

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2005/29/EG

av den 11 maj 2005

om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder)

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 95 i detta,

med beaktande av kommissionens förslag,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande ⁽¹⁾,

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget ⁽²⁾, och

av följande skäl:

- (1) Enligt artikel 153.1 och 153.3 a i fördraget skall gemenskapen bidra till att uppnå hög konsumentskyddsnivå genom de åtgärder som beslutas enligt artikel 95 i detta.
- (2) I enlighet med artikel 14.2 i fördraget omfattar den inre marknaden ett område utan inre gränser, där fri rörlighet för varor och tjänster samt etableringsfrihet säkerställs. Att utveckla tillbörliga affärsmetoder på området utan inre gränser är nödvändigt för att främja utvecklingen av den gränsöverskridande verksamheten.
- (3) Medlemsstaternas lagar om otillbörliga affärsmetoder skiljer sig mycket från varandra, vilket kan leda till märkbar snedvridning av konkurrensen och hindra den inre marknaden från att fungera smidigt. Vad gäller reklam fastställs

i rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om vilseledande och jämförande reklam ⁽³⁾ minimikriterier för harmonisering av lagstiftning om vilseledande reklam, men medlemsstaterna hindras inte från att behålla eller anta bestämmelser för att säkerställa en högre konsumentskyddsnivå. Bestämmelserna om vilseledande reklam varierar därför betydligt mellan medlemsstaterna.

- (4) Dessa skillnader skapar osäkerhet om vilka nationella bestämmelser som gäller i fråga om otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumentens ekonomiska intressen och skapar flera hinder för näringsidkare och konsumenterna. Dessa hinder medför ökade kostnader för företagen när de utnyttjar den inre marknads friheter, särskilt i samband med saluföring, reklamkampanjer och säljfrämjande åtgärder över gränserna. De innebär också att konsumenterna blir osäkra på sina rättigheter och att deras förtroende för den inre marknaden undergrävs.

- (5) I brist på enhetliga regler på gemenskapsnivå kan, mot bakgrund av Europeiska gemenskapernas domstols rättspraxis, hinder för etableringsfrihet eller för fri rörlighet för varor och tjänster över gränserna motiveras så länge syftet är att gagna erkända mål av allmänt intresse och så länge hindren står i proportion till dessa mål. Mot bakgrund av gemenskapens mål enligt fördragets och sekundärrättens bestämmelser om fri rörlighet, gemenskapens sekundärlagstiftning och i enlighet med kommissionens politik om kommersiella meddelanden – se kommissionens meddelande om uppföljning av grönboken om affärskommunikation på den inre marknaden – bör sådana hinder undanröjas. De kan bara undanröjas genom att det på gemenskapsnivå införs enhetliga regler som medför hög konsumentskyddsnivå och genom att vissa rättsliga begrepp klargörs på gemenskapsnivå i den omfattning som krävs för att den inre marknaden skall fungera väl och för att uppfylla kravet på rättssäkerhet.

⁽¹⁾ EUT C 108, 30.4.2004, s. 81.

⁽²⁾ Europaparlamentets yttrande av den 20 april 2004 (EUT C 104 E, 30.4.2004, s. 260), rådets gemensamma ståndpunkt av den 15 november 2004 (EUT C 38 E, 15.2.2005, s. 1), Europaparlamentets ståndpunkt av den 24 februari 2005 (ännu ej offentliggjord i EUT) och rådets beslut av den 12 april 2005.

⁽³⁾ EGT L 250, 19.9.1984, s. 17. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG (EGT L 290, 23.10.1997, s. 18).

- (6) Genom detta direktiv tillnärmas därför medlemsstaternas lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder, inklusive otillbörlig reklam, som direkt skadar konsumenternas ekonomiska intressen och därigenom indirekt skadar legitima konkurrenters ekonomiska intressen. I enlighet med proportionalitetsprincipen skyddar detta direktiv konsumenterna från konsekvenserna av sådana otillbörliga affärsmetoder, men hänsyn har tagits till att de ibland har försurbar effekt. Det omfattar eller påverkar inte nationell lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder som enbart skadar konkurrenters ekonomiska intressen eller som gäller transaktioner mellan näringsidkare. I full överensstämmelse med subsidiaritetsprincipen kommer medlemsstaterna, om de så önskar, att även i fortsättningen reglera sådana metoder i enlighet med gemenskapslagstiftningen. Detta direktiv omfattar eller påverkar inte heller de bestämmelser i direktiv 84/450/EEG som gäller reklam som är vilseledande för företag men inte för konsumenter och jämförande reklam. Vidare påverkas inte heller vedertagna reklam- och marknadsföringsmetoder som legitim produktplacering, märkesdifferentiering eller erbjudanden vilka legitimt kan inverka på konsumenternas uppfattning om en produkt och påverka deras beteende utan att försvaga konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.
- (7) Detta direktiv omfattar affärsmetoder som direkt syftar till att påverka konsumenternas affärsbeslut beträffande produkter. Det omfattar inte affärsmetoder som tillämpas främst i andra syften däribland kommersiella meddelanden som riktar sig till investerare, till exempel årsrapporter och reklammaterial för företag. Det omfattar inte rättsliga krav när det gäller smak och anständighet, där det finns stora variationer mellan medlemsstaterna. Sådana affärsmetoder som att i kommersiellt syfte tilltala människor på gatorna kan av kulturella skäl vara icke önskvärd i många medlemsstater. Medlemsstaterna bör därför även i fortsättningen med hänvisning till smak och anständighet kunna förbjuda affärsmetoder på sitt territorium i överensstämmelse med gemenskapsrätten även om sådana metoder inte begränsar konsumenternas valfrihet. Vid tillämpningen av detta direktiv, särskilt generalklausulerna i det, bör det göras en noggrann bedömning av omständigheterna i det enskilda fallet.
- (8) Genom detta direktiv skyddas direkt konsumenternas ekonomiska intressen mot otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter. Därigenom skyddas indirekt även legitim affärsverksamhet från konkurrenter som inte följer detta direktivs bestämmelser och sund konkurrens säkerställs inom det område direktivet omfattar. Det finns naturligtvis andra affärsmetoder som, även om de inte skadar konsumenterna, kan skada konkurrenter och företagskunder. Kommissionen bör noggrant undersöka om gemenskapen behöver vidta åtgärder mot illojal konkurrens som sträcker sig utöver direktivets ram och om så krävs lägga fram ett lagförslag som omfattar även dessa aspekter av illojal konkurrens.
- (9) Detta direktiv påverkar inte talan som väcks av enskilda personer som skadats av en otillbörlig affärsmetod. Det påverkar inte heller tillämpningen av gemenskapsbestämmelser och nationella bestämmelser om avtalsrätt, immaterialrätt, produkters hälso- och säkerhetsaspekter, etableringsvillkor och auktoriseringsförfaranden, däribland sådana som i enlighet med gemenskapens lagstiftning hänför sig till spelverksamhet, eller gemenskapens konkurrensbestämmelser och tillhörande nationella genomförandebestämmelser. Medlemsstaterna kommer alltså fortfarande att kunna behålla eller införa restriktioner och förbud mot affärsmetoder för att skydda sina konsumenters hälsa och säkerhet oavsett var näringsidkaren är etablerad, till exempel i fråga om alkohol, tobak eller farmaceutiska produkter. De finansiella tjänsternas liksom den fasta egendomens komplexitet och de allvarliga risker som är förbundna med dessa tjänster gör att utförliga krav måste fastställas, bland annat faktiska skyldigheter för näringsidkarna. När det gäller finansiella tjänster och fast egendom påverkar detta direktiv därför inte medlemsstaternas rätt att gå utöver dess bestämmelser för att skydda konsumenternas ekonomiska intressen. Det är inte lämpligt att i detta direktiv reglera certifiering och angivelser av inhåll för artiklar av ädelmetall.
- (10) Sambandet mellan detta direktiv och befintlig gemenskapslagstiftning måste vara tydligt, särskilt när detaljerade bestämmelser om otillbörliga affärsmetoder gäller specifika branscher. Genom detta direktiv ändras därför direktiv 84/450/EEG, Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal⁽¹⁾, Europaparlamentets och rådets direktiv 98/27/EG av den 19 maj 1998 om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen⁽²⁾ samt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/65/EG av den 23 september 2002 om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter⁽³⁾. Det här direktivet skall följaktligen tillämpas endast i den mån det saknas särskild gemenskapslagstiftning beträffande vissa aspekter av otillbörliga affärsmetoder, exempelvis informationskrav och

(1) EGT L 144, 4.6.1997, s. 19. Direktivet ändrat genom direktiv 2002/65/EG (EGT L 271, 9.10.2002, s. 16).

(2) EGT L 166, 11.6.1998, s. 51. Direktivet senast ändrat genom direktiv 2002/65/EG.

(3) EGT L 271, 9.10.2002, s. 16.

regler för hur informationen skall delges konsumenterna. Detta direktiv skyddar konsumenterna när det inte finns någon branschlagstiftning på gemenskapsnivå och hindrar näringsidkare från att ge ett felaktigt intryck av en produkts beskaffenhet. Detta är särskilt viktigt när det gäller komplexa produkter som innebär stora risker för konsumenten, exempelvis vissa finansiella tjänster. Detta direktiv kompletterar följaktligen de delar av gemenskapens regelverk som är tillämpliga på affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen.

- (11) Den höga grad av konvergens som uppnås genom detta direktivs bestämmelser om tillnärmning av nationella bestämmelser innebär hög gemensam konsumentskyddsnivå. Genom detta direktiv fastställs ett enda generellt förbud mot de otillbörliga affärsmetoder som snedvrider konsumentens ekonomiska beteende. I detta direktiv fastställs också bestämmelser om aggressiva affärsmetoder, som för närvarande inte är reglerade på gemenskapsnivå.
- (12) Harmoniseringen medför att rättssäkerheten kommer att öka avsevärt för både konsumenter och näringsidkare. Både konsumenter och näringsidkare kommer att kunna förlita sig på en enda rättslig ram, grundad på tydligt definierade rättsliga begrepp som reglerar alla aspekter av otillbörliga affärsmetoder inom hela EU. Resultatet blir att de hinder avlägsnas som är följden av splittrade bestämmelser om otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumentens ekonomiska intressen och att en inre marknad kan upprättas på området.
- (13) För att uppnå gemenskapens mål genom att avlägsna hinder för den inre marknaden är det nödvändigt att ersätta de olika generalklausuler och rättsprinciper som medlemsstaterna tillämpar för närvarande. Det enda gemensamma generella förbudet som införs genom detta direktiv täcker därför otillbörliga affärsmetoder som snedvrider konsumentens ekonomiska beteende. För att främja konsumenternas förtroende bör det generella förbudet tillämpas på samma sätt i fråga om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas utan att ett avtalsförhållande föreligger mellan näringsidkare och konsument eller när ett avtal ingås och fullgörs. Det generella förbudet kompletteras med bestämmelser om de två typer av otillbörliga affärsmetoder som är absolut vanligast, nämligen vilseledande och aggressiva metoder.
- (14) Det är önskvärt att till vilseledande affärsmetoder räkna sådana metoder, inklusive vilseledande reklam, som genom att vilseleda konsumenten hindrar denne från att fatta ett välgrundat och därmed effektivt beslut. I detta direktiv klassificeras, i enlighet med medlemsstaters lagar och

bestämmelser om vilseledande reklam, vilseledande metoder i två kategorier, nämligen vilseledande handlingar och vilseledande underlåtenhet. Vad gäller underlåtenhet fastställs i detta direktiv ett begränsat antal viktiga upplysningar som konsumenten behöver för att kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut. Dessa upplysningar måste inte ges i all reklam, utan bara vid köperbudanden från näringsidkaren, vilket är ett i direktivet tydligt definierat begrepp. Den strategi med fullständig harmonisering som valts för detta direktiv innebär inte ett hinder för medlemsstaterna att i nationell lag ange de viktigaste särdragen hos bestämda produkter, t.ex. samlarföremål eller elektriska varor, om ett utelämnande av sådan information skulle vara väsentligt vid ett köperbudande. Avsikten med detta direktiv är inte att inskränka konsumenternas val genom förbud mot marknadsföring av varor som liknar andra varor om inte denna likhet förvirrar konsumenterna i fråga om varans kommersiella ursprung och därmed är vilseledande. Detta direktiv bör inte påverka tillämpningen av befintlig gemenskapslagstiftning enligt vilken valet mellan flera alternativ till bestämmelser om konsumentskydd på området affärsmetoder uttryckligen överlämnas till medlemsstaterna. Detta direktiv bör i synnerhet inte påverka tillämpningen av artikel 13.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) ⁽¹⁾.

- (15) När det i gemenskapslagstiftningen fastställs krav på information i samband med marknadskommunikation, reklam och saluföring skall denna information betraktas som väsentlig information enligt detta direktiv. Medlemsstaterna kommer att kunna behålla eller skärpa kraven på information i avtalsrättsliga sammanhang och med avtalsrättsliga konsekvenser när detta är tillåtet enligt minimiklausulerna i gemenskapens gällande rättsakter. En icke uttömmande förteckning över sådana informationskrav i regelverket återfinns i bilaga II. Med tanke på den fullständiga harmonisering som införs genom detta direktiv är det endast den information som krävs enligt gemenskapslagstiftningen som anses som väsentlig i den mening som avses i artikel 7.5 i detta direktiv. Om medlemsstaterna har infört informationskrav utöver dem som anges i gemenskapslagstiftningen, på grundval av minimiklausuler, är det enligt detta direktiv inte en underlåtenhet att utelämnas denna ytterligare information. Medlemsstaterna kan däremot, när minimiklausulerna i gemenskapslagstiftningen så tillåter, behålla eller införa striktare bestämmelser i enlighet med gemenskapslagstiftningen för att säkerställa en högre nivå för skyddet av konsumenternas individuella avtalsmässiga rättigheter.

⁽¹⁾ EGT L 201, 31.7.2002, s. 37.

- (16) Bestämmelserna om aggressiva affärsmetoder bör omfatta de metoder som avsevärt inskränker konsumentens valfrihet. Hit hör metoder med inslag av trakasseri, tvång, inklusive fysiskt våld, och otillbörlig påverkan.
- (17) Det är önskvärt att, för större rättssäkerhet, fastställa vilka affärsmetoder som under alla omständigheter är otillbörliga. Bilaga I innehåller därför en fullständig förteckning över sådana metoder. Endast dessa affärsmetoder skall kunna bedömas som otillbörliga utan prövning från fall till fall utifrån bestämmelserna i artiklarna 5–9. Förteckningen kan ändras endast genom en översyn av detta direktiv.
- (18) Det är på sin plats att skydda alla konsumenter från otillbörliga affärsmetoder; emellertid har Europeiska gemenskapernas domstol, vid de avgöranden som rört fall om annonsering efter det att direktiv 84/450/EEG antagits, funnit det nödvändigt att bedöma deras inverkan på en tänkt typisk konsument. I enlighet med proportionalitetsprincipen, och för att det skydd som direktivet innebär faktiskt skall kunna förverkligas, utgår detta direktiv från genomsnittskonsumenten som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer och i enlighet med domstolens tolkning, men direktivet innehåller också bestämmelser för att förhindra exploatering när kunders egenskaper gör dem särskilt sårbara för otillbörliga affärsmetoder. Om en affärsmetod är särskilt riktad till en viss konsumentgrupp, till exempel barn, är det önskvärt att affärsmetodens inverkan bedöms ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp. Därför är det lämpligt att i förteckningen över metoder som under alla omständigheter skall betraktas som otillbörliga infoga en bestämmelse som, utan att innebära ett totalförbud mot reklam riktad till barn, skyddar barn från direkta uppmaningar att köpa. Begreppet genomsnittskonsument är inte ett statistiskt begrepp. De nationella domstolarna och myndigheterna måste använda sitt eget omdöme, med beaktande av domstolens rättspraxis, när de fastställer genomsnittskonsumentens typiska reaktion i ett givet fall.
- (19) När särskilda förhållanden som ålder, fysiska eller psykiska handikapp eller lättrogenhet gör vissa konsumenter särskilt känsliga för en affärsmetod eller för den produkt metoden avser, och endast dessa konsumenters ekonomiska beteende torde snedvridas av metoden på ett sätt som näringsidkaren rimligen kan förutse, bör det säkerställas att dessa får tillräckligt skydd genom att metoden bedöms ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp.
- (20) Det är lämpligt att ge uppförandekoderna en roll som gör det möjligt för näringsidkarna att faktiskt tillämpa detta direktivs principer på specifika ekonomiska områden. Inom branscher där särskilda tvingande krav reglerar näringsidkarnas uppförande är det lämpligt att kraven även omfattar krav på god yrkesed inom branschen. Den kontroll som utförs av kodutfärdaren, nationellt eller på gemenskapsnivå, i syfte att undanröja otillbörliga affärsmetoder bör uppmuntras, eftersom den kan innebära att administrativa eller rättsliga åtgärder inte behöver tillgripas. För att få till stånd en hög konsumentskyddsnivå kan konsumentorganisationerna informeras och engageras i utformningen av uppförandekoder.
- (21) Personer eller organisationer som enligt nationell lagstiftning anses ha berättigat intresse i frågan måste ha laglig möjlighet att inleda förfaranden mot otillbörliga affärsmetoder, antingen inför domstol eller inför en förvaltningsmyndighet med behörighet att fatta beslut i frågor som rör klagomål, eller inleda relevanta rättsliga förfaranden. Bevisbördan måste fastställas i nationell lagstiftning, men domstolar och administrativa myndigheter bör ges möjlighet att kräva att näringsidkare lägger fram bevis för riktigheten av faktapåståenden som de har gjort.
- (22) Det är nödvändigt att medlemsstaterna fastställer sanktioner vid överträdelse av bestämmelserna i detta direktiv och se till att dessa verkställs. Sanktionerna skall vara effektiva, proportionella och avskräckande.
- (23) Eftersom målen med detta direktiv, att undanröja de hinder på den inre marknaden som orsakas av nationell lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder och att säkerställa en hög gemensam konsumentskyddsnivå genom tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om otillbörliga affärsmetoder, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna utan bättre kan uppnås på gemenskapsnivå, kan gemenskapen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går detta direktiv inte utöver vad som är nödvändigt för att undanröja hindren på den inre marknaden och uppnå en hög konsumentskyddsnivå.
- (24) Detta direktiv bör ses över, så att det säkerställs att hindren på den inre marknaden har motverkats och att en hög konsumentskyddsnivå uppnås. Översynen kan medföra att kommissionen lägger fram ett förslag till ändring av detta direktiv, där det kan ingå en begränsad utvidgning av

undantaget i artikel 3.5 och/eller ändringar av annan konsumentskyddslagstiftning som återspeglar kommissionens konsumentskyddsstrategi med dess åtagande att se över det befintliga regelverket för att uppnå en hög gemensam nivå på konsumentskyddet.

- (25) Detta direktiv står i överensstämmelse med de grundläggande rättigheter och principer som erkänns bland annat i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL 1

ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 1

Syfte

Syftet med detta direktiv är att bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt och att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå genom att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelser som här anges:

- a) *konsument*: en fysisk person som, med avseende på affärsmetoder som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som ligger utanför dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, hantverk eller yrke.
- b) *näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person som, med avseende på de affärsmetoder som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som ligger inom ramen för dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, hantverk eller yrke samt den som handlar i näringsidkarens namn eller för dennes räkning.
- c) *produkt*: alla typer av varor och tjänster, även fast egendom, rättigheter och skyldigheter.
- d) *affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsument* (nedan även kallade *affärsmetoder*): en näringsidkares handling, underlåtenhet, beteende, företrädande eller kommersiella meddelande (inklusive reklam och saluföring) i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument.
- e) *att avsevärt snedvrída konsumentens ekonomiska beteende*: att använda en affärsmetod i syfte att i märkbar mån försämra konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut och därmed få konsumenten att fatta ett annat affärsbeslut än vad som annars skulle ha varit fallet.
- f) *uppförandekod*: en överenskommelse eller en uppsättning regler som inte föreskrivs i en medlemsstats lagar och andra författningar om hur näringsidkare som förbinder sig att iaktta koden skall förhålla sig till en eller flera angivna affärsmetoder eller inom en eller flera angivna branscher.
- g) *godutfärdare*: det organ, vilket även kan vara en näringsidkare eller en grupp av näringsidkare, som ansvarar för att utforma och se över en uppförandekod och/eller övervaka att koden efterlevs av dem som förbundit sig att iaktta den.
- h) *god yrkessed*: den nivå av fackmässighet och aktsamhet som en näringsidkare skäligen kan förväntas visa gentemot konsumenterna motsvarande hederlig marknadspraxis och/eller den allmänna principen om god tro i näringsidkarens bransch.
- i) *köperbudande*: kommersiellt meddelande som beskriver en produkts egenskaper och pris, på ett sätt som är lämpligt för den typ av kommersiellt meddelande det gäller, och på så sätt gör det möjligt för en kund att köpa produkten.
- j) *otillbörlig påverkan*: utnyttjande av en maktställning i förhållande till konsumenten för att utöva påtryckning, även utan fysiskt våld eller hot om sådant, på ett sätt som avsevärt inskränker konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.
- k) *affärsbeslut*: ett beslut som fattas av en konsument om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt skall köpas, om hela eller delar av köpesumman skall betalas, om produkten skall behållas eller överlåtas eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten skall utnyttjas oavsett om konsumenten beslutar att handa eller att avstå från att handla.
- l) *reglerat yrke*: en eller flera former av yrkesverksamhet där bestämda yrkeskvalifikationer direkt eller indirekt krävs genom lagar och andra författningar för tillträde till eller utövande av verksamheten eller någon form av denna.

*Artikel 3***Tillämpningsområde**

1. Detta direktiv skall tillämpas på otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på det sätt som anges i artikel 5, före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt.

2. Detta direktiv skall inte påverka avtalsrättslig lagstiftning, särskilt inte regler om avtals giltighet, ingående eller verkan.

3. Detta direktiv skall inte påverka några bestämmelser på gemenskapsnivå eller nationell nivå avseende produkters hälso- och säkerhetsaspekter.

4. Om bestämmelserna i detta direktiv står i strid med andra gemenskapsbestämmelser som reglerar specifika aspekter av otillbörliga affärsmetoder, skall de senare ha företräde och tillämpas på dessa specifika aspekter.

5. Medlemsstaterna skall under en period på sex år från och med den 12 juni 2007 fortsätta att få tillämpa nationella bestämmelser, inom det område som tillnärmas genom detta direktiv, vilka är mer inskränkande eller mer föreskrivande än bestämmelserna i detta direktiv och vilka genomför direktiv som innehåller klausuler om minsta harmonisering. Dessa åtgärder måste vara väsentliga för att tillförsäkra att konsumenterna ges tillräckligt skydd mot otillbörliga affärsmetoder och måste stå i proportion till detta mål. Den översyn som anges i artikel 18 får, om så anses lämpligt, inbegripa ett förslag om att förlänga undantaget för ytterligare en begränsad period.

6. Medlemsstaterna skall omgående underrätta kommissionen om eventuella nationella bestämmelser som tillämpas med stöd av punkt 5.

7. Detta direktiv skall inte påverka de bestämmelser som reglerar domstolars behörighet.

8. Detta direktiv skall inte påverka de villkor som medlemsstaterna enligt gemenskapslagstiftningen får ålägga yrkesutövare för etablering eller auktorisation, etiska uppförandekoder eller andra särskilda bestämmelser för reglerade yrken som syftar till att vidmakthålla högt ställda integritetsnormer för yrkesutövaren.

9. När det gäller "finansiella tjänster" enligt definitionen i direktiv 2002/65/EG och fast egendom får medlemsstaterna på det område som tillnärmas genom detta direktiv ställa mer inskränkande eller mer föreskrivande krav än enligt det här direktivet.

10. Detta direktiv skall inte gälla tillämpningen av medlemsstaternas lagar och andra författningar om certifiering och angivelse av finhalt för artiklar av ädelmetall.

*Artikel 4***Inre marknaden**

Medlemsstaterna får inte begränsa friheten att tillhandahålla tjänster eller den fria rörligheten för varor av anledningar som omfattas av det område som tillnärmas genom detta direktiv.

KAPITEL 2

OTILLBÖRLIGA AFFÄRSMETODER*Artikel 5***Förbud mot otillbörliga affärsmetoder**

1. Otillbörliga affärsmetoder skall vara förbjudna.

2. En affärsmetod skall vara otillbörlig om den

a) strider mot god yrkessed,

och

b) innebär, eller sannolikt kommer att innebära, avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet i förhållande till produkten hos den genomsnittskonsument som affärsmetoden riktar sig till eller som nås av metoden, eller den genomsnittliga gruppmedlemmen om affärsmetoden riktar sig till en viss konsumentgrupp.

3. Affärsmetoder som sannolikt kommer att innebära avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet endast hos en tydligt identifierbar grupp av konsumenter som på grund av mentala eller fysiska handikapp, ålder eller lättrogenhet är särskilt känsliga för metoden eller den produkt metoden avser, på ett sätt som näringsidkaren rimligen kan förväntas förutse, skall bedömas ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp. Detta skall inte påverka sedvanlig och legitim praxis att i reklam göra överdrivna påståenden eller påståenden som inte är avsedda att uppfattas i bokstavlig mening.

4. Affärsmetoder skall anses otillbörliga om de
- a) är vilseledande enligt artiklarna 6 och 7,
- eller
- b) aggressiva enligt artiklarna 8 och 9.
5. Bilaga I innehåller förteckningen över de affärsmetoder som under alla omständigheter skall betraktas som otillbörliga. Samma förteckning skall gälla i alla medlemsstater och får ändras endast genom en översyn av detta direktiv.

Avsnitt 1

Vilseledande affärsmetoder

Artikel 6

Vilseledande handlingar

1. En affärsmetod skall anses vara vilseledande om den inbegriper oriktig information och således är falsk eller om den på något sätt, även genom den allmänna utformningen – även om informationen är korrekt i sak – vilseleder eller sannolikt kommer att vilseleda genomsnittskonsumenten i ett eller flera av följande avseenden, samt i endera fallet medför eller sannolikt kommer att medföra att denne fattar ett affärsbeslut som han annars inte skulle ha fattat:
- a) Produktens förekomst eller beskaffenhet.
- b) Produktens utmärkande egenskaper, som t.ex. dess tillgänglighet, fördelar, risker, utförande, sammansättning, tillbehör, kundservice efter försäljning och reklamationshantering, metod och datum för tillverkning eller tillhandahållande, leverans, ändamålsenlighet, användningsområde, kvantitet, specifikation, geografiskt eller kommersiellt ursprung eller det resultat som kan förväntas av användningen, eller resultat och egenskaper som framkommit vid provningar eller undersökningar som utförts på produkten ifråga.
- c) Omfattningen av näringsidkarens åtaganden, motivet för affärsmetoden och typen av säljförfarande, eventuella uttalanden eller symboler som gäller direkt eller indirekt stöd för eller godkännande av näringsidkaren eller produkten.
- d) Priset eller hur priset beräknas, eller förekomsten av särskilda prisfördelar.
- e) Behovet av service, reservdelar, byte eller reparation.

- f) Typen av näringsidkare eller agent, deras kännetecken och rättigheter, t.ex. identitet och tillgångar, meriter, status, godkännande, tillhörighet eller anslutning samt innehav av industriella, kommersiella eller immateriella rättigheter, eller priser och belöningar som näringsidkaren tilldelats.
- g) Konsumentens rättigheter, inklusive bytes- eller återbetalningsrätt enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG av den 25 maj 1999 om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier ⁽¹⁾, och de risker denne kan utsättas för.

2. En affärsmetod skall också anses vara vilseledande om den, i sitt sammanhang, med beaktande av alla dess särdrag och av omständigheterna kring den, medför eller sannolikt kommer att medföra att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne normalt inte skulle ha fattat, och metoden omfattar

- a) marknadsföring av en produkt, inbegripet jämförande reklam, som orsakar förväxling med en konkurrents produkter, varumärken, varunamn eller särskiljande kännetecken,
- b) underlåtenhet från näringsidkarens sida att fullgöra åtaganden i uppförandekoder som näringsidkaren åtagit sig att följa, om
- i) åtagandet inte utgör en målsättning utan är fast och kan kontrolleras,
- och
- ii) näringsidkaren inom ramen för en affärsmetod anger att han måste följa koden.

Artikel 7

Vilseledande underlåtenhet

1. En affärsmetod skall anses vara vilseledande om den, i sitt sammanhang och med beaktande av alla dess särdrag och omständigheterna kring den samt av kommunikationsmediets begränsningar, innebär att näringsidkaren underlåter att lämna väsentlig information som genomsnittskonsumenten, beroende på sammanhanget, behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut och därigenom medför, eller sannolikt kommer att medföra, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

⁽¹⁾ EGT L 171, 7.7.1999, s. 12.

2. Det skall även anses vara vilseledande underlåtenhet om en näringsidkare, med hänsyn till de omständigheter som beskrivs i punkt 1, döljer sådan väsentlig information som avses i den punkten eller ger sådan information på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller olämpligt sätt, eller inte anger affärsmetodens kommersiella syfte om detta inte redan framgår av sammanhanget och när något av dessa fall innebär, eller sannolikt kommer att innebära, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

3. När det kommunikationsmedium som används för affärsmetoden medför begränsningar av utrymme eller tid, skall dessa begränsningar och de åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att på annat sätt delge konsumenterna informationen tas i beaktande för att avgöra huruvida information har utelämnats.

4. Vid ett köperbudande skall följande information anses som väsentlig, om den inte framgår av sammanhanget:

- a) Produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten.
- b) Näringsidkarens geografiska adress och identitet, till exempel företagsnamn och, där så är tillämpligt, geografisk adress och identitet för den näringsidkare på vars uppdrag han agerar.
- c) Priset inklusive skatter eller, om produktens art innebär att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknats och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma.
- d) Närmare villkor för betalning, leverans, fullgörande och hantering av reklamationer, om de avviker från de krav god yrkessed innebär.
- e) Uppgift om ånger- eller hävningsrätt för produkter och transaktioner för vilka det finns en sådan rätt.

5. Informationskrav som avser kommersiella meddelanden inklusive reklam eller marknadsföring och som har fastställts i gemenskapslagstiftningen – en icke uttömmande förteckning över denna lagstiftning återfinns i bilaga II – skall betraktas som väsentliga.

Avsnitt 2

Aggressiva affärsmetoder

Artikel 8

Aggressiva affärsmetoder

En affärsmetod skall anses vara aggressiv om den, i sitt sammanhang och med beaktande av alla dess särdrag och av omständigheterna kring den, genom trakasseri, tvång, inbegripet fysiskt våld, eller otillbörlig påverkan avsevärt inskränker eller som sannolikt kommer att avsevärt inskränka genomsnittskonsumentens valfrihet eller handlande avseende produkten och därigenom medför eller sannolikt kommer att medföra att konsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

Artikel 9

Trakasseri, tvång och otillbörlig påverkan

När det skall fastställas om en affärsmetod innebär trakasseri, tvång, inbegripet fysiskt våld, eller otillbörlig påverkan skall följande beaktas:

- a) Tidpunkt, plats, art och varaktighet.
- b) Användningen av hotfullt eller kränkande språk eller beteende.
- c) Om näringsidkaren för att påverka konsumentens beslut avseende produkten utnyttjar ett speciellt missöde eller omständigheter som näringsidkaren känner till och som är av sådan vikt att de försämrar konsumentens omdöme.
- d) Betungande eller oproportionerliga hinder som inte följer av avtalet och som näringsidkaren använder sig av när en konsument vill utöva sina rättigheter enligt avtalet, inbegripet rätten att häva ett avtal eller att byta till en annan produkt eller en annan näringsidkare.
- e) Hot om att vidta åtgärder som inte lagligen kan genomföras.

KAPITEL 3

UPPFÖRANDEKODER

Artikel 10

Uppförandekoder

Detta direktiv utesluter inte att en kontroll – som medlemsstaterna kan uppmuntra – av otillbörliga affärsmetoder kan genomföras av kodutfärdare och inte heller att sådana organ anlitas av de personer eller organisationer som avses i artikel 11, om förfaranden vid sådana organ äger rum utöver de domstolsförfaranden eller förvaltningsförfaranden som avses i den artikeln.

Att ett sådant kontrollorgan anlitas skall aldrig innebära att rätten att vidta de rättsliga åtgärder eller förvaltningsåtgärder som avses i artikel 11 förverkas.

KAPITEL 4

SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 11

Efterlevnad av bestämmelserna

1. Medlemsstaterna skall i konsumenternas intresse se till att det finns adekvata och effektiva metoder för att bekämpa otillbörliga affärsmetoder så att efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv säkerställs.

Sådana medel skall innefatta rättsliga bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer, som enligt den nationella lagstiftningen anses ha ett rättmätigt intresse av att otillbörliga affärsmetoder bekämpas, inbegripet konkurrenter, får

- a) vidta rättsliga åtgärder mot otillbörliga affärsmetoder,

och/eller

- b) anmäla sådana otillbörliga affärsmetoder till en förvaltningsmyndighet som är behörig antingen att fatta beslut rörande klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra vilken av dessa möjligheter som skall tillämpas, och om domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna skall få rätt att kräva att andra etablerade medel för att behandla klagomål först skall tillgripas, däribland de som nämns i artikel 10. Dessa möjligheter skall kunna utnyttjas oavsett om de berörda konsumenterna

befinner sig i den medlemsstat där näringsidkaren finns eller i en annan medlemsstat.

Det skall ankomma på varje medlemsstat att avgöra

- a) om dessa rättsliga medel får riktas mot en enskild näringsidkare eller mot en grupp näringsidkare från samma näringsgren,

och

- b) om dessa rättsliga medel får riktas mot en kodutfärdare, om den tillämpliga koden gör det lättare att kringgå de rättsliga kraven.

2. Genom de bestämmelser som avses i punkt 1 skall medlemsstaterna, i de fall de anser sådana åtgärder nödvändiga, med hänsyn till alla inblandades och särskilt det allmänna intressen, ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenheter

- a) att besluta att de otillbörliga affärsmetoderna skall upphöra, eller att inleda lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut,

eller

- b) att besluta om förbud mot den otillbörliga affärsmetoden, om den ännu inte tillämpats men tillämpningen är nära förestående, eller inleda ett lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut,

även om det inte finns bevis för faktisk förlust eller skada eller för uppsåt eller vårdslöshet från näringsidkarens sida.

Medlemsstaterna skall också ombesörja att de åtgärder som avses i första stycket vidtas skyndsamt

— antingen med tillfällig verkan,

eller

— med slutgiltig verkan,

varvid varje enskild medlemsstat får avgöra vilket av de två alternativen som skall väljas.

För att förhindra fortsatt verkan av otillbörliga affärsmetoder, som skall upphöra enligt ett slutgiltigt beslut, kan medlemsstaterna vidare ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenhet

a) att kräva att detta beslut offentliggörs helt eller delvis, och i sådan form de bedömer lämplig,

b) att dessutom kräva publicering av ett beriktigande.

3. De förvaltningsmyndigheter som avses i punkt 1 skall

a) vara så sammansatta att det inte finns anledning att tvivla på deras opartiskhet,

b) när de behandlar ett klagomål, ha tillräckliga befogenheter att övervaka och säkerställa efterlevnaden av sina beslut,

c) som regel motivera sina beslut.

När de befogenheter som avses i punkt 2 utövas uteslutande av en förvaltningsmyndighet, skall skälen till besluten alltid anges. Vidare måste det i detta fall fastställas ett förfarande så att varje otillbörlig eller oskälig myndighetsutövning eller underlåtenhet att utöva dessa befogenheter kan bli föremål för rättslig prövning.

Artikel 12

Domstolar och förvaltningsmyndigheter: styrkande av påståenden

Medlemsstaterna skall ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenhet att i domstolsförfarandena eller förvaltningsförfarandena enligt artikel 11

a) kräva att näringsidkaren lägger fram bevis för riktigheten av faktapåståenden om en affärsmetod under förutsättning att ett sådant krav, med beaktande av det rättmätiga intresse näringsidkaren eller annan part i förfarandet har, förefaller lämpligt mot bakgrund av omständigheterna i det särskilda fallet,

och

b) betrakta faktapåståenden som oriktiga, om de bevis som begärts in enligt a inte läggs fram eller bedöms otillräckliga av domstolen eller förvaltningsmyndigheten.

Artikel 13

Sanktioner

Medlemsstaterna skall fastställa sanktionerna vid överträdelse av de nationella bestämmelser som antas för tillämpningen av detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att se till att dessa verkställs. Sanktionerna skall vara effektiva, proportionella och avskräckande.

Artikel 14

Ändringar av direktiv 84/450/EEG

Direktiv 84/450/EEG ändras härmed på följande sätt:

1. Artikel 1 skall ersättas med följande:

”Artikel 1

Avsikten med detta direktiv är att skydda näringsidkarna mot vilseledande reklam och de otillbörliga följderna av denna, samt att ange under vilka förutsättningar jämförande reklam är tillåten.”

2. I artikel 2

— skall punkt 3 ersättas med följande:

”3. *säljare* eller *leverantör* (nedan kallad *näringsidkare*): en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som ligger inom ramen för dennes näringsverksamhet, hantverk, affärsverksamhet eller yrke samt den som handlar i näringsidkarens namn eller för dennes räkning.”

— skall följande punkt läggas till:

”4. *kodutfärdare*: det organ, vilket även kan vara en näringsidkare eller en grupp av näringsidkare, som ansvarar för att utforma och se över en uppförandekod och/eller övervaka att koden efterlevs av dem som förbundit sig att iaktta den.”

3. Artikel 3a skall ersättas med följande:

”Artikel 3a

1. Jämförande reklam skall, såvitt avser själva jämförelsen, vara tillåten under förutsättning att
 - a) den inte är vilseledande enligt artikel 2.2, artikel 3 och artikel 7.1 i detta direktiv eller artiklarna 6 och 7 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden (*),
 - b) den jämför varor eller tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål,
 - c) den på ett objektivt sätt jämför en eller flera väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos dessa varor och tjänster, bland vilka även priset kan ingå,
 - d) den varken misskrediterar eller uttrycker sig nedsättande om en konkurrents varumärken, firmanamn eller andra kännetecken, varor, tjänster, verksamhet eller förhållanden,
 - e) den i fråga om produkter med ursprungsbeteckning alltid avser produkter med samma beteckning,
 - f) den inte drar otillbörlig fördel av det anseende som en konkurrents varumärke, firmanamn eller andra kännetecken åtnjuter eller av en konkurrerande produkts ursprungsbeteckning,
 - g) den inte framställer en vara eller tjänst som en imitation av eller ersättning för en vara eller tjänst som har ett skyddat varumärke eller firmanamn,
 - h) den inte skapar förvirring bland näringsidkare, mellan annonsören och en konkurrent eller mellan annonsörens varumärken, firmanamn, andra utmärkande kännetecken, varor eller tjänster och en konkurrents.

4. Artikel 4.1 skall ersättas med följande:

”1. Medlemsstaterna skall i näringsidkarnas liksom även i konkurrenternas intresse se till att det finns lämpliga och effektiva metoder för att bekämpa vilseledande reklam och att bestämmelserna om jämförande reklam följs. Sådana metoder skall innefatta rättsliga bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer, som enligt den nationella lagstiftningen anses ha ett rättmätigt intresse av att bekämpa vilseledande reklam eller reglera jämförande reklam, får

- a) vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam,

eller

- b) anmäla sådan reklam till en förvaltningsmyndighet som är behörig antingen att besluta rörande klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra vilken av dessa möjligheter som skall finnas tillgängliga, och om domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna skall få rätt att kräva att andra etablerade medel för att behandla klagomål först skall tillgripas, däribland de som nämns i artikel 5.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra

- a) om dessa rättsliga medel får riktas mot en enskild näringsidkare eller mot en grupp näringsidkare från samma näringsgren,

och

- b) om dessa rättsliga medel får riktas mot en kodutfärdare om den tillämpliga koden gör det lättare att kringgå de rättsliga kraven.”

5. Artikel 7.1 skall ersättas med följande:

”1. Detta direktiv skall inte hindra medlemsstaterna från att bibehålla eller anta bestämmelser som avser att tillförsäkra näringsidkare och konkurrenter ett mera omfattande skydd avseende vilseledande reklam.”

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.”

Artikel 15

Ändring av direktiv 97/7/EG och 2002/65/EG

1. Artikel 9 i direktiv 97/7/EG skall ersättas med följande:

”Artikel 9

Leverans utan föregående beställning

Med beaktande av förbudet mot affärsmetoder som innebär leverans utan föregående beställning enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (*) skall medlemsstaterna vidta nödvändiga åtgärder för att frita konsumenterna från fullgörande av motprestation vid leverans utan föregående beställning eftersom ett uteblivet svar inte är liktydigt med samtycke.

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.”

2. Artikel 9 i beslut 2002/65/EG skall ersättas med följande:

”Artikel 9

Med beaktande av förbudet mot affärsmetoder som innebär leverans utan föregående beställning enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (*) och utan att det påverkar medlemsstaternas bestämmelser om automatisk förlängning av distansavtal skall medlemsstaterna, när automatisk förlängning är tillåten enligt dessa bestämmelser, vidta åtgärder för att frita konsumenterna från varje skyldighet vid leverans utan föregående beställning eftersom ett uteblivet svar inte är liktydigt med samtycke.

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.”

Artikel 16

Ändring av direktiv 98/27/EG och förordning (EG) nr 2006/2004

1. I bilagan till direktiv 98/27/EG skall punkt 1 ersättas med följande:

”1. Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.)”

2. I bilagan till Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagsstiftningen (”förordningen om konsumentskyddssamarbete”) (1) skall följande punkt läggas till:

”16. Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.)”

Artikel 17

Information

Medlemsstaterna skall vidta lämpliga åtgärder för att informera konsumenterna om den nationella lag genom vilken detta direktiv införlivas och skall, där så är lämpligt, uppmuntra näringsidkare och kodutfärdare att informera konsumenterna om sina uppförandekoder.

Artikel 18

Översyn

1. Senast den 12 juni 2011 skall kommissionen överlämna en sammanfattande rapport till Europaparlamentet och rådet om genomförandet av detta direktiv, särskilt artikel 3.9 och artikel 4 och bilaga I, om ramen för ytterligare harmonisering och förenkling av gemenskapsrätten avseende konsumentskydd och, med beaktande av artikel 3.5, om åtgärder som behöver vidtas på gemenskapsnivå för att se till att lämpliga nivåer av konsumentskydd upprätthålls. Rapporten skall vid behov åtföljas av ett förslag om översyn av detta direktiv eller andra tillämpliga delar av gemenskapsrätten.

2. Europaparlamentet och rådet skall sträva efter att i enlighet med fördraget agera inom två år efter det att kommissionen har lagt fram ett förslag i enlighet med punkt 1.

Artikel 19

Införlivande

Medlemsstaterna skall anta och offentliggöra de bestämmelser i lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den 12 juni 2007. De skall genast underrätta kommissionen om detta och om eventuella ändringar.

(1) EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

Medlemsstaterna skall tillämpa dessa bestämmelser senast den 12 december 2007. När en medlemsstat antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

Artikel 20

Ikraftträdande

Detta direktiv träder i kraft dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Artikel 21

Adressater

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Strasbourg den 11 maj 2005.

På Europaparlamentets vägnar
J. P. BORRELL FONTELLES
Ordförande

På rådets vägnar
N. SCHMIT
Ordförande

BILAGA I

AFFÄRSMETODER SOM UNDER ALLA OMSTÄNDIGHETER ÄR OTILLBÖRLIGA

Vilseledande affärsmetoder

- 1) Påstå att näringsidkaren har undertecknat en uppförandekod när så inte är fallet.
- 2) Uppvisa en förtroendemärkning, kvalitetsmärkning eller motsvarande utan att ha erhållit det nödvändiga tillståndet.
- 3) Påstå att en uppförandekod rekommenderas av ett offentligt eller annat organ när så inte är fallet.
- 4) Påstå att en näringsidkare (inklusive dennes affärsmetoder) eller en produkt har godkänts, rekommenderats eller sanktionerats av ett offentligt eller privat organ när så inte är fallet eller påstå detta utan att villkoren för godkännandet, rekommendationen eller sanktioneringen iakttas.
- 5) Erbjudna produkter till ett angivet pris utan att näringsidkaren uppger att han har rimliga skäl att tro att han inte kommer att kunna leverera, själv eller med hjälp av underleverantör, dessa eller likvärdiga produkter till det angivna priset inom en tid och i sådan mängd som är rimligt med beaktande av produkten, omfattningen av reklamen för produkten och det pris som erbjudits (otillbörligt lockerbjudande).
- 6) Erbjudna produkter till ett angivet pris och sedan
 - a) vägra att visa konsumenten produkten ifråga,

eller
 - b) vägra att ta emot en beställning eller leverera produkten inom rimlig tid,

eller
 - c) förevisa ett defekt exemplar av den,

i avsikt att istället försöka sälja en annan produkt (en typ av otillbörligt lockerbjudande).
- 7) Oriktigt ange att en produkt kommer att vara tillgänglig enbart under mycket begränsad tid, eller att den kommer att vara tillgänglig enbart på särskilda villkor under en mycket begränsad tid, för att få konsumenten att fatta ett omedelbart beslut utan att ha tillräcklig tid eller möjlighet att fatta ett välgrundat beslut.
- 8) Åta sig att ge service efter försäljningen till kunder med vilka näringsidkaren före köpet har kommunicerat på ett språk som inte är ett officiellt språk i den medlemsstat där näringsidkaren är lokaliserad och sedan ge sådan service enbart på ett annat språk utan att tydligt informera konsumenten om detta innan denne förbinder sig att köpa produkten.
- 9) Ange eller på annat sätt skapa intryck av att det är lagligt att sälja en produkt när så inte är fallet.

- 10) Framställa konsumenters lagliga rättigheter som utmärkande för näringsidkarens erbjudande.
- 11) Använda material från medierna för att göra reklam för en produkt om näringsidkaren själv har betalat för materialet och detta inte framgår av reklamen eller av bilder eller ljud som tydligt kan identifieras av konsumenten (annons i redaktionell form). Detta skall inte påverka tillämpningen av direktiv 89/552/EEG ⁽¹⁾.
- 12) Göra ett i sak oriktigt påstående om arten och omfattningen av den risk konsumenten utsätter sig själv eller sin familj för om han eller hon inte köper produkten.
- 13) Försöka att sälja en produkt som liknar en annan produkt, som görs av en särskild tillverkare, på ett sätt som avsiktligt förespeglar konsumenten att produkten är gjord av samma tillverkare, trots att så inte är fallet.
- 14) Inrätta, driva eller göra reklam för pyramidspel där konsumenten lockas att delta på grund av möjligheten att få ersättning och denna främst grundas på att andra konsumenter värvas till spelet, snarare än på försäljning eller konsumtion av en produkt.
- 15) Oriktigt påstå att näringsidkaren står i begrepp att upphöra med sin verksamhet eller flytta till nya lokaler.
- 16) Påstå att produkter kan underlätta vinst i hasardspel.
- 17) Oriktigt påstå att en produkt förmår bota sjukdomar, funktionsrubbnings eller missbildningar.
- 18) Förmedla i sak oriktig information om marknadsvillkor eller möjligheten att finna produkten i avsikt att förmå konsumenten att förvärva produkten på mindre fördelaktiga villkor än de marknaden normalt kan erbjuda.
- 19) Som affärsmetod påstå sig anordna tävlingar eller säljfrämjande åtgärder med priser utan att dela ut de priser som beskrivs eller någon skälig motsvarighet till dessa.
- 20) Beskriva en produkt som "gratis", "kostnadsfri", "utan avgift" eller liknande om konsumenten måste betala annat än den oundvikliga kostnaden för att svara på affärsmetoden och hämta eller betala för leverans av produkten.
- 21) I marknadsföringsmaterialet inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger konsumenten intryck av han redan har beställt den marknadsförda produkten när så inte är fallet.
- 22) Oriktigt påstå eller skapa intryck av att näringsidkaren inte agerar i syften som hänför sig till dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, yrkeskår eller yrkesområde, eller felaktigt uppträda som konsument.
- 23) Oriktigt skapa intryck av att produktservice efter försäljning är tillgänglig i en annan medlemsstat än den där produkten säljs.

⁽¹⁾ Rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television (EGT L 298, 17.10.1989, s. 23). Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).

Aggressiva affärsmetoder

- 24) Ge intryck av att konsumenten inte kan lämna platsen innan ett avtal har utarbetats.
- 25) Göra personliga besök i konsumentens hem och ignorera dennes anmodan om att lämna hans hem eller inte komma tillbaka, utom under de omständigheter och i den utsträckning som enligt nationell lagstiftning är motiverat för att få en avtalsmässig skyldighet fullgjord.
- 26) Ta upprepade och oönskade kontakter per telefon, fax, e-post eller annat medium utom under de förhållanden och i den utsträckning som enligt nationell lagstiftning är motiverat för att få en avtalsmässig skyldighet fullgjord. Detta skall inte påverka tillämpningen av artikel 10 i direktiv 97/7/EG och direktiven 95/46/EG ⁽¹⁾ och 2002/58/EG.
- 27) Kräva att en konsument, som gör anspråk på ersättning från en försäkring, lägger fram dokument som inte rimligen kan anses relevanta för huruvida anspråket är giltigt, eller systematiskt underlåta att svara på relevant korrespondens i ärendet, om detta sker i syfte att förmå konsumenten att avstå från att utöva sina avtalsenliga rättigheter.
- 28) Att i en annons direkt uppmana barn att köpa eller att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa de utannonserade produkterna åt dem. Denna bestämmelse påverkar inte tillämpningen av artikel 16 i direktiv 89/552/EEG om sändningsverksamhet för television.
- 29) Kräva omedelbar eller uppskjuten betalning för eller återsändande eller förvaring av produkter som näringsidkaren tillhandahållit men som konsumenten inte beställt (leverans utan föregående beställning) utom om produkten är en sådan ersättning som tillhandahållits i överensstämmelse med artikel 7.3 i direktiv 97/7/EG.
- 30) Uttryckligen informera konsumenten om att näringsidkarens arbete eller försörjning står på spel om konsumenten inte köper produkten eller tjänsten.
- 31) Oriktigt skapa intryck av att konsumenten redan har vunnit eller kommer att vinna ett pris eller annan motsvarande förmån, eventuellt efter att först ha utfört en särskild handling,
 - när det i själva verket inte finns något pris eller någon annan motsvarande förmån,
 - eller
 - när möjligheten att göra anspråk på priset eller en annan motsvarande förmån är beroende av att konsumenten betalar pengar eller ådrar sig en kostnad.

⁽¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 95/46/EG av den 24 oktober 1995 om skydd för enskilda personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter (EGT L 281, 23.11.1995, s. 31). Direktivet ändrat genom förordning (EG) nr 1882/2003 (EUT L 284, 31.10.2003, s. 1).

BILAGA II

**GEMENSKAPSLAGSTIFTNING MED BESTÄMMELSER FÖR REKLAM OCH
MARKNADSKOMMUNIKATION**

Artiklarna 4 och 5 i direktiv 97/7/EG

Artikel 3 i rådets direktiv 90/314/EEG av den 13 juni 1990 om paketresor, semesterpaket och andra paketarrangemang ⁽¹⁾

Artikel 3.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 94/47/EG av den 26 oktober 1994 om skydd för köparna vad avser vissa aspekter i avtal om nyttjanderätten till fast egendom på tidsdelningsbasis ⁽²⁾

Artikel 3.4 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna ⁽³⁾

Artiklarna 86–100 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel ⁽⁴⁾

Artiklarna 5 och 6 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (direktiv om elektronisk handel) ⁽⁵⁾

Artikel 1 d i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/7/EG av den 16 februari 1998 om ändring av rådets direktiv 87/102/EEG om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om konsumentkrediter ⁽⁶⁾

Artiklarna 3 och 4 i direktiv 2002/65/EG

Artikel 1.9 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/107/EG av den 21 januari 2002 om ändring av rådets direktiv 85/611/EEG om samordning av lagar och andra författningar som avser företag för kollektiva investeringar i överlåtbara värdepapper (fondföretag) i syfte att införa regler för förvaltningsbolag och förenklade prospekt ⁽⁷⁾

Artiklarna 12 och 13 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/92/EG av den 9 december 2002 om försäkringsförmedling ⁽⁸⁾

Artikel 36 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/83/EG av den 5 november 2002 om livförsäkring ⁽⁹⁾

⁽¹⁾ EGT L 158, 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ EGT L 280, 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ EGT L 80, 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ EGT L 311, 28.11.2001, s. 67. Direktivet senast ändrat genom direktiv 2004/27/EG (EUT L 136, 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ EGT L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ EGT L 101, 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ EGT L 41, 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ EGT L 9, 15.1.2003, s. 3.

⁽⁹⁾ EGT L 345, 19.12.2002, s. 1. Direktivet ändrat genom rådets direktiv 2004/66/EG (EUT L 168, 1.5.2004, s. 35).

Artikel 19 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2004/39/EG av den 21 april 2004 om marknader för finansiella instrument ⁽¹⁾

Artiklarna 31 och 43 i rådets direktiv 92/49/EEG av den 18 juni 1992 om samordning av lagar och andra författningar som avser annan direkt försäkring än livförsäkring ⁽²⁾ (tredje direktivet om annan direkt försäkring än livförsäkring)

Artiklarna 5, 7 och 8 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/71/EG av den 4 november 2003 om de prospekt som skall offentliggöras när värdepapper erbjuds till allmänheten eller tas upp till handel på en reglerad marknad ⁽³⁾

⁽¹⁾ EUT L 145, 30.4.2004, s. 1.

⁽²⁾ EGT L 228, 11.8.1992, s. 1. Direktivet senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/87/EG (EUT L 35, 11.2.2003, s. 1).

⁽³⁾ EUT L 345, 31.12.2003, s. 64.