

ZAVAJAJOČI POSLOVNI IMENIKI – OPOZORILO ZA POSLOVNE SUBJEKTE

Ste prejeli naročilnico za **BREZPLAČNO OBJAVO** vašega podjetja v poslovnem imeniku enega izmed naslednjih podjetij:

- **EUCO DATA**
- **European City Guide**
- **Intercable Verlag**
- **Construct Data Verlag**
- **Expo Guide Mehika**
- **Euro Bussines Guide**
- **World Bussines Guide**
- **itd.?**

V tem primeru niste edini.

Problematika, ki ste jo opisali, je v Evropi že dolgo in množično prisotna. Gre za zavajajoče oglaševanje s strani poslovnih imenikov, ki izkoriščajo premajhno stopnjo skrbnosti podjetij pri podpisovanju dokumentov iz tujine. Podjetja podpišejo prijavne obrazce misleč, da gre za brezplačno storitev, *ki jim lahko pomaga pri nastopu na evropskih trgih*, vendar zelo redko preberejo drobni tisk, kjer je navedeno, da se ob podpisu zavezujejo k triletni, štiriletni ali petletni sklenitvi pogodbe in plačilu letnega prispevka v določenem znesku.

Kaj storiti v primeru, da ste podpisali takšen obrazec?

V primerih zavajajočega oglaševanja izdajatelja navedenega imenika pogodba sploh ne nastane, saj ni skladnosti volj obeh strank za sklenitev pravnega posla in potemtakem do soglasja, kot temeljne predpostavke za veljavnost pravnega posla, ne pride. V teh primerih ni soglasja niti o naravi pogodbe, niti o njeni podlagi oziroma predmetu. Iz navedenih razlogov, podpis in žig naslovnika ne pomenita tudi soglasja zavedenega podjetja k naročilu plačljive objave njegovih podatkov v poslovnem imeniku.

V zvezi z zgoraj navedenim načelnim stališčem velja opozorilo, da je potrebno vsak primer presojati posebej in da pomembno vlogo pri presoji igra tudi skrbnost, ki jo je pri poslovanju pokazala nasprotna stranka (t.j. naslovnik obrazca). Višja stopnja skrbnosti ravnanja se zlasti pričakuje od gospodarskih subjektov, ki na trgu opravljajo pridobitno dejavnost.

V nobenem od tovrstnih primerov izvajanja groženj oziroma pritiskov s strani izdajateljev poslovnih imenikov ni priporočljivo, da bi zavedena stranka račune plačala, podpisala poravnavo oziroma storila karkoli drugega, kar bi se utegnilo šteti za priznavo dolga. **Poleg tega, izdajatelji poslovnih imenikov ne štejejo noben ugovor oziroma argument kot relevanten.** Ne glede na to vam priporočamo, da naslovite na podjetje, ki poslovni imenik izdaja, dopis, v katerem navedite, da smatrate pogodbo za neveljavno (nično) iz razloga zavajajočega oglaševanja. Žal obstaja velika verjetnost, da vaša odpoved oziroma argumenti za neveljavnost sklenjene pogodbe ne bodo upoštevani.

Pri tem opozarjamo, da utegne kakršnokoli plačilo (deloma ali v celoti) v eventualnem kasnejšem sodnem uveljavljanju terjatve s strani izdajatelja poslovnega imenika stranki škodovati, saj se po 2. odst. 364. člena Obligacijskega zakonika (Ur. l . RS, št. 97/2007-UPB1) (tudi delno) plačilo šteje za

posredno pripoznavo dolga upniku. S tega vidika je v primeru plačila težko zagovarjati zgornje načelno stališče, da ni prišlo do soglasja volj med strankama.

Dodatno je potrebno opozoriti, da so nekatera podjetja, ki izdajajo navedene imenike svoje domnevne terjatve odstopile izterjevalnim agencijam, ki bodisi v njihovem imenu ali pa v lastnem imenu terjajo zavedene dolžnike za navedene zneske.

Po sedaj znanih podatkih je sicer v izredno malem številu prišlo do tožbe na plačilo domnevnih terjatev do podjetij s strani izdajatelja spornega poslovnega imenika, predvsem na Češkem in Slovaškem (in tudi uspelo). V vseh ostalih primerih se, kljub sicer velikemu obsegu tovrstnih nepoštenih poslovnih praks, do današnjega dne še ni primerilo, da bi izdajatelj pričujočega poslovnega imenika pred sodiščem uspel s tožbo zoper podpisnika zavajajočega obrazca.

Pravna služba GZS
pravnasluzba@gzs.si