

**DIREKTIVA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA 2005/29/ES**

z dne 11. maja 2005

**o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah)**

(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKI PARLAMENT IN SVET EVROPSKE UNIJE STA –

ob upoštevanju Pogodbe o ustanovitvi Evropske skupnosti in zlasti člena 95 Pogodbe,

ob upoštevanju predloga Komisije,

ob upoštevanju mnenja Evropskega ekonomsko-socialnega odbora <sup>(1)</sup>,

v skladu s postopkom, določenim v členu 251 Pogodbe <sup>(2)</sup>,

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) Člen 153(1) in (3)(a) Pogodbe predvideva, da mora Skupnost z ukrepi, ki jih sprejme v skladu s členom 95 Pogodbe, prispevati k doseganju visoke ravni varstva potrošnikov.
- (2) V skladu s členom 14(2) Pogodbe zajema notranji trg območje brez notranjih meja, na katerem so zagotovljeni prosti pretok blaga, storitev in pravica do ustanavljanja. Razvoj poštenih poslovnih praks na območju brez notranjih meja je bistvenega pomena za spodbujanje razvoja čezmejnih dejavnosti.
- (3) Zakoni držav članic, ki se nanašajo na nepošteno poslovne prakse, kažejo izrazite razlike, ki lahko povzročajo znatno izkrivljanje konkurence in nastanek ovir za nemoteno delovanje notranjega trga. Na področju oglaševanja določa

Direktiva Sveta 84/450/EGS z dne 10. septembra 1984 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju <sup>(3)</sup> minimalna merila za usklajevanje zakonodaje o zavajajočem oglaševanju, hkrati pa državam članicam ne preprečuje, da ohranijo ali sprejmejo ukrepe, ki zagotavljajo višjo raven varstva potrošnikov. Predpisi držav članic o zavajajočem oglaševanju se zato znatno razlikujejo.

- (4) Ta neskladja povzročajo negotovost o tem, katera nacionalna pravila se uporabljajo za nepošteno poslovne prakse, ki škodijo ekonomskim interesom potrošnikov in ki ustvarjajo številne ovire ter vplivajo na podjetja in potrošnike. Zaradi teh ovir imajo podjetja višje stroške pri uresničevanju svoboščin notranjega trga, zlasti če se želijo lotiti čezmejnega trženja in oglaševalskih akcij ter pospeševanja prodaje. Take ovire pri potrošnikih vzbujajo tudi negotovost glede njihovih pravic in zmanjšujejo njihovo zaupanje v notranji trg.
- (5) Ob pomanjkanju enotnih pravil na ravni Skupnosti je ovire za čezmejni prosti pretok storitev in blaga ali za pravico do ustanavljanja mogoče upravičiti na podlagi sodne prakse Sodišča Evropskih skupnosti, kolikor skušajo te ovire zaščititi priznane cilje javnega interesa in so sorazmerne s temi cilji. Ob upoštevanju ciljev Skupnosti, kakor so podani v določbah Pogodbe in sekundarni zakonodaji Skupnosti glede prostega pretoka, ter v skladu s politiko Komisije o tržnih komunikacijah, kakor je opredeljena v Sporočilu Komisije „Spremljanje izvajanja Zelene knjige o tržnih komunikacijah na notranjem trgu“, je take ovire treba odpraviti. Te ovire je mogoče odpraviti samo z določitvijo enotnih pravil na ravni Skupnosti, ki bodo zagotavljala visoko raven varstva potrošnikov, in s pojasnitvijo nekaterih pravnih pojmov na ravni Skupnosti, kolikor je to potrebno za pravilno delovanje notranjega trga in za izpolnjevanje zahteve po pravni varnosti.

<sup>(1)</sup> UL C 108, 30.4.2004, str. 81.

<sup>(2)</sup> Mnenje Evropskega parlamenta z dne 20. aprila 2004 (UL C 104 E, 30.4.2004, str. 260), Skupno stališče Sveta z dne 15. novembra 2004 (UL C 38 E, 15.2.2005, str. 1) in Stališče Evropskega parlamenta z dne 24. februarja 2005 (še ni objavljeno v Uradnem listu) in Sklep Sveta z dne 12. aprila 2005.

<sup>(3)</sup> UL L 250, 19.9.1984, str. 17. Direktiva, kakor je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 97/55/ES (UL L 290, 23.10.1997, str. 18).

- (6) Ta direktiva torej približuje zakonodaje držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, vključno z nepoštenim oglaševanjem, ki neposredno škodujejo ekonomskim interesom potrošnikov in na ta način posredno ekonomskim interesom zakonitih konkurentov. V skladu z načelom sorazmernosti ta direktiva varuje potrošnike pred učinki takšnih nepoštenih poslovnih praks, če so bistveni, vendar upošteva, da je lahko v nekaterih primerih vpliv na potrošnike zanemarljiv. Ne zajema niti ne vpliva na posamezne nacionalne zakonodaje o nepoštenih poslovnih praksah, ki škodujejo samo ekonomskim interesom konkurentov ali zadevajo poslovanje med trgovci; države članice bodo lahko, če bodo tako želele, še naprej v skladu z zakonodajo Skupnosti urejale takšne prakse, pri čemer bodo v celoti upoštevale načelo sorazmernosti. Ta direktiva ne zajema niti ne vpliva na določbe Direktive 84/450/EGS o oglaševanju, ki je zavajajoče za podjetja, vendar ni zavajajoče za potrošnike, ter o primerjalnem oglaševanju. Nadalje ta direktiva ne vpliva na sprejete oglaševalske in tržne prakse, na primer zakonito plasiranje izdelkov, razlikovanje med znamkami izdelkov ali ponujanje spodbud, ki lahko na zakonit način vplivajo na potrošnikovo dožemanje izdelkov in njegovo ravnanje, ne da bi s tem zmanjševale njegovo sposobnost sprejemanja odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev.
- (7) Ta direktiva obravnava poslovne prakse, ki so neposredno povezane z vplivanjem na odločitve potrošnikov o poslu v zvezi z izdelki. Ne nanaša se na poslovne prakse, ki služijo predvsem drugim namenom, vključno na primer na tržne komunikacije, namenjene vlagateljem, kakršna so letna poročila in promocijski prospekti podjetij. Ne nanaša se na pravne zahteve glede dobrega okusa in spodobnosti, ki so zelo različne v posameznih državah članicah. Poslovne prakse, kot na primer pridobivanje strank z nagovarjanjem mimoidočih, so lahko v posameznih državah članicah iz kulturnih razlogov nezaželene. Države članice morajo tako še naprej imeti možnost, da v skladu z zakonodajo Skupnosti na svojem ozemlju prepovedujejo poslovne prakse zaradi nasprotovanja dobremu okusu in spodobnosti, tudi če takšne prakse ne omejujejo potrošnikove svobode izbire. Pri uporabi te direktive, zlasti splošnih klavzul te direktive, je treba v celoti upoštevati okoliščine zadevnega posameznega primera.
- (8) Ta direktiva neposredno ščiti ekonomske interese potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami podjetij v razmerju do potrošnikov. Na ta način posredno ščiti tudi podjetja, ki poslujejo zakonito, pred njihovimi konkurenti, ki ne upoštevajo pravil te direktive, in tako na področjih, ki jih ureja ta direktiva, zagotavlja pošteno konkurenco.
- Razume se, da obstajajo druge poslovne prakse, ki lahko škodijo konkurentom in strankam podjetij, čeprav ne škodijo potrošnikom. Komisija bi morala natančno preučiti potrebo po ukrepih Skupnosti na področjih nelojalne konkurence, ki presegajo področje uporabe te direktive, in po potrebi predstaviti zakonodajni predlog, ki bi vključeval te druge vidike nelojalne konkurence.
- (9) Ta direktiva ne posega v individualne tožbe posameznikov, oškodovanih zaradi nepoštenih poslovnih praks. Prav tako ne posega v pravila Skupnosti in nacionalna pravila o pogodbenem pravu, o pravicah intelektualne lastnine, o vidikih zdravja in varnosti izdelkov, o pogojih ustanavljanja in sistemih izdajanja dovoljenj, vključno s tistimi, ki se v skladu z zakonodajo Skupnosti nanašajo na igralništvo, in ne posega v pravila Skupnosti o konkurenci in nacionalne določbe za njihovo izvajanje. Države članice bodo tako lahko ohranile ali uvedle omejitve in prepovedi poslovnih praks zaradi varovanja zdravja in zagotavljanja varnosti potrošnikov na svojem ozemlju, ne glede na to, kje se trgovci nahajajo, na primer v zvezi z alkoholom, tobakom ali farmacevtskimi izdelki. Finančne storitve in nepremičnine terjajo zaradi svoje zapletenosti in resnih tveganj, ki so z njimi neločljivo povezana, podrobne zahteve, vključno s pozitivnimi obveznostmi za trgovce. Zato na področju finančnih storitev in nepremičnin ta direktiva ne posega v pravico držav članic, da z namenom zaščite ekonomskih interesov potrošnikov presežejo določbe te direktive. Ni primerno, da bi se s to direktivo urejala izdajanje potrdil in označevanje čistosti predmetov iz plemenitih kovin.
- (10) Treba je zagotoviti, da sta ta direktiva in obstoječa zakonodaja Skupnosti usklajeni, zlasti če se v določenih sektorjih uporabljajo podrobne določbe o nepoštenih poslovnih praksah. Ta direktiva zato spreminja Direktivo 84/450/EGS, Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES z dne 20. maja 1997 o varstvu potrošnikov glede sklepanja pogodb pri prodaji na daljavo <sup>(1)</sup>, Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 98/27/ES z dne 19. maja 1998 o opustitvenih tožbah zaradi varstva interesov potrošnikov <sup>(2)</sup> in Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2002/65/ES z dne 23. septembra 2002 o trženju finančnih storitev potrošnikom na daljavo <sup>(3)</sup>. Zato se ta direktiva uporablja samo, kolikor ne obstajajo posebne določbe Skupnosti, ki urejajo posebne vidike nepoštenih

<sup>(1)</sup> UL L 144, 4.6.1997, str. 19. Direktiva, kakor je bila spremenjena z Direktivo 2002/65/ES (UL L 271, 9.10.2002, str. 16).

<sup>(2)</sup> UL L 166, 11.6.1998, str. 51. Direktiva, kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 2002/65/ES.

<sup>(3)</sup> UL L 271, 9.10.2002, str. 16.

poslovnih praks, na primer zahteve po informacijah in pravila o načinu predstavitve informacij potrošniku. Zagotavlja varstvo potrošnikov, v kolikor ni na voljo posebne sektorske zakonodaje na ravni Skupnosti, in prepoveduje trgovcem, da ustvarijo lažen vtis o naravi izdelkov. To je zlasti pomembno za zapletene izdelke, ki predstavljajo visoko raven tveganja za potrošnike, na primer nekatere finančne storitve. Ta direktiva posledično dopolnjuje pravni red Skupnosti, ki se uporablja za poslovne prakse, škodljive ekonomskim interesom potrošnikov.

- (11) Z visoko stopnjo približanja, doseženo s približevanjem nacionalnih določb na podlagi te direktive, je vzpostavljena visoka skupna raven varstva potrošnikov. Ta direktiva določa enotno splošno prepoved tistih nepoštenih poslovnih praks, ki izkrivljajo ekonomsko obnašanje potrošnikov. Določa tudi pravila glede agresivnih poslovnih praks, ki trenutno niso urejene na ravni Skupnosti.
- (12) Z uskladitvijo se bo znatno povečala pravna varnost za potrošnike in podjetja. Potrošniki in podjetja se bodo lahko zanesli na enotni ureditveni okvir, temelječ na jasno opredeljenih pravnih pojmi, ki bodo urejali vse vidike nepoštenih poslovnih praks po celotni EU. Posledica bo odstranitev ovir, ki izvirajo iz razdrobljenosti pravil o nepoštenih poslovnih praksah, škodljivih za ekonomske interese potrošnikov, in omogočanje vzpostavitve notranjega trga na tem področju.
- (13) Za doseg ciljev Skupnosti z odstranitvijo ovir na notranjem trgu je treba nadomestiti obstoječe, med državami članicami razlikujoče se splošne klavzule in pravna načela. Enotna skupna splošna prepoved, kakor jo določa ta direktiva, zajema nepoštene poslovne prakse, ki izkrivljajo ekonomsko obnašanje potrošnikov. Da bi se zaupanje potrošnikov okrepilo, je treba splošno prepoved uporabljati tako za nepoštene poslovne prakse, ki se pojavljajo izven pogodbenih razmerij med trgovcem in potrošnikom, kakor tudi ob sklenitvi pogodbe in med njenim izpolnjevanjem. Splošno prepoved sestavljajo pravila o dveh vrstah poslovnih praks, ki veljata za daleč najobičajnejši, to so zavajajoče poslovne prakse in agresivne poslovne prakse.
- (14) Zaželeno je, da zavajajoče poslovne prakse zajemajo prakse, vključno zavajajoče oglaševanje, ki z zavajanjem potrošniku preprečijo, da izbere ob poznavanju vseh pomembnih dejstev in torej učinkovito. Ta direktiva v skladu z zakoni in praksami držav članic o zavajajočem oglaševanju deli zavajajoče prakse na zavajajoča dejanja in zavajajoče opustitve. V zvezi z opustitvami predvideva ta

direktiva omejeno število ključnih informacij, ki jih potrošnik potrebuje, da lahko sprejme odločitev o poslu ob poznavanju vseh pomembnih dejstev. Ni treba, da so takšne informacije podane v vseh oglasih, temveč samo v primeru, da trgovec vabi k nakupu; ta pojem je v tej direktivi jasno opredeljen. Pristop popolne uskladitve, sprejet v tej direktivi, ne preprečuje državam članicam, da v nacionalni zakonodaji določijo glavne značilnosti posameznih izdelkov, na primer zbirateljskih predmetov ali električnih naprav, katerih opustitev bi bila bistvena v primeru vabila k nakupu. Ni namen te direktive zmanjšati izbiro potrošnikov s prepovedjo promocije izdelkov, ki so podobni drugim izdelkom, razen če ta podobnost povzroča zmedenost pri potrošnikih v zvezi s tržnim poreklom izdelka in je torej zavajajoča. Ta direktiva ne sme posegati v obstoječo zakonodajo Skupnosti, ki državam članicam izrecno dopušča izbiro med več ureditvenimi možnostmi glede varstva potrošnikov na področju poslovnih praks. Ta direktiva še zlasti ne sme posegati v člen 13(3) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2002/58/ES z dne 12. julija 2002 o obdelavi osebnih podatkov in varstvu zasebnosti na področju elektronskih komunikacij<sup>(1)</sup>.

- (15) Če zakonodaja Skupnosti določa zahteve po informacijah v zvezi s tržnimi komunikacijami, oglaševanjem in trženjem, se šteje, da so po tej direktivi te informacije bistvene. Države članice bodo lahko ohranile ali dodale zahteve po informacijah, ki se nanašajo na pogodbeno pravo in imajo posledice na področju pogodbenega prava, v kolikor to dovoljujejo minimalne klavzule v obstoječih pravnih instrumentih Skupnosti. Neizčrpen seznam takšnih zahtev po informacijah, predvidenih v pravnem redu Skupnosti, je vsebovan v Prilogi II. Glede na popolno uskladitev, predvideno s to direktivo, veljajo za bistvene v smislu člena 7(5) te direktive samo tiste informacije, ki jih zahteva zakonodaja Skupnosti. Če so države članice uvedle zahteve po informacijah, ki presegajo zahteve, določene v pravu Skupnosti z minimalnimi klavzulami, opustitev teh dodatnih informacij ne bo predstavljala zavajajoče opustitve po tej direktivi. Nasprotno pa bodo države članice lahko ohranile ali uvedle strožje predpise v skladu z zakonodajo Skupnosti, da bi zagotovile višjo raven varstva individualnih pogodbenih pravic potrošnikov, v kolikor bodo to dopuščale minimalne klavzule v pravu Skupnosti.

(1) UL L 201, 31.7.2002, str. 37.

- (16) Določbe o agresivnih poslovnih praksah morajo zajemati prakse, ki bistveno zmanjšujejo potrošnikovo svobodo izbire. To so prakse nadlegovanja, prisile, vključno z uporabo sile, in nedopustnega vplivanja.
- (17) Zaželeno je, da se za zagotovitev večje pravne varnosti opredelijo poslovne prakse, ki veljajo v vseh okoliščinah za nepošteno. Priloga I vsebuje torej izčrpen seznam vseh takšnih praks. To so edine poslovne prakse, ki lahko veljajo za nepošteno, ne da bi bila potrebna ocena posameznih primerov na podlagi določb iz členov 5 do 9. Seznam se lahko spremeni le s pregledom Direktive.
- (18) Pred nepoštenimi poslovnimi praksami je primerno varovati vse potrošnike; vendar pa je Sodišče od sprejetja Direktive 84/450/EGS pri razsojanju o zadevah v zvezi z oglaševanjem menilo, da je potrebno oceniti vpliv na namišljenega tipičnega potrošnika. V skladu z načelom sorazmernosti in z namenom omogočiti dejansko uporabo v njej zajetih varovalnih ukrepov ta direktiva kot merilo postavlja povprečnega potrošnika, ki je razumno obveščen, pozoren in pazljiv in ob upoštevanju družbenih, kulturnih in jezikovnih dejavnikov, v skladu z razlago Sodišča, hkrati pa vsebuje določbe za preprečevanje izkoriščanja potrošnikov, ki imajo značilnosti, zaradi katerih so še posebej dovzetni za nepošteno komercialne prakse. Če je poslovna praksa posebej usmerjena na določeno skupino potrošnikov, na primer na otroke, je zaželeno, da se učinek poslovne prakse oceni z vidika povprečnega predstavnika navedene skupine. Zato je na seznam praks, ki so v vseh okoliščinah nepošteno, primerno vključiti določbo, ki ne uvaja dokončne prepovedi oglaševanja, usmerjenega na otroke, ampak otroke štiti pred neposrednim spodbujanjem k nakupu. Test povprečnega potrošnika ni statističen test. Nacionalna sodišča in organi se bodo morali pri opredelitvi tipične reakcije povprečnega potrošnika v danem primeru zanašati na lastno sposobnost za razsojanje, ob upoštevanju sodne prakse Sodišča.
- (19) Če so potrošniki zaradi nekaterih značilnosti, na primer starosti, telesne ali duševne hibe ali lahkovernosti, še posebej dovzetni za določeno poslovno prakso ali za izdelek, na katerega se slednja nanaša, in če bi takšna praksa lahko povzročila izkrivljanje ekonomskega ravnanja samo teh potrošnikov na način, ki ga trgovec lahko razumno predvidi, je primerno, da se zagotovi ustrezno varstvo teh potrošnikov z oceno prakse z vidika povprečnega člana navedene skupine.
- (20) Primerno je opredeliti vlogo kodeksov ravnanja, ki trgovcem omogočajo, da dejansko uporabljajo načela te direktive na posameznih gospodarskih področjih. V sektorjih, za katere veljajo posebne obvezne zahteve, ki urejajo ravnanje trgovcev, je primerno, da iz teh obveznih zahtev izhajajo tudi dokazi o izpolnjevanju zahtev poklicne skrbnosti za ta sektor. Nadzor, ki ga na nacionalni ravni ali na ravni Skupnosti izvajajo tvorca kodeksov z namenom odstraniti nepošteno poslovne prakse, lahko omogoči, da se ni treba zateči k upravnim ali sodnim postopkom in ga je zato treba spodbujati. S sestavo kodeksov ravnanja bi se lahko seznanilo organizacije potrošnikov in se jih pritegnilo k sodelovanju, z namenom doseči visoko raven varstva potrošnikov.
- (21) Osebe ali organizacije, ki imajo po nacionalni zakonodaji upravičen interes v zadevi, morajo imeti na voljo pravna sredstva za začetek postopka proti nepoštenim poslovnim praksam, bodisi pred sodiščem ali pri upravnem organu, ki je pristojen za odločanje o pritožbah ali za začetek ustreznega postopka. Medtem ko dokazno breme določa nacionalna zakonodaja, je primerno, da se sodiščem in upravnim organom omogoči, da od trgovcev zahtevajo predložitev dokazov o točnosti njihovih navedb.
- (22) Države članice morajo določiti kazni za kršitve določb te direktive in zagotoviti, da se te kazni izvršujejo. Te kazni morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračilne.
- (23) Ker ciljev te direktive, in sicer odstranitve ovir za delovanje notranjega trga, ki jih predstavljajo nacionalne zakonodaje o nepoštenih poslovnih praksah, in zagotovitve visoke ravni varstva potrošnikov z uskladjitvijo zakonov in drugih predpisov držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, države članice ne morejo zadovoljivo doseči in ker jih torej lažje doseže Skupnost, Skupnost lahko sprejme ukrepe v skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5 Pogodbe. Skladno z načelom sorazmernosti iz navedenega člena ta direktiva ne prekoračuje okvirov, ki so potrebni za odstranitev ovir na notranjem trgu in doseganje visoke skupne ravni varstva potrošnikov.
- (24) To direktivo je primerno pregledati z namenom zagotovitve, da so bile ovire na notranjem trgu odstranjene in da je bila dosežena visoka raven varstva potrošnikov. Pregled je lahko podlaga za predlog Komisije za spremembo te direktive, ki lahko vključuje časovno omejeno podaljšanje

odstopanja iz člena 3(5) in/ali spremembe druge zakonodaje o varstvu potrošnikov, ki odražajo zavezanost strategije Komisije na področju potrošniške politike k pregledovanju obstoječega pravnega reda za doseg visoke, enotne ravni varstva potrošnikov.

- (25) Ta direktiva spoštuje temeljne pravice in upošteva načela, ki so priznana zlasti v Listini o temeljnih pravicah Evropske unije –

SPREJELA NASLEDNJO DIREKTIVO:

## POGLAVJE 1

### SPLOŠNE DOLOČBE

#### Člen 1

#### Namen

Namen te direktive je prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga in doseči visoko raven varstva potrošnikov s približevanjem zakonov in drugih predpisov držav članic o nepoštenih poslovnih praksah, ki škodijo ekonomskim interesom potrošnikov.

#### Člen 2

#### Opredelitev pojmov

V tej direktivi:

- (a) „potrošnik“ pomeni vsako fizično osebo, ki v s to direktivo zajetih poslovnih praksah deluje za namene izven svoje trgovske, poslovne, obrtne dejavnosti ali svobodne poklicne dejavnosti;
- (b) „trgovec“ pomeni vsako fizično ali pravno osebo, ki v s to direktivo zajetih poslovnih praksah deluje za namene v zvezi s svojo trgovsko, poslovno, obrtno dejavnostjo ali svobodno poklicno dejavnostjo, in kogar koli, ki deluje v imenu ali na račun trgovca;
- (c) „izdelek“ pomeni vsako blago ali storitev, vključno z nepremičninami, pravicami in obveznostmi;
- (d) „poslovne prakse podjetji v razmerju do potrošnikov“ (v nadaljevanju tudi „poslovne prakse“) pomenijo vsako dejanje, opustitev, ravnanje, razlaga ali tržne komunikacije, vključno z oglaševanjem in trženjem, s strani trgovca, neposredno povezano s promocijo, prodajo ali dobavo izdelka potrošnikom;
- (e) „bistveno izkrivljati ekonomsko obnašanje potrošnikov“ pomeni uporabiti poslovno prakso z namenom znatno zmanjšati potrošnikovo sposobnost sprejeti odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev in tako povzročiti, da potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel;
- (f) „kodeks ravnanja“ pomeni sporazum ali zbirko pravil, ki jih ne določa zakon ali drug predpis države članice in ki določa ravnanje trgovcev, ki se zavežejo, da bodo upoštevali kodeks v zvezi z eno ali več poslovnimi praksami ali poslovnimi sektorji;
- (g) „tvorec kodeksa“ pomeni vsak pravni subjekt, vključno s trgovcem ali skupino trgovcev, ki je odgovoren za sestavo in pregled kodeksa ravnanja in/ali za spremljanje spoštovanja kodeksa s strani tistih, ki so se zavezali, da ga bodo spoštovali;
- (h) „poklicna skrbnost“ pomeni raven strokovnega znanja in skrbi, za katero se razumno pričakuje, da jo trgovec upošteva v razmerju do potrošnikov in ki je sorazmerna s pošteno tržno prakso in/ali splošnim načelom dobre vere na področju dejavnosti trgovca;
- (i) „vabilo k nakupu“ pomeni tržno komunikacijo, ki navaja značilnosti izdelka in ceno na način, ki ustreza sredstvu uporabljene tržne komunikacije, in tako omogoči potrošniku nakup;
- (j) „nedopustno vplivanje“ pomeni izkoriščanje premoči v razmerju do potrošnika z namenom izvajati pritisk, tudi brez uporabe ali brez grožnje uporabe sile, in sicer na način, ki bistveno omejuje potrošnikovo sposobnost sprejeti odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev;
- (k) „odločitev o poslu“ pomeni vsako odločitev, ne glede na to ali se potrošnik odloči za dejanje ali opustitev dejanja, ki jo sprejme potrošnik v zvezi s tem, ali izdelek kupiti ali ne, kako in pod kakšnimi pogoji, ali zanj plačati v celoti ali deloma, ga obdržati ali z njim nadalje razpolagati, ali v zvezi z izdelkom uveljavljati katero izmed pogodbenih pravic;
- (l) „zakonsko urejeni poklic“ pomeni poklicno dejavnost ali skupino poklicnih dejavnosti, dostop do katerih ali katerih izvajanje ali eden od načinov izvajanja je v skladu z zakoni in drugimi predpisi posredno ali neposredno pogojen s specifičnimi poklicnimi kvalifikacijami.

## Člen 3

**Področje uporabe**

1. Ta direktiva se uporablja za nepošteno poslovne prakse podjetij v razmerju do potrošnikov, kakor je določeno v členu 5, pred, med in po poslovni transakciji v zvezi z nekim izdelkom.
2. Ta direktiva ne posega v pogodbeno pravo in zlasti ne posega v predpise o veljavnosti, sklenitvi ali učinkih pogodb.
3. Ta direktiva ne posega v pravila Skupnosti ali nacionalna pravila o vidikih zdravja in varnosti izdelkov.
4. V primeru nasprotja med določbami te direktive in drugimi pravili Skupnosti, ki urejajo posebne vidike nepoštenih poslovnih praks, prevladajo slednja in se uporabljajo za te posebne vidike.
5. V obdobju šestih let od 12.6.2007 države članice na področju, približanem s to direktivo, lahko še naprej uporabljajo nacionalne določbe, ki so bolj omejevalne ali strožje kakor ta direktiva in ki izvajajo direktive, ki vsebujejo klavzule o minimalni uskladitvi. Ti ukrepi morajo biti bistveni za zagotovitev ustreznega varstva potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami in morajo biti sorazmerni z doseganjem tega cilja. Pregled iz člena 18 lahko, če se to smatra za primerno, vsebuje predlog za podaljšanje tega odstopanja za nadaljnje časovno omejeno obdobje.
6. Države članice nemudoma uradno obvestijo Komisijo o vseh nacionalnih določbah, ki se uporabljajo na podlagi odstavka 5.
7. Ta direktiva ne posega v pravila, ki določajo pristojnost sodišč.
8. Ta direktiva ne posega v pogoje ustanavljanja ali sisteme izdajanja dovoljenj, v deontološke kodekse ravnanja ali druga posebna pravila o zakonsko urejenih poklicih, katerih namen je vzdrževati visoko raven poštenosti oseb, ki opravljajo te poklice, in ki jih države članice v skladu z zakonodajo Skupnosti lahko predpišejo tem osebam.

9. V zvezi s „finančnimi storitvami“, kakor so opredeljene v Direktivi 2002/65/ES, in nepremičninami lahko države članice postavijo zahteve, ki so bolj omejevalne ali strožje, kakor zahteve te direktive na področju, ki ga ta približuje.

10. Ta direktiva ne velja za uporabo zakonov in drugih predpisov držav članic, ki se nanašajo na izdajanje potrdil in označevanje čistosti predmetov iz plemenitih kovin.

## Člen 4

**Notranji trg**

Države članice ne omejujejo niti svobode opravljanja storitev niti prostega pretoka blaga iz razlogov, ki sodijo na področje, ki ga približuje ta direktiva.

## POGLAVJE 2

**NEPOŠTENE POSLOVNE PRAKSE**

## Člen 5

**Prepoved nepoštenih poslovnih praks**

1. Nepošteno poslovne prakse so prepovedane.
2. Poslovna praksa je nepoštena, če:
  - (a) nasprotuje zahtevam poklicne skrbnostiin
  - (b) v zvezi z izdelkom bistveno izkrivlja ali bi lahko izkrivljala ekonomsko obnašanje povprečnega potrošnika, ki ga izdelek doseže ali je nanj usmerjen, ali obnašanje povprečnega člana skupine, če je poslovna praksa usmerjena na določeno skupino potrošnikov.
3. Poslovne prakse, ki bi lahko povzročile bistveno izkrivljanje ekonomskega obnašanja samo ene od jasno določljivih skupin potrošnikov, ki so zaradi telesne ali duševne hibe, starosti ali lahkovernosti še posebej dovzetni za določeno poslovno prakso ali za izdelek, na katerega se slednja nanaša, na način, ki ga trgovec lahko razumno predvidi, se ocenijo z vidika povprečnega člana navedene skupine. To ne vpliva na običajno in zakonito oglaševalsko prakso, za katero so značilna pretiravanja ali trditve, ki naj se ne bi razumele dobesedno.

4. Zlasti so nepošteno tiste poslovne prakse, ki so:

(a) zavajajoče, kakor je določeno v členih 6 in 7,

ali

(b) agresivne, kakor je določeno v členih 8 in 9.

5. Priloga I vsebuje seznam poslovnih praks, ki se v vseh okoliščinah štejejo za nepošteno. V vseh državah članicah se uporablja isti enotni seznam, ki se lahko spremeni samo s pregledom te direktive.

## Oddelek 1

### Zavajajoče poslovne prakse

#### Člen 6

#### Zavajajoča dejanja

1. Poslovna praksa se šteje za zavajajočo, če vsebuje napačne informacije in je torej neresnična, ali če na kakršen koli način, vključno s celotno predstavitvijo, zavaja ali bi utegnila zavajati povprečnega potrošnika, četudi je informacija točna glede enega ali več sledečih elementov, ter v vsakem primeru povzroči ali bi utegnila povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel:

(a) glede obstoja ali narave izdelka;

(b) glede glavnih značilnosti izdelka, na primer njegove razpoložljivosti, prednosti, tveganj, izvedbe, sestave, pritiklin, poprodajnih storitev in obravnavanja pritožb, metode in datuma izdelave ali dobave, dostave, primernosti za namen, uporabe, količine, specifikacije, geografskega ali tržnega porekla ali rezultatov, ki jih lahko pričakujemo od njegove uporabe, ali rezultatov in stvarnih značilnosti testov ali preizkusov, opravljenih na izdelku;

(c) glede obsega zavez trgovca, motivov za poslovno prakso in narave prodajnega procesa, glede kakršne koli trditve ali znaka glede posrednega ali neposrednega sponzorstva ali odobritve trgovca ali izdelka;

(d) glede cene ali načina izračunavanja cene ali obstoja določene cenovne prednosti;

(e) glede potrebe po storitvi, nadomestnem delu, zamenjavi ali popravilu;

(f) glede narave, lastnosti in pravic trgovca ali njegovega zastopnika, na primer njegove identitete in premoženja, kvalifikacij, statusa, odobritve, članstva ali povezav ter imetništva pravic industrijske, tržne ali intelektualne lastnine ali nagrad in priznanj, ki jih je prejel;

(g) glede potrošnikovih pravic, vključno s pravico do zamenjave blaga ali vračila kupnine v skladu z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 1999/44/ES z dne 25. maja 1999 o nekaterih vidikih prodaje potrošniškega blaga in z njim povezanih garancij<sup>(1)</sup>, ali drugih tveganj, s katerimi se lahko sooči.

2. Poslovna praksa se prav tako šteje za zavajajočo, če v konkretnem primeru ob upoštevanju vseh njenih značilnosti in okoliščin povzroči ali bi utegnila povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel; taka praksa zajema:

(a) vsako trženje izdelka, vključno s primerjalnim oglaševanjem, ki ustvarja zmedo s kakršnimi koli izdelki, znamkami, trgovskimi imeni ali drugimi znaki razlikovanja konkurenta;

(b) neupoštevanje zavez s strani trgovca, ki jih vsebujejo kodeksi ravnanja, za katere se je trgovec zavezal, da jih bo spoštoval, če:

(i) pri zavezi ne gre zgolj za namero, temveč za trdno zavezo, ki jo je mogoče preveriti,

in

(ii) trgovec v poslovni praksi navede, da spoštuje kodeks.

#### Člen 7

#### Zavajajoče opustitve

1. Poslovna praksa se šteje za zavajajočo, če v konkretnem primeru ob upoštevanju vseh značilnosti in okoliščin ter omejitev sredstva komunikacije izpusti bistvene informacije, ki jih glede na kontekst povprečni potrošnik potrebuje za sprejetje odločitve ob poznavanju vseh pomembnih dejstev, in s tem povzroči ali bi utegnila povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.

<sup>(1)</sup> UL L 171, 7.7.1999, str. 12.

2. Za zavajajočo opustitev se šteje tudi, če trgovec ob upoštevanju okoliščin, opisanih v odstavku 1, prikriva ali na nejasen, nerazumljiv, dvoumen način ali ob nepravem času navede bistvene informacije iz navedenega odstavka ali ne opredeli komercialnega namena poslovne prakse, če ta ni razviden iz konteksta in če v enem ali drugem primeru to povzroči ali bi utegnilo povzročiti, da povprečni potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.

3. Če so za sredstvo, uporabljeno za komunikacijo poslovne prakse, značilne prostorske ali časovne omejitve, se te omejitve in kateri koli ukrepi, ki jih trgovec sprejme, da postanejo informacije dostopne potrošnikom prek drugih sredstev, upoštevajo pri odločanju o tem, ali so bile informacije opuščene.

4. V primeru vabila k nakupu se štejejo za bistvene naslednje informacije, v kolikor niso razvidne že iz konteksta:

- (a) glavne značilnosti izdelka v obsegu, ki ustreza sredstvu in izdelku;
- (b) geografski naslov in identiteta trgovca, kot na primer njegovo poslovno ime, in po potrebi geografski naslov in identiteta trgovca, v imenu katerega nastopa;
- (c) cena, vključno z davki, ali če je zaradi narave izdelka ceno nemogoče razumno izračunati vnaprej, način, na katerega se cena izračuna, ter po potrebi vključno z dodatnimi prevoznimi, dostavnimi ali poštnimi stroški, ali, če teh stroškov ni mogoče razumno izračunati vnaprej, dejstvo, da bo take dodatne stroške treba plačati;
- (d) plačilni pogoji, pogoji dostave, izpolnitve in obravnavanja pritožb, če ti odstopajo od zahtev poklicne skrbnosti;
- (e) za izdelke in posle, ki vključujejo odstopno pravico ali pravico do preklica, obstoj take pravice.

5. Zahteve po informacijah, določene s pravom Skupnosti glede tržnih komunikacij, vključno z oglaševanjem ali trženjem, katerih neizčrpn seznam je podan v Prilogi II, se štejejo za bistvene.

## Oddelek 2

### Agresivne poslovne prakse

#### Člen 8

#### Agresivne poslovne prakse

Poslovna praksa se šteje za agresivno, če v konkretnem primeru ob upoštevanju vseh značilnosti in okoliščin z nadlegovanjem, prisilo, vključno z uporabo sile, ali nedopustnim vplivanjem bistveno zmanjša ali bi utegnila bistveno zmanjšati svobodo izbire ali ravnanja povprečnega potrošnika v zvezi z izdelkom ter s tem povzroči ali bi utegnila povzročiti, da sprejme odločitev o poslu, ki je drugače ne bi sprejel.

#### Člen 9

#### Uporaba nadlegovanja, prisile in nedopustnega vplivanja

Pri določanju, ali poslovna praksa uporablja nadlegovanje, prisilo, vključno z uporabo sile, ali nedopustno vplivanje, se upošteva:

- (a) čas, kraj, naravo ali vztrajnost;
- (b) uporabo grozečega ali žaljivega jezika ali ravnanja;
- (c) izkoriščanje določenega nesrečnega dogodka ali okoliščin s strani trgovca, ki zaradi svoje resnosti zmanjšujejo potrošnikovo sposobnost presoje, česar se trgovec zaveda, z namenom vplivati na potrošnikovo odločitev glede izdelka;
- (d) vsako težavno ali nesorazmerno nepogodbno oviro, ki jo vsili trgovec za primere, ko želi potrošnik uveljavljati pogodbene pravice, vključno s pravico do razdora pogodbe, izbire drugega izdelka ali drugega trgovca;
- (e) vsako grožnjo s protipravnim ravnanjem.



## POGLAVJE 3

## KODEKSI RAVNANJA

## Člen 10

## Kodeksi ravnanja

Ta direktiva ne izključuje nadzora nad nepoštenimi poslovnimi praksami s strani tvorcev kodeksov, niti ne izključuje možnosti, da se osebe ali organizacije iz člena 11 obrnejo na taka telesa, če so postopki pred njimi na voljo poleg sodnih ali upravnih postopkov iz navedenega člena.

Obrnitev na taka nadzorna telesa se nikakor ne šteje za odpoved pravici sprožiti sodne ali upravne postopke, kakor so predvideni v členu 11 te direktive.

## POGLAVJE 4

## KONČNE DOLOČBE

## Člen 11

## Izvrševanje

1. Države članice zagotovijo, da so v interesu potrošnikov z namenom uveljavitve skladnosti z določbami te direktive na voljo ustrezna in učinkovita sredstva za boj proti nepoštenim poslovnim praksam.

Taka sredstva vključujejo predpise, po katerih osebe ali organizacije, ki imajo po nacionalnem pravu upravičen interes za boj proti nepoštenim poslovnim praksam, vključno s konkurenti, lahko:

(a) sprožijo sodni postopek proti takim nepoštenim poslovnim praksam;

in/ali

(b) prijavijo take nepoštene poslovne prakse upravnemu organu, ki odloča o pritožbah ali sproži ustrezne sodne postopke.

Odločitev za eno od teh možnosti in odločitev o tem, ali sodiščem oz. upravnim organom dopustiti, da zahtevajo predhodno zatekanje k drugim predvidenim načinom obravnavanja pritožb, vključno s tistimi iz člena 10, je prepuščena državam članicam. Te

možnosti so na razpolago ne glede na to, ali so prizadeti potrošniki na ozemlju države članice, v kateri se nahaja trgovec, ali v drugi državi članici.

Državam članicam je prepuščena odločitev:

(a) ali je te postopke mogoče sprožiti ločeno ali skupaj proti več trgovcem iz istega gospodarskega sektorja;

in

(b) ali je te postopke mogoče sprožiti proti tvorcem kodeksov ravnanja, v kolikor zadevni kodeks spodbuja nespoštovanje pravnih zahtev.

2. V skladu s predpisi iz odstavka 1 države članice prenesejo na sodišča ali upravne organe pooblastila, ki jim v primerih, kjer ocenijo take ukrepe za potrebne, ob upoštevanju vseh interesov in zlasti javnega interesa omogočajo:

(a) odreditev prenehanja ali uvedbo ustreznih sodnih postopkov za odreditev prenehanja nepoštenih poslovnih praks;

ali

(b) če se nepoštene poslovne prakse še ne izvajajo, vendar so tik pred izvedbo, odreditev prepovedi prakse ali uvedbo ustreznih sodnih postopkov, s katerimi se odredi prepoved take prakse,

tudi če ni dokazov o dejanski izgubi ali škodi ali o naklepu ali malomarnosti trgovca.

Države članice prav tako predvidijo, da se ukrepi iz prvega pododstavka sprejmejo po hitrem postopku, in sicer z:

— začasnim učinkom,

ali

— dokončnim učinkom,

ob tem, da je izbira med navedenima možnostma prepuščena državam članicam.

Da bi odstranili trajne učinke nepoštenih poslovnih praks, katerih prenehanje je bilo odrejeno z dokončno odločitvijo, lahko države članice nadalje podelijo sodiščem ali upravnim organom pooblastila:

(a) da zahtevajo celotno ali delno objavo te odločitve in to v obliki, ki se jim zdi primerna,

(b) da poleg tega zahtevajo objavo popravka.

3. Upravni organi iz odstavka 1 morajo:

(a) biti sestavljeni tako, da ni dvoma v njihovo nepristranskost;

(b) pri odločanju o pritožbah imeti ustrezna pooblastila za učinkovito spremljanje in zagotovitev upoštevanja svojih odločitev;

(c) načeloma navesti razloge za svoje odločitve.

Če pooblastila iz odstavka 2 izvaja izključno upravni organ, mora vedno navesti razloge za svoje odločitve. Nadalje je treba v takem primeru predvideti postopke sodnega nadzora nad nepravilnim ali nerazumnim izvajanjem pooblastil oz. nepravilno ali nerazumno opustitvijo izvajanja pooblastil upravnega organa.

#### Člen 12

##### Sodišča in upravni organi: dokazovanje navedb

Države članice podelijo sodiščem ali upravnim organom pooblastila, ki jim omogočajo, da v civilnih ali upravnih postopkih iz člena 11:

(a) zahtevajo od trgovca, da predloži dokaze o točnosti dejanskih navedb o poslovni praksi, če se taka zahteva zdi primerna glede na okoliščine posameznega primera in ob upoštevanju upravičenih interesov trgovca in vseh drugih strank v postopku,

ter

(b) štejejo dejanske trditve za netočne, če se ne predložijo dokazi, ki se zahtevajo po točki (a), ali so po mnenju sodišča ali upravnega organa nezadostni.

#### Člen 13

##### Kazni

Države članice določijo kazni za kršitve nacionalnih predpisov, sprejetih za uporabo te direktive, in sprejmejo vse ukrepe, potrebne za zagotovitev, da se izvršujejo. Te kazni morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračilne.

#### Člen 14

##### Spremembe Direktive 84/450/EGS

Direktiva 84/450/EGS se spremeni:

(1) člen 1 se nadomesti z naslednjim:

##### „Člen 1

Namen te direktive je varstvo trgovcev pred zavajajočim oglaševanjem in nepoštenimi posledicami takega oglaševanja ter določitev pogojev, pod katerimi je primerjalno oglaševanje dovoljeno.“;

(2) v členu 2:

— se točka 3 nadomesti z naslednjim:

„(3) ‚trgovec‘ pomeni vsako fizično ali pravno osebo, ki deluje za namene v zvezi z svojo trgovsko, poslovno, obrtno dejavnostjo ali svobodno poklicno dejavnostjo, in kogar koli, ki deluje v imenu ali na račun trgovca“;

— se doda naslednja točka:

„(4) ‚tvorec kodeksa‘ pomeni vsak pravni subjekt, vključno s trgovcem ali skupino trgovcev, ki je odgovoren za sestavo in pregled kodeksa ravnanja in/ali za spremljanje spoštovanja kodeksa s strani tistih, ki so se zavezali, da ga bodo spoštovali.“;

(3) člen 3a se nadomesti z naslednjim:

„Člen 3a

(1) Kar zadeva primerjavo, je primerjalno oglaševanje dovoljeno, če so izpolnjeni naslednji pogoji:

- (a) oglaševanje ni zavajajoče v skladu s členi 2(2), 3 in 7(1) te direktive ali členi 6 in 7 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (\*);
- (b) primerja blago ali storitve, ki zadovoljujejo iste potrebe ali imajo enak namen;
- (c) objektivno primerja eno ali več bistvenih, pomembnih, preverljivih in reprezentativnih lastnosti takega blaga ali storitev, s čemer so mišljene tudi cene;
- (d) ne diskreditira ali očrni znamk, trgovskih imen, drugih znakov razlikovanja, blaga, storitev, dejavnosti ali razmer konkurenta;
- (e) pri izdelkih z navedbo porekla v vsakem primeru obravnava izdelke z enakim poreklom;
- (f) se ne okorišča nepošteno z ugledom znamke, trgovskega imena ali drugih znakov razlikovanja konkurenta ali z navedbo porekla konkurenčnih izdelkov;
- (g) ne predstavlja blaga ali storitev kot imitacije ali kopije blaga ali storitev, ki imajo zaščiteno znamko ali trgovsko ime;
- (h) ne ustvarja zmede pri trgovcih med oglaševalcem in konkurenti ali med znamkami, trgovskimi imeni, drugimi znaki razlikovanja, blagom ali storitvami oglaševalca in konkurentov.

(4) člen 4(1) se nadomesti z naslednjim:

„(1) Države članice zagotovijo, da so v interesu trgovcev in konkurentov na voljo ustrezna in učinkovita sredstva za boj proti zavajajočemu oglaševanju in za spoštovanje določb o primerjalnem oglaševanju. Taka sredstva vključujejo predpise, po katerih osebe ali organizacije, ki imajo po nacionalnem pravu upravičen interes za boj proti zavajajočemu oglaševanju ali za urejanje primerjalnega oglaševanja, lahko:

(a) sprožijo sodni postopek proti takemu oglaševanju;

ali

(b) prijavijo tako oglaševanje upravnemu organu, ki odloča o pritožbah ali sproži ustrezne sodne postopke.

Odločitev za eno od teh možnosti in odločitev o tem, ali sodiščem oz. upravnim organom dopustiti, da zahtevajo predhodno zatekanje k drugim predvidenim načinom obravnavanja pritožb, vključno s tistimi iz člena 5, je prepuščena državam članicam.

Državam članicam je prepuščena odločitev:

(a) ali je te postopke mogoče sprožiti ločeno ali skupaj proti več trgovcem iz istega gospodarskega sektorja;

in

(b) ali je te postopke mogoče sprožiti proti tvorcem kodeksov ravnanja, v kolikor zadevni kodeks spodbuja nespoštovanje pravnih zahtev.“;

(5) člen 7(1) se nadomesti z naslednjim:

„(1) Ta direktiva ne preprečuje državam članicam, da bi ohranile ali sprejele določbe s ciljem zagotavljanja širšega varstva trgovcev in konkurentov v zvezi z zavajajočim oglaševanjem.“.

(\* ) UL L 149, 11.6.2005, str. 22.“;

## Člen 15

**Spremembe Direktiv 97/7/ES in 2002/65/ES**

- (1) Člen 9 Direktive 97/7/ES se nadomesti z naslednjim:

„Člen 9

**Nenaročeno blago ali storitev**

Glede na prepoved dobave nenaročenega blaga ali storitev, določeno v Direktivi Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (\*), države članice sprejmejo potrebne ukrepe za oprostitev potrošnika kakršnega koli plačila v primeru dobave nenaročenega blaga ali storitve, pri čemer izostanek potrošnikovega odgovora ne pomeni sprejema ponudbe.

(\*) UL L 149, 11.6.2005, str. 22.“

- (2) Člen 9 Direktive 2002/65/ES se nadomesti z naslednjim:

„Člen 9

Glede na prepoved dobave nenaročenega blaga ali storitev, določeno v Direktivi Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (\*), in brez poseganja v določbe zakonodaje držav članic o tistem podaljšanju pogodb, sklenjenih na daljavo, kadar te določbe tiho podaljšanje dovoljujejo, države članice sprejmejo ukrepe, da potrošnika v primeru nenaročenih ponudb oprostito vsakršne obveznosti, pri čemer izostanek potrošnikovega odgovora ne pomeni sprejema ponudbe.

(\*) UL L 149, 11.6.2005, str. 22.“

## Člen 16

**Spremembe Direktive 98/27/ES in Uredbe (ES) št. 2006/2004**

- (1) V Prilogi k Direktivi 98/27/ES se točka 1 nadomesti z naslednjim:

„(1) Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (UL L 149, 11.6.2005, str. 22.)“.

- (2) V Prilogi k Uredbi Evropskega parlamenta in Sveta (ES) št. 2006/2004 z dne 27. oktobra 2004 o sodelovanju med nacionalnimi organi, odgovornimi za izvrševanje zakonodaje o varstvu potrošnikov („Uredba o sodelovanju na področju varstva potrošnikov“) (1) se doda naslednja točka:

„(16) Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 2005/29/ES z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu (UL L 149, 11.6.2005, str. 22.)“.

## Člen 17

**Informacije**

Države članice sprejmejo ustrezne ukrepe za obveščanje potrošnikov o nacionalnih predpisih, ki prenašajo to direktivo in, kadar je primerno, spodbujajo trgovce in tvorce kodeksov, da obveščajo potrošnike o svojih kodeksih ravnanja.

## Člen 18

**Pregled**

1. Komisija najpozneje 12.6.2011 predloži Evropskemu parlamentu in Svetu izčrpno poročilo o uporabi te direktive, zlasti člena 3(9) in 4 ter Priloge I, o obsegu nadaljnje uskladitve in poenostavitve prava Skupnosti glede varstva potrošnikov in, ob upoštevanju člena 3(5) te direktive, o morebitnih ukrepih, ki jih je treba sprejeti na ravni Skupnosti, da se ohrani primerna raven varstva potrošnikov. Poročilo se po potrebi priloži predlog za pregled te direktive ali drugih ustreznih delov prava Skupnosti.

2. Evropski parlament in Svet si v skladu s Pogodbo prizadevata ukrepati v roku dveh let od predložitve predloga Komisije iz odstavka 1.

## Člen 19

**Prenos**

Države članice sprejmejo in objavijo zakone in druge predpise, potrebne za uskladitev s to direktivo, najpozneje do 12.6.2007. O tem in o kakršnih koli nadaljnjih spremembah takoj obvestijo Komisijo.

(1) UL L 364, 9.12.2004, str. 1.

Te ukrepe uporabljajo od 12.12.2007. Države članice se v sprejetih ukrepih sklicujejo na to direktivo ali pa sklic nanjo navedejo ob njihovi uradni objavi. Način sklicevanja določijo države članice.

Člen 20

**Začetek veljavnosti**

Ta direktiva začne veljati dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

Člen 21

**Naslovniki**

Ta direktiva je naslovljena na države članice.

V Strasbourgu, 11. maja 2005

*Za Evropski parlament*

*Predsednik*

J. P. BORRELL FONTELLES

*Za Svet*

*Predsednik*

N. SCHMIT

## PRILOGA I

## POSLOVNE PRAKSE, KI VELJAJO V VSEH OKOLIŠČINAH ZA NEPOŠTENE

Zavajajoče poslovne prakse

- (1) Če trgovec trdi, da je podpisnik kodeksa ravnanja, čeprav ni.
- (2) Prikazovati znak zaupanja, kakovosti ali podobno brez potrebne odobritve.
- (3) Trditi, da je kodeks ravnanja odobrila javna ali druga organizacija, čeprav to ni res.
- (4) Trditi, da je bil trgovec (vključno z njegovimi poslovnimi praksami) ali izdelek potrjen, odobren ali dovoljen s strani javnega ali zasebnega organa, čeprav to ni res, ali to zatrjevati brez upoštevanja pogojev potrditve, odobritve ali dovoljenja.
- (5) Vabiti k nakupu izdelkov po določeni ceni brez razkritja, da obstajajo utemeljeni razlogi, zaradi katerih trgovec verjame, da ne bo mogel zagotoviti dobave ali drugega trgovca za dobavo navedenih izdelkov ali njim enakovrednih izdelkov po navedeni ceni za obdobje in v količinah, ki so razumni glede na izdelek, obseg oglaševanja izdelka in ponujeno ceno („bait advertising“).
- (6) Trgovec vabi k nakupu izdelkov po določeni ceni, nakar:
  - (a) noče pokazati potrošnikom izdelka, ki se oglašuje,  
  
ali
  - (b) noče sprejeti naročil zanj ali ga dostaviti v razumnem času  
  
ali
  - (c) pokaže primerek z napako  
  
z namenom promocije drugačnega izdelka („bait and switch“).
- (7) Lažno zatrjevati, da bo izdelek na voljo samo za omejeno obdobje ali da bo na voljo pod posebnimi pogoji samo za omejeno obdobje, z namenom potrošnika napeljati k takojšnji odločitvi in ga prikrajšati za možnost ali čas, da bi sprejel odločitev ob poznavanju vseh pomembnih dejstev.
- (8) Obvezati se k zagotavljanju poprodajnih storitev za potrošnike, s katerimi se je trgovec pred sklenitvijo posla sporazumeval v jeziku, ki ni uradni jezik države članice, kjer se trgovec nahaja, potem pa to storitev ponujati izključno v drugem jeziku, ne da bi bil potrošnik na to jasno opozorjen, preden se je zavezal k sklenitvi posla.
- (9) Izjaviti ali drugače ustvariti vtis, da se izdelek lahko zakonito prodaja, čeprav se ne more.

- (10) Pravice, ki potrošnikom pripadajo po zakonu, predstavljati kot posebnost trgovčeve ponudbe.
- (11) Uporabiti uredniško vsebino v medijih za promocijo izdelka, če je trgovec plačal za promocijo, ne da bi to bilo jasno označeno v vsebini ali slikah ali zvokih, ki jih potrošnik z lahkoto prepozna („advertorial“). To ne posega v Direktivo 89/552/EGS <sup>(1)</sup>.
- (12) Navesti vsebinsko netočno trditev glede narave in obsega tveganja za osebno varnost potrošnika ali njegove družine, če potrošnik ne kupi izdelka.
- (13) Oglaševati izdelek, ki je podoben izdelku drugega proizvajalca na tak način, da to namerno zavaja potrošnika v prepričanje, da je izdelek proizvedel ta proizvajalec, čeprav temu ni tako.
- (14) Ustanoviti, voditi ali spodbujati piramidni sistem pospeševanja prodaje, pri kateri se potrošnik nadeja nagrade, predvsem zato, ker je uvedel v sistem nove potrošnike, in ne toliko zaradi prodaje ali rabe izdelkov.
- (15) Trditi, da bo trgovec v kratkem prenehal z dejavnostjo ali preselil poslovne prostore, čeprav tega ne namerava storiti.
- (16) Trditi, da lahko izdelki pripomorejo k zmagi v igrah na srečo.
- (17) Lažno zatrjevati, da lahko izdelek pozdravi bolezni, pomanjkljivosti ali okvare.
- (18) Posredovati vsebinsko netočne informacije o tržnih pogojih ali o možnosti, da se izdelek najde, z namenom napeljati potrošnika k nakupu izdelka pod pogoji, ki so manj ugodni kot običajni tržni pogoji.
- (19) V okviru poslovne prakse trditi, da se razpisuje nagradno tekmovanje ali promocija, ne da bi se potem te nagrade ali nadomestila zanje razdelila.
- (20) Izdelke označiti kot „gratis“, „zastonj“, „brezplačno“ ali podobno, če mora potrošnik plačati kakršen koli znesek poleg neizogibnih stroškov, nastalih, ker se je odzval na poslovno prakso, in stroškov zaradi prejema ali plačila za dostavo izdelka.
- (21) V tržno gradivo vključiti račun ali podoben zahtevek za plačilo, ki daje potrošniku vtis, da je že naročil izdelek, ki se oglašuje, čeprav tega ni storil.
- (22) Lažno zatrjevati ali dajati vtis, da trgovec ne deluje za namene v okviru svoje trgovske, poslovne, obrtne dejavnosti ali svobodne poklicne dejavnosti, ali se lažno predstavljati za kupca.
- (23) Ustvarjati lažni vtis, da so poprodajne storitve za izdelek na voljo v drugi državi članici kot v tisti, v kateri se izdelek prodaja.

<sup>(1)</sup> Direktiva Sveta 89/552/EGS z dne 3. oktobra 1989 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov (UL L 298, 17.10.1989, str. 23). Direktiva, kakor je bila spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 97/36/ES (UL L 202, 30.7.1997, str. 60).

## Agresivne poslovne prakse

- (24) Ustvariti vtis, da potrošnik ne more zapustiti poslovnih prostorov, dokler pogodba ni sklenjena.
- (25) Obiskovati potrošnika na domu in ga ne upoštevati, ko prosi, da se odide iz njegovega doma ali da se vanj ne vrača, razen v okoliščinah in v mejah, upravičenih po nacionalnem pravu, ko se izvršuje pogodbene obveznosti.
- (26) Vztrajno in nezaželeno nagovarjanje po telefonu, telefaksu, elektronski pošti ali drugem sredstvu za sporazumevanje na daljavo, razen v okoliščinah in v mejah, upravičenih po nacionalnem pravu, ko se izvršuje pogodbene obveznosti. To ne posega v člen 10 Direktive 97/7/ES ter Direktiv 95/46/ES <sup>(1)</sup> in 2002/58/ES.
- (27) Zahtevati, da potrošnik, ki želi vložiti odškodninski zahtevek iz zavarovalne police, predloži dokumente, ki se ne morejo utemeljeno šteti za pomembne pri določanju veljavnosti zahtevka, ali sistematično opuščati odgovarjanje na umestno pošto z namenom potrošnika odvrniti od uveljavljanja njegovih pogodbenih pravic.
- (28) V oglaševanje vključiti neposredno nagovarjanje otrok k nakupu ali k prigovarjanju staršev ali drugih odraslih, da jim kupijo izdelke, ki se oglašajo. Ta določba ne posega v člen 16 Direktive 89/552/EGS o opravljanju dejavnosti razširjanja televizijskih programov.
- (29) Zahtevati takojšnje ali odloženo plačilo za izdelke ali vračilo ali hrambo izdelkov, ki jih je dobavil trgovec, vendar jih potrošnik ni naročil, razen če ni izdelek zamenjava, dobavljena v skladu s členom 7(3) Direktive 97/7/ES (nenaročeno blago ali storitve).
- (30) Potrošnika eksplicitno obvestiti, da ogroža trgovčevo delovno mesto ali preživetje, če ne kupi izdelka ali storitve.
- (31) Ustvariti lažen vtis, da je potrošnik tudi brez nakupa že dobil, bo dobil ali bo na podlagi določenega dejanja dobil nagrado ali drugo ugodnost, čeprav v resnici:
- nagrada ali druga ugodnost ne obstaja
  - ali
  - dejanje, na podlagi katerega je mogoče zahtevati nagrado ali drugo ugodnost, vključuje plačilo s strani potrošnika ali izpostavljanje potrošnika stroškom.

---

<sup>(1)</sup> Direktiva Evropskega parlamenta in Sveta 95/46/ES z dne 24. oktobra 1995 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov (UL L 281, 23.11.1995, str. 31). Direktiva, kakor je bila spremenjena z Uredbo (ES) št. 1882/2003 (UL L 284, 31.10.2003, str. 1).



## PRILOGA II

**DOLOČBE PRAVA SKUPNOSTI, KI DOLOČAJO PRAVILA O OGLAŠEVANJU IN TRŽNIH KOMUNIKACIJAH**

Člena 4 in 5 Direktive 97/7/ES

Člen 3 Direktive Sveta 90/314/EGS z dne 13. junija 1990 o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih <sup>(1)</sup>

Člen 3(3) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 94/47/ES z dne 26. oktobra 1994 o varstvu potrošnikov v zvezi z nekaterimi vidiki pogodb o nakupu pravice do uporabe nepremičnin na podlagi časovnega zakupa <sup>(2)</sup>

Člen 3(4) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 98/6/ES z dne 16. februarja 1998 o varstvu potrošnikov pri označevanju cen potrošnikom ponujenih proizvodov <sup>(3)</sup>

Členi 86 do 100 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2001/83/ES z dne 6. novembra 2001 o zakoniku Skupnosti o zdravilih za uporabo v humani medicini <sup>(4)</sup>

Člena 5 in 6 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2000/31/ES z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (Direktiva o elektronskem poslovanju) <sup>(5)</sup>

Člen 1(d) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 98/7/ES z dne 16. februarja 1998 o spremembi Direktive Sveta 87/102/EGS o približevanju zakonov in drugih predpisov držav članic v zvezi s potrošniškimi krediti <sup>(6)</sup>

Člena 3 in 4 Direktive 2002/65/ES

Člen 1(9) Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2001/107/ES z dne 21. januarja 2002 o spremembi Direktive Sveta 85/611/EGS o usklajevanju zakonov in drugih predpisov o kolektivnih naložbenih podjetjih za vlaganja v prenosljive vrednostne papirje (KNPVP), z namenom zakonsko urediti družbe za upravljanje in izvlečke prospektov <sup>(7)</sup>

Člena 12 in 13 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2002/92/ES z dne 9. decembra 2002 o zavarovalnem posredovanju <sup>(8)</sup>

Člen 36 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2002/83/ES z dne 5. novembra 2002 o življenjskem zavarovanju <sup>(9)</sup>

<sup>(1)</sup> UL L 158, 23.6.1990, str. 59.

<sup>(2)</sup> UL L 280, 29.10.1994, str. 83.

<sup>(3)</sup> UL L 80, 18.3.1998, str. 27.

<sup>(4)</sup> UL L 311, 28.11.2001, str. 67. Direktiva, kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo 2004/27/ES (UL L 136, 30.4.2004, str. 34).

<sup>(5)</sup> UL L 178, 17.7.2000, str. 1.

<sup>(6)</sup> UL L 101, 1.4.1998, str. 17.

<sup>(7)</sup> UL L 41, 13.2.2002, str. 20.

<sup>(8)</sup> UL L 9, 15.1.2003, str. 3.

<sup>(9)</sup> UL L 345, 19.12.2002, str. 1. Direktiva, kakor je bila spremenjena z Direktivo Sveta 2004/66/ES (UL L 168, 1.5.2004, str. 35).

Člen 19 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2004/39/ES z dne 21. aprila 2004 o trgih finančnih instrumentov <sup>(1)</sup>

Člena 31 in 43 Direktive Sveta 92/49/EGS z dne 18. junija 1992 o uskladitvi zakonov in drugih predpisov o neposrednem zavarovanju razen življenjskega zavarovanja <sup>(2)</sup> (Tretja direktiva o neživljenjskem zavarovanju)

Členi 5, 7 in 8 Direktive Evropskega parlamenta in Sveta 2003/71/ES z dne 4. novembra 2003 o prospektih objavljenih ob javni ponudbi vrednostnih papirjev ali sprejemu vrednostnih papirjev v trgovanje <sup>(3)</sup>

---

<sup>(1)</sup> UL L 145, 30.4.2004, str. 1.

<sup>(2)</sup> UL L 228, 11.8.1992, str. 1. Direktiva, kakor je bila nazadnje spremenjena z Direktivo Evropskega parlamenta in Sveta 2002/87/ES (UL L 35, 11.2.2003, str. 1).

<sup>(3)</sup> UL L 345, 31.12.2003, str. 64.