil să fie cât mai precisă și mai exhaustivă cu putință. În acest sens, Comisia dispune de suficient material în răspunsurile primite în cadrul consultării și în intervențiile părților interesate participante la ședința din 1 martie 2013 <sup>(6)</sup>.

3.1.16 De asemenea, CESE ar dori și în acest caz ca Comisia să evalueze oportunitatea elaborării unei „liste gri” a practicilor care ar urma să fie considerate ilegale în anumite condiții concrete – de stabilit, de la caz la caz, prin intervenția unei instanțe judecătorești.

<sup>(6)</sup> Ca exemple, cităm următoarele:

- practici constipate în cadrul tranzacțiilor online în care informațiile cu privire la tranzacție nu sunt furnizate la fel tuturor părților interesate, ducând la discriminarea unora dintre ele;
- practici constatate în contextul licitațiilor și vânzărilor online (eBay). A devenit evident că, în aceste contexte, înregistrarea ca consumator este uneori mai avantajoasă, deoarece astfel se poate beneficia de un ansamblu mai mare de garanții;
- practici care implică prezentarea unor produse certificate care nu dispun de fapt de nicio acreditare;
- practici în care întreprinderile pretind că țin de o autoritate publică, obligând clientul să se aboneze la un anumit serviciu sau să achiziționeze un anumit produs, în vederea unei presupuse conformări la normele fiscale sau la cele din domeniul siguranței;
- practici care implică achiziționarea de bunuri pe piețe transfrontaliere, cumpărătorul fiind însă informat ulterior că prestarea de servicii post-vânzare nu va putea fi asigurată decât în țara din care provine produsul;
- practici care implică crearea de site-uri web comparative care urmăresc în principal să-l determine pe client să achiziționeze un anumit produs, prezentându-i-l ca fiind cel mai adecvat în raport cu profilul său comercial. În realitate, în cazul unora dintre aceste instrumente comparative, în special în sectorul financiar, nu există nicio informație cu privire la natura site-ului și la modul său de finanțare;
- practici de publicitate „ascunsă” în context digital, în special prin intermediul răspunsurilor publicate pe rețelele sociale, de către consumatori/întreprinderi (în general, colaboratori ai întreprinderii, plătiți de ea), pentru ca clienții să recurgă la entitatea în cauză;
- practici care urmăresc utilizarea unor teste comparative, atunci când acestea nu mai sunt, de fapt, actualizate sau chiar nu există;
- practici care implică consimțământul implicit al clientului la achiziționarea unui anumit produs sau la abonarea la un anumit serviciu.

3.1.17 Totodată, CESE este de părere că, dincolo de simpla întocmire de liste, va fi necesară consolidarea și clarificarea noțiunilor de publicitate înșelătoare sau de publicitate comparativă ilegală, astfel încât să se ajungă la o abordare sistematică, într-un cadru juridic amplu, garantându-se includerea noilor practici neloiale în legislația revizuită.

3.1.18 În pofida celor afirmate la punctul 3.1.8, CESE este de părere că cadrul juridic al Directivei 2005/29/CE trebuie extins, la momentul oportun, în special în ceea ce privește pledoaria pentru echivalența sau extinderea protecției existente pentru consumatori la anumite micro-întreprinderi și întreprinderi mici, în condiții care trebuie definite în mod precis și riguros, în cazul în care situația lor este comparabilă cu cea a consumatorilor, așa cum s-a întâmplat deja în ordinea juridică a anumitor state membre și cum revendică, pe bună dreptate, asociațiile și organizațiile reprezentative ale acestor întreprinderi <sup>(7)</sup>.

3.1.19 De fapt, CESE consideră că ne aflăm în fața a două aspecte ale aceleiași realități comune și că ar fi foarte avantajos ca revizuirea Directivei 2005/29/CE să se facă simultan și în paralel cu revizuirea Directivei 2006/114/CE, care face obiectul avizului – dat fiind că aceste două directive sunt interconectate și complementare <sup>(8)</sup> – și să aibă ca bază recenta evaluare a celei dintâi <sup>(9)</sup>.

3.1.20 Natura acestor practici și modul în care acționează întreprinderile care săvârșesc abuzurile demonstrează necesitatea unui mecanism judiciar de acțiune colectivă capabil să asigure un răspuns eficace și o protecție sporită a comercianților în ceea ce privește rezolvarea litigiilor care ar putea apărea, nu numai pentru a curma aceste practici <sup>(10)</sup>, ci și pentru a garanta o despăgubire corespunzătoare pentru prejudiciile astfel cauzate.

## 3.2 Aspecte legate de formă

3.2.1 CESE consideră că Comisia ar trebui deja să clarifice care este temeiul juridic pe care dorește să fundamenteze măsurile de luat și să precizeze dacă ele contribuie numai la realizarea pieței interne sau au și alte scopuri.

3.2.2 În mod similar, CESE este de părere că instrumentul juridic cel mai adecvat în acest scop este regulamentul, care garantează o mai mare securitate juridică și o armonizare mai eficientă.

<sup>(7)</sup> Aceasta corespunde opțiunii 5 din evaluarea impactului în curs de elaborare.

<sup>(8)</sup> De menționat faptul că Austria este un exemplu de asigurare a compatibilității între Directiva 2006/114/CE și Directiva 2005/29/CE, dat fiind că, în momentul transpunerii, a înlocuit termenul de „consumator” cu expresia „cei vizați de practica comercială”, garantând în mod clar că normele Directivei 2005/29/CE se aplică relațiilor dintre comercianți (a se vedea IP/A/IMCO/ST/2010-04, PE 440.288, menționat anterior la nota de subsol nr.3).

<sup>(9)</sup> COM(2013) 138 final din 14.3.2013.

<sup>(10)</sup> Din acest motiv, este indispensabil ca viitorul instrument legislativ să fie adăugat pe lista care figurează în anexa I la Directiva 2009/22/CE.

#### 4. Analiza metodologiei

4.1 În ceea ce privește calendarul propus, CESE salută etapele definite de Comisie, respectiv crearea imediată a unei rețele de autorități, pentru a îmbunătăți aplicarea Directivei privind publicitatea înșelătoare și comparativă și pentru a face schimb de informații.

4.2 De asemenea, salută crearea unei proceduri de cooperare în materie de asigurare a respectării legislației, similară celei prevăzute de Regulamentul nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului, introducându-se astfel, fie obligația de asistență reciprocă între statele membre în acest domeniu, fie măsuri de identificare a autorităților competente cu asigurarea respectării legislației, fără a aduce atingere posibilității de a opta pentru platforme de tip public-privat, după exemplul Țărilor de Jos, sau deschiderii către cooperarea cu organizațiile reprezentative ale părților interesate.

4.3 Astfel, CESE propune ca, după modelul existent în domeniul protecției consumatorului<sup>(1)</sup> și al soluționării litigiilor, să se creeze o rețea europeană de sprijinire a IMM-urilor în soluționarea litigiilor transfrontaliere, astfel încât întreprinderile care au căzut victime ale practicilor frauduloase să fie călăuzite către mecanismele juridice cele mai adecvate.

4.4 De asemenea, consideră că trebuie organizate acțiuni de formare și informare, precum și schimburi de bune practici, pentru toate întreprinderile, cu scopul de a le avertiza cu privire la pericolele inerente.

4.5 Pe de altă parte, dat fiind faptul că majoritatea practicilor înșelătoare au loc într-un context digital, CESE consideră necesar să se promoveze o abordare mai fermă și mai adecvată a protecției IMM-urilor, luându-se în considerare practicile adoptate de furnizorii intermediari de internet și relațiile contractuale care iau naștere în cadrul platformelor de tipul eBay sau a platformelor create în mod specific în scopul efectuării de tranzacții comerciale între comercianți.

4.6 Aduagă că Comisia va trebui să țină seama de dimensiunea internațională a acestor practici în cadrul reprezentării sale pe lângă OCDE<sup>(12)</sup>. UE și statele membre sunt încurajate să discute cu OCDE extinderea „Orientărilor privind protecția consumatorilor în raport cu practicile comerciale transfrontaliere frauduloase”, pentru a include și relațiile B2B.

CESE propune ca Europol să lanseze un proiect de cercetare referitor la fraudă prin intermediul marketingului de masă la nivelul UE, prin care să se stabilească amploarea daunelor financiare și numărul victimelor, ca și rolul principalilor protagoniști transfrontalieri și posibila investire a profiturilor în alte activități sau societăți ilegale.

4.7 În final, CESE atrage atenția asupra necesității ca Comisia să prevadă bugetul indispensabil pentru concretizarea măsurilor propuse.

4.8 În ceea ce privește lucrările viitoare, CESE dorește să-și manifeste în mod explicit disponibilitatea de a participa, prin reprezentanții săi, la lucrările menționate, cadru în care consideră că poate contribui cu experiența membrilor săi specializați în acest domeniu, care reprezintă societatea civilă organizată, proveniți din cele trei grupuri ale Comitetului.

Bruxelles, 22 mai 2013

Președintele  
Comitetului Economic și Social European  
Henri MALOSSE

<sup>(1)</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/contact\\_ro.htm](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/contact_ro.htm)

<sup>(12)</sup> Dimensiunea internațională este ilustrată de Grupul de lucru internațional privind fraudă prin intermediul marketingului de masă (*International Mass-Marketing Fraud Working Group – IMMFWG*), o rețea independentă, formată din autorități de aplicare a legii, autorități de reglementare și organisme de protecție a consumatorilor din 7 țări (Australia, Belgia, Canada, Țările de Jos, Nigeria, Regatul Unit și SUA), precum și din Europol. Scopul acestei rețele este de a facilita schimbul multinațional de informații și date protejate, coordonarea operațiunilor transfrontaliere care au ca scop detectarea și neutralizarea activităților de fraudă prin intermediul marketingului de masă și arestarea făptașilor, precum și creșterea gradului de sensibilizare a publicului, alături de măsuri de informare a acestuia cu privire la mecanismele internaționale de fraudă prin intermediul marketingului de masă. A se vedea „*Mass-marketing fraud: a threat assessment*”, IMMFWG, iunie 2010.