

ΟΔΗΓΙΑ 2005/29/ΕΚ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**της 11ης Μαΐου 2005****για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά και για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του Συμβουλίου, των οδηγιών 97/7/ΕΚ, 98/27/ΕΚ, 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου («Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές»)****(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)**

ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 95,

την πρόταση της Επιτροπής,

τη γνώμη της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής ⁽¹⁾,

Αποφασίζοντας σύμφωνα με τη διαδικασία που ορίζει το άρθρο 251 της συνθήκης ⁽²⁾,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

(1) Η παράγραφος 1 και η παράγραφος 3 στοιχείο α) του άρθρου 153 της συνθήκης ορίζουν ότι η Κοινότητα θα πρέπει να συμβάλλει στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών με μέτρα που θεσπίζει σύμφωνα με το άρθρο 95.

(2) Σύμφωνα με το άρθρο 14 παράγραφος 2 της συνθήκης, η εσωτερική αγορά αποτελεί ένα χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα, μέσα στον οποίο εξασφαλίζονται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών και η ελευθερία εγκατάστασης. Η ανάπτυξη θεμιτών εμπορικών πρακτικών στο χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη διασυννοριακών δραστηριοτήτων.

(3) Οι νόμοι των κρατών μελών που αφορούν τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές, οι οποίες μπορούν να δημιουργήσουν αισθητές στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και εμπόδια στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Στον τομέα της διαφήμισης, η οδηγία 84/450/ΕΟΚ

του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση ⁽³⁾, θεσπίζει ελάχιστα κριτήρια για την εναρμόνιση της νομοθεσίας για την παραπλανητική διαφήμιση, όμως δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρήσουν ή να θεσπίσουν μέτρα που παρέχουν εκτενέστερη προστασία στους καταναλωτές. Ως εκ τούτου, οι διατάξεις των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση διαφέρουν σημαντικά.

(4) Οι διαφορές αυτές δημιουργούν αβεβαιότητα ως προς το ποιοι εθνικοί κανόνες ισχύουν για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και δημιουργούν πολλά εμπόδια τα οποία βλάπτουν τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Τα εμπόδια αυτά αυξάνουν το κόστος των επιχειρήσεων όταν χρησιμοποιούν τις ελευθερίες της εσωτερικής αγοράς, ιδίως όταν επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε διασυννοριακό μάρκετινγκ, διαφημιστικές εκστρατείες και προώθηση πωλήσεων. Τα εμπόδια αυτά δημιουργούν επίσης αβεβαιότητα στους καταναλωτές όσον αφορά τα δικαιώματά τους και υποσκιάζουν την εμπιστοσύνη τους στην εσωτερική αγορά.

(5) Ελλείπει ενιαίων κανόνων σε κοινοτικό επίπεδο, τα εμπόδια στην ελεύθερη κυκλοφορία υπηρεσιών και αγαθών δια μέσου των συνόρων ή στην ελευθερία εγκατάστασης θα μπορούσαν να δικαιολογηθούν, υπό το πρίσμα της νομολογίας του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, στο βαθμό που επιδιώκουν την προστασία αναγνωρισμένων στόχων δημοσίου συμφέροντος, και εφόσον είναι αναλογικά προς τους στόχους αυτούς. Σύμφωνα με τους κοινοτικούς στόχους, όπως καθορίζονται στις διατάξεις της συνθήκης και του παράγωγου κοινοτικού δικαίου που αφορούν την ελεύθερη κυκλοφορία και σύμφωνα με την πολιτική της Επιτροπής για την εμπορική επικοινωνία όπως αναφέρεται στην ανακοίνωση της Επιτροπής «Τα πορίσματα της Πράσινης Βίβλου σχετικά με τις εμπορικές επικοινωνίες στην εσωτερική αγορά», παρόμοια εμπόδια θα πρέπει να εξαλειφθούν. Τα εμπόδια αυτά μπορούν να εξαλειφθούν μόνο με τη θέσπιση ενιαίων κανόνων σε κοινοτικό επίπεδο οι οποίοι να προβλέπουν υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και με τη διασαφήνιση ορισμένων νομικών εννοιών σε κοινοτικό επίπεδο, στο βαθμό που αυτό είναι αναγκαίο για την ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και για τη συμμόρφωση με την απαίτηση ασφάλειας του δικαίου.

⁽¹⁾ ΕΕ C 108 της 30.4.2004, σ. 81.

⁽²⁾ Γνώμη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 20ής Απριλίου 2004 (ΕΕ C 104 Ε της 30.4.2004, σ. 260), κοινή θέση του Συμβουλίου της 15ης Νοεμβρίου 2004 (ΕΕ C 38 Ε της 15.2.2005, σ. 1), θέση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 24ης Φεβρουαρίου 2005 (δεν έχει ακόμα δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα) και απόφαση του Συμβουλίου της 12ης Απριλίου 2005.

⁽³⁾ ΕΕ L 250 της 19.9.1984, σ. 17· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/55/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 290 της 23.10.1997, σ. 18).

- (6) Ως εκ τούτου, η παρούσα οδηγία επιδιώκει την προσέγγιση της νομοθεσίας των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της αθέμιτης διαφήμισης, οι οποίες βλάπτουν άμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και, συνεπώς, έμμεσα τα οικονομικά συμφέροντα των θεμιτών ανταγωνιστών. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, η οδηγία προστατεύει τους καταναλωτές από τις συνέπειες τέτοιου είδους αθέμιτων εμπορικών πρακτικών όπου αυτές είναι ουσιώδεις, αλλά αναγνωρίζει ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις η επίπτωση στους καταναλωτές μπορεί να είναι αμελητέα. Δεν καλύπτει ούτε θίγει τους εθνικούς νόμους για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν μόνο τα οικονομικά συμφέροντα των ανταγωνιστών ή τις πρακτικές που αφορούν εμπορικές συναλλαγές· τα κράτη μέλη, λαμβάνοντας πλήρως υπόψη τους την αρχή της επικουρικότητας, θα συνεχίσουν να είναι σε θέση να ρυθμίζουν τέτοιου είδους πρακτικές, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, εφόσον επιλέξουν να το πράττουν. Επίσης η παρούσα πρόταση ούτε καλύπτει ούτε αναιρεί τις διατάξεις της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ για τη διαφήμιση που είναι παραπλανητική για τις επιχειρήσεις, αλλά δεν είναι παραπλανητική για τους καταναλωτές και για τη συγκριτική διαφήμιση. Δεν θίγει επίσης αποδεκτές πρακτικές διαφήμισης και μάρκετινγκ, όπως η θεμιτή γκρίζα διαφήμιση, η διαφοροποίηση του εμπορικού σήματος ή η προσφορά κινήτρων, οι οποίες μπορούν θεμιτά να επηρεάσουν την αντίληψη των καταναλωτών για προϊόντα καθώς και τη συμπεριφορά τους, χωρίς να εμποδίζουν τους καταναλωτές να λάβουν τεκμηριωμένη απόφαση.
- (7) Η παρούσα οδηγία αφορά εμπορικές πρακτικές που αποβλέπουν άμεσα στον επηρεασμό των αποφάσεων των καταναλωτών σε σχέση με προϊόντα. Δεν αφορά εμπορικές πρακτικές που εκτελούνται καταρχήν για άλλους σκοπούς, συμπεριλαμβανομένης π.χ. της εμπορικής επικοινωνίας που στοχεύει σε επενδυτές, όπως είναι η υποβολή ετήσιων εκθέσεων και οι εταιρικές διαφημιστικές δημοσιεύσεις. Δεν καλύπτονται οι κανόνες δικαίου που σχετίζονται με την καλαισθησία και την ευπρέπεια, οι οποίοι παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των κρατών μελών. Εμπορικές πρακτικές, όπως π.χ. η άγρα πελατών στους δρόμους, ενδέχεται να είναι ανεπιθύμητη στα κράτη μέλη για λόγους πολιτιστικούς. Συνεπώς, τα κράτη μέλη θα πρέπει να εξακολουθήσουν να μπορούν να απαγορεύουν εμπορικές πρακτικές για λόγους καλαισθησίας και ευπρέπειας στην επικράτειά τους, ακόμα και όταν οι πρακτικές αυτές δεν περιορίζουν την ελευθερία επιλογής των καταναλωτών. Κατά την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας, και ιδίως των γενικών ρητρών της, θα πρέπει να λαμβάνονται πλήρως υπόψη οι περιστάσεις της οικείας μεμονωμένης περίπτωσης.
- (8) Η παρούσα οδηγία προ οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές. Συνεπώς, προστατεύει έμμεσα τις επιχειρήσεις που λειτουργούν με θεμιτό τρόπο έναντι των ανταγωνιστών που δεν τηρούν τους κανόνες της οδηγίας και διασφαλίζει έτσι το θεμιτό ανταγωνισμό στον τομέα τον οποίο συντονίζει η οδηγία. Εξυπακούεται ότι υπάρχουν άλλες εμπορικές πρακτικές οι οποίες, μολονότι δεν βλάπτουν τους καταναλωτές, ενδέχεται να βλάψουν τους ανταγωνιστές και τους πελάτες των επιχειρήσεων. Η Επιτροπή θα πρέπει να εξετάσει προσεκτικά την ανάγκη να αναληφθεί κοινοτική δράση στο πεδίο του αθέμιτου ανταγωνισμού που δεν καλύπτεται από την οδηγία και, εφόσον είναι αναγκαίο, να υποβάλει πρόταση προκειμένου να καλύψει τις άλλες αυτές πλευρές.
- (9) Η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη επί μέρους προσφυγών ατόμων που έχουν υποστεί ζημία από αθέμιτη εμπορική πρακτική. Επίσης δεν θίγει την κοινοτική και εθνική νομοθεσία για το δίκαιο των συμβάσεων, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα θέματα υγείας και ασφαλείας προϊόντων, τους όρους εγκατάστασης και των καθεστώτων αδειών, περιλαμβανομένων των κανόνων που, βάσει του κοινοτικού δικαίου, αφορούν τα τυχερά παίγνια, και των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού, καθώς και τις εθνικές διατάξεις εφαρμογής τους. Έτσι, τα κράτη μέλη θα μπορούν, στην επικράτειά τους, να διατηρούν ή να εισάγουν περιορισμούς και απαγορεύσεις εμπορικών πρακτικών για λόγους προστασίας της υγείας και ασφαλείας των καταναλωτών ανεξάρτητα από τον τόπο εγκατάστασης του εμπορευόμενου π.χ. σε σχέση με το οινόπνευμα, τον καπνό ή τα φαρμακευτικά προϊόντα. Για τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και την ακίνητη περιουσία λόγω της πολυπλοκότητας και των σοβαρών κινδύνων που ενέχουν, απαιτούνται λεπτομερείς ρυθμίσεις, συμπεριλαμβανομένων των θετικών υποχρεώσεων που επιβάλλονται στους εμπορευόμενους. Για το λόγο αυτό, στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και της ακίνητης περιουσίας η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη του δικαιώματος των κρατών μελών να υπερβαίνουν τα όρια των διατάξεων της παρούσας οδηγίας προκειμένου να προστατεύσουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών. Δεν είναι σκόπιμο να ρυθμιστεί εν προκειμένω η πιστοποίηση και η αναγραφή του ονομαστικού τίτλου των αντικειμένων από πολύτιμα μέταλλα.
- (10) Είναι αναγκαίο να εξασφαλιστεί η συνοχή μεταξύ της παρούσας οδηγίας και του υφιστάμενου κοινοτικού δικαίου, ειδικά όταν για συγκεκριμένους τομείς ισχύουν λεπτομερείς διατάξεις για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Ως εκ τούτου, η παρούσα οδηγία τροποποιεί την οδηγία 84/450/ΕΟΚ, την οδηγία 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις ⁽¹⁾, την οδηγία 98/27/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 19ης Μαΐου 1998, περί των αγωγών παραλείψεως στον τομέα της προστασίας των συμφερόντων των καταναλωτών ⁽²⁾ και την οδηγία 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές ⁽³⁾. Συνεπώς, η παρούσα οδηγία ισχύει μόνον εφόσον δεν υφίστανται ειδικές διατάξεις του κοινοτικού

(1) ΕΕ L 144 της 4.6.1997, σ. 19· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2002/65/ΕΚ (ΕΕ L 271 της 9.10.2002, σ. 16).

(2) ΕΕ L 166 της 11.6.1998, σ. 51· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 2002/65/ΕΚ.

(3) ΕΕ L 271 της 9.10.2002, σ. 16.

δικαίου που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, όπως είναι οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών και οι κανόνες για τον τρόπο παρουσίασης πληροφοριών στον καταναλωτή. Προστατεύει τον καταναλωτή όπου δεν υπάρχει ειδική τομεακή νομοθεσία σε κοινοτικό επίπεδο και απαγορεύει στους εμπορευόμενους τη δημιουργία εσφαλμένων εντυπώσεων για τη φύση των προϊόντων. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για σύνθετα προϊόντα με υψηλά επίπεδα κινδύνου για τους καταναλωτές όπως ορισμένα προϊόντα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. Κατά συνέπεια η οδηγία συμπληρώνει το ισχύον κοινοτικό κεκτημένο για τις εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών.

(11) Το υψηλό επίπεδο σύγκλισης που επιτυγχάνεται με την προσέγγιση των εθνικών διατάξεων μέσω της παρούσας οδηγίας δημιουργεί ένα κοινό υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών. Η παρούσα οδηγία θεσπίζει μια ενιαία γενική απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών που στρεβλώνουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών. Καθορίζει επίσης κανόνες για επιθετικές εμπορικές πρακτικές που σήμερα δεν ρυθμίζονται σε επίπεδο Κοινότητας.

(12) Η εναρμόνιση θα αυξήσει σημαντικά τη νομική βεβαιότητα και για τους καταναλωτές και για τις επιχειρήσεις. Τόσο οι καταναλωτές όσο και οι επιχειρήσεις θα μπορούν να βασίζονται σε ένα ενιαίο ρυθμιστικό πλαίσιο βασισμένο, με τη σειρά του, σε σαφώς καθορισμένες νομικές έννοιες που θα ρυθμίζουν όλες τις πτυχές των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών σε όλη την ΕΕ. Το αποτέλεσμα θα είναι η εξάλειψη των εμποδίων από τον κατακερματισμό των κανόνων για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών και η επίτευξη της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς σε αυτό τον τομέα.

(13) Για την επίτευξη των κοινοτικών στόχων μέσω της εξάλειψης των εμποδίων στην εσωτερική αγορά είναι αναγκαίο να αντικατασταθούν οι υφιστάμενες αποκλίνουσες γενικές ρήτρες και νομικές αρχές των κρατών μελών. Έτσι, η παρούσα οδηγία θεσπίζει μια ενιαία, κοινή γενική απαγόρευση η οποία καλύπτει τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που στρεβλώνουν την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών. Προκειμένου να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των καταναλωτών, η γενική απαγόρευση θα πρέπει να εφαρμόζεται και στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που ασκούνται εκτός οιασδήποτε συμβατικής σχέσης μεταξύ ενός εμπορευόμενου και ενός καταναλωτή ή μετά τη σύναψη της σύμβασης και κατά τη διάρκεια της εκτέλεσής της. Η γενική απαγόρευση έχει καταρτιστεί βάσει κανόνων για τα δύο είδη εμπορικών πρακτικών που είναι κατ' εξοχήν οι πλέον συνήθεις, δηλαδή τις παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές και τις επιθετικές εμπορικές πρακτικές.

(14) Επιδίωξη είναι οι παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές να καλύπτουν εκείνες τις πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της παραπλανητικής διαφήμισης, οι οποίες εξαπατούν τον καταναλωτή και τον εμποδίζουν να κάνει τεκμηριωμένη και, επομένως, αποτελεσματική επιλογή. Σύμφωνα με τους νόμους

και τις πρακτικές των κρατών μελών για την παραπλανητική διαφήμιση, η παρούσα οδηγία κατατάσσει τις παραπλανητικές πρακτικές σε παραπλανητικές πράξεις και σε παραπλανητικές παραλείψεις. Όσον αφορά τις παραλείψεις, η οδηγία καθορίζει έναν περιορισμένο αριθμό βασικών πληροφοριών που χρειάζεται ο καταναλωτής για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής. Οι πληροφορίες αυτές δεν πρέπει να ανακοινώνονται σε όλες τις διαφημίσεις αλλά μόνο όπου ο εμπορευόμενος απευθύνει πρόσκληση για αγορά, έννοια που προσδιορίζεται σαφώς στην οδηγία. Η προσέγγιση πλήρους εναρμόνισης την οποία ακολουθεί η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να ορίζουν, στο εθνικό τους δίκαιο, τα κύρια χαρακτηριστικά συγκεκριμένων προϊόντων, όπως συλλεκτικών αντικειμένων ή ηλεκτρικών προϊόντων, των οποίων η παράλειψη θα ήταν ουσιαστική όταν διατυπώνεται πρόσκληση για αγορά. Η οδηγία δεν επιδιώκει να περιορίσει τη δυνατότητα επιλογής των καταναλωτών απαγορεύοντας την προώθηση προϊόντων παρόμοιων με άλλα προϊόντα, εκτός αν η ομοιότητα δημιουργεί σύγχυση στους καταναλωτές ως προς την εμπορική προέλευση των προϊόντων και επομένως είναι παραπλανητική. Η παρούσα οδηγία θα πρέπει να ισχύει με την επιφύλαξη του ισχύοντος κοινοτικού δικαίου το οποίο παρέχει ρητά στα κράτη μέλη τη δυνατότητα επιλογής μεταξύ διαφόρων ρυθμιστικών εναλλακτικών λύσεων για την προστασία των καταναλωτών στον τομέα των εμπορικών πρακτικών. Ειδικότερα, η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη του άρθρου 13 παράγραφος 3 της οδηγίας 2002/58/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Ιουλίου 2002, σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών ⁽¹⁾.

(15) Όταν το κοινοτικό δίκαιο καθορίζει απαιτήσεις παροχής πληροφοριών για την εμπορική επικοινωνία, τη διαφήμιση και το μάρκετινγκ, οι πληροφορίες αυτές θεωρούνται, κατά την παρούσα οδηγία, ουσιώδεις. Τα κράτη μέλη θα μπορούν να διατηρούν ή να προσθέτουν απαιτήσεις παροχής πληροφοριών οι οποίες θα αφορούν το δίκαιο των συμβάσεων και θα έχουν συνέπειες δικαίου των συμβάσεων όπου επιτρέπεται από τις ελάχιστες ρήτρες στις υφιστάμενες κοινοτικές νομοθετικές πράξεις. Στο παράρτημα II περιλαμβάνεται ενδεικτικός κατάλογος τέτοιων απαιτήσεων παροχής πληροφοριών που απαντώνται στο κοινοτικό κεκτημένο. Με δεδομένη την πλήρη εναρμόνιση που εισάγει η παρούσα οδηγία, μόνο οι πληροφορίες που απαιτούνται στο κοινοτικό δίκαιο θεωρούνται ουσιώδεις, για τους σκοπούς του άρθρου 7 παράγραφος 5 της παρούσας οδηγίας. Όπου τα κράτη μέλη έχουν εισαγάγει απαιτήσεις πληροφόρησης πέραν αυτών της κοινοτικής νομοθεσίας, με βάση τις ελάχιστες ρήτρες, η παράλειψη των εν λόγω πρόσθετων απαιτήσεων δεν θα συνιστά, επομένως, παραπλανητική παράλειψη κατά την παρούσα οδηγία. Αντιθέτως, τα κράτη μέλη θα μπορούν, εφόσον αυτό επιτρέπεται με βάση τις ελάχιστες ρήτρες του κοινοτικού δικαίου, να διατηρούν ή να εισάγουν αυστηρότερες διατάξεις σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο, προκειμένου να διασφαλίσουν υψηλότερο επίπεδο προστασίας των ατομικών συμβατικών δικαιωμάτων των καταναλωτών.

⁽¹⁾ ΕΕ L 201 της 31.7.2002, σ. 37.

- (16) Οι διατάξεις για τις επιθετικές εμπορικές πρακτικές θα πρέπει να καλύπτουν τις πρακτικές εκείνες που περιορίζουν σημαντικά την ελευθερία επιλογής του καταναλωτή. Πρόκειται για πρακτικές που χρησιμοποιούν παρενόχληση, καταναγκασμό συμπεριλαμβανόμενης και της χρήσης σωματικής βίας και της κατάχρησης επιρροής.
- (17) Είναι σκόπιμο να καθοριστούν οι εμπορικές πρακτικές που είναι αθέμιτες υπό οποιεσδήποτε περιστάσεις, χάριν μεγαλύτερης ασφάλειας δικαίου. Στο παράρτημα I περιλαμβάνεται ο πλήρης κατάλογος όλων αυτών των πρακτικών. Είναι οι μόνες εμπορικές πρακτικές που μπορούν να θεωρηθούν αθέμιτες, χωρίς κατά περίπτωση αξιολόγηση, παρά τις διατάξεις των άρθρων 5 έως 9. Ο κατάλογος μπορεί να τροποποιηθεί μόνο με αναθεώρηση της οδηγίας.
- (18) Είναι σκόπιμο να προστατεύονται όλοι οι καταναλωτές από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, ωστόσο, θεώρησε σκόπιμο, κατά την εκδίκαση ορισμένων υποθέσεων διαφήμισης μετά την έναρξη ισχύος της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ, να εξετάσει τις επιπτώσεις που έχουν σε έναν ιδεατό τυπικό καταναλωτή. Η παρούσα οδηγία, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας και προκειμένου να επιτευχθεί η αποτελεσματική εφαρμογή της προστασίας που παρέχει, θέτει ως σημείο αναφοράς τον μέσο καταναλωτή, ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος, λαμβανομένων υπόψη των κοινωνικών, πολιτιστικών και γλωσσικών παραγόντων, κατά την ερμηνεία του Δικαστηρίου, αλλά επίσης περιλαμβάνει διατάξεις για την πρόληψη της εκμετάλλευσης των καταναλωτών, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των οποίων τους καθιστούν ιδιαίτερα ευάλωτους σε αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται ειδικά σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών, όπως τα παιδιά, η επίδραση της εμπορικής πρακτικής ευκαίω είναι να εκτιμάται από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής της ομάδας. Συνεπώς, σκόπιμο είναι ο κατάλογος των πρακτικών που θεωρούνται οπωσδήποτε αθέμιτες, να συνοδεύεται από διάταξη η οποία, χωρίς να επιβάλλει πλήρη απαγόρευση της διαφήμισης που απευθύνεται σε παιδιά, θα τα προστατεύει από την άμεση παρακίνηση για αγορά. Η δοκιμή μέσου καταναλωτή δεν αποτελεί στατιστική δοκιμή. Τα εθνικά δικαστήρια και οι εθνικές αρχές θα πρέπει να χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση, λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία του Δικαστηρίου για να προσδιορίζουν την τυπική αντίδραση του μέσου καταναλωτή σε δεδομένη περίπτωση.
- (19) Όταν ορισμένα χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, η σωματική ή πνευματική αναπηρία ή η ευπιστία καθιστούν τους καταναλωτές ιδιαίτερα ευάλωτους σε μια εμπορική πρακτική ή στο προβαλλόμενο προϊόν και η οικονομική συμπεριφορά μόνον αυτών των καταναλωτών ενδέχεται να στρεβλωθεί από την εν λόγω πρακτική, με τέτοιο τρόπο ώστε ο εμπορευόμενος να μπορεί ευλόγως να το προβλέψει, είναι σκόπιμο να διασφαλίζεται η επαρκής προστασία τους με την αξιολόγηση αυτής της πρακτικής από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής της ομάδας.
- (20) Είναι σκόπιμο να προβλεφθεί ένας ρόλος για τους κώδικες συμπεριφοράς οι οποίοι θα δίνουν τη δυνατότητα στους εμπορευόμενους να εφαρμόζουν τις αρχές της οδηγίας αποτελεσματικά σε συγκεκριμένους οικονομικούς τομείς. Σε τομείς στους οποίους δεν υπάρχουν ειδικοί δεσμευτικοί κανόνες που να διέπουν τη συμπεριφορά των εμπορευομένων, είναι σκόπιμο οι εμπορευόμενοι αυτοί να παρέχουν επίσης αποδείξεις όσον αφορά τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδήσιας του τομέα. Με τον έλεγχο που ασκείται από ιδιοκτήτες κώδικα σε εθνικό ή κοινοτικό επίπεδο για την εξάλειψη αθέμιτων εμπορικών πρακτικών μπορεί να αποφευχθεί η ανάγκη προσφυγής σε διοικητικές ή δικαστικές αρχές και ως εκ τούτου ο έλεγχος αυτός θα πρέπει να ενθαρρυνθεί. Προκειμένου να επιτευχθεί ένα υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών, οι οργανώσεις καταναλωτών θα μπορούσαν να ενημερώνονται και να συμμετέχουν στην κατάρτιση αυτών των κωδίκων συμπεριφοράς.
- (21) Τα άτομα ή οι οργανισμοί, που, στο πλαίσιο της εθνικής νομοθεσίας, θεωρείται ότι έχουν έννομο συμφέρον στην συγκεκριμένη υπόθεση, πρέπει να έχουν τη δυνατότητα άσκησης προσφυγών κατά των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, είτε ενώπιον δικαστηρίου είτε ενώπιον διοικητικής αρχής αρμόδιας για να αποφασίσει ως προς την καταγγελία ή να κινήσει την ενδεδειγμένη διαδικασία ενώπιον των δικαστηρίων. Το βάρος της αποδείξεως καθορίζεται από το εθνικό δίκαιο. Θα ήταν, ωστόσο, σκόπιμο να έχουν τα δικαστήρια και οι διοικητικές αρχές τη δυνατότητα να ζητούν από τους εμπορευόμενους να προσκομίσουν αποδεικτικά στοιχεία ως προς την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών τους.
- (22) Τα κράτη μέλη είναι αναγκαίο να θεσπίζουν κυρώσεις για παραβάσεις των διατάξεων της παρούσας οδηγίας και πρέπει να εξασφαλίζουν την επιβολή τους. Οι κυρώσεις αυτές πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές.
- (23) Επειδή οι στόχοι της παρούσας οδηγίας, δηλαδή η εξάλειψη των εμποδίων για τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς που προκύπτουν από την εθνική νομοθεσία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και η παροχή ενός κοινού υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών μέσω της προσέγγισης των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, δεν μπορούν να επιτευχθούν επαρκώς από τα κράτη μέλη και μπορούν να επιτευχθούν καλύτερα σε κοινοτικό επίπεδο, η Κοινότητα μπορεί να θεσπίσει μέτρα σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, όπως προβλέπεται στο άρθρο 5 της συνθήκης. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, όπως ορίζεται στο άρθρο αυτό, η παρούσα οδηγία δεν υπερβαίνει τα αναγκαία όρια για την εξάλειψη των εμποδίων της εσωτερικής αγοράς και την επίτευξη ενός κοινού υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών.
- (24) Είναι σκόπιμο να αναθεωρείται η παρούσα οδηγία για να εξασφαλίζεται ότι έχουν αντιμετωπισθεί τα εμπόδια της εσωτερικής αγοράς και ότι επιτυγχάνεται υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών. Η αναθεώρηση θα μπορούσε να οδηγήσει στην υποβολή πρότασης της Επιτροπής για τροποποίηση της παρούσας οδηγίας, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει περιορισμένη επέκταση της παρέκκλισης του

άρθρου 3 παράγραφος 5 ή/και τροποποιήσεις άλλων νομοθετικών πράξεων για την προστασία των καταναλωτών οι οποίες να αντικατοπτρίζουν τη δέσμευση της Επιτροπής στο πλαίσιο της στρατηγικής για την πολιτική καταναλωτών να αναθεωρεί το ισχύον κεκτημένο ώστε να επιτευχθεί υψηλό κοινό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών.

- (25) Η παρούσα οδηγία σέβεται τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις αρχές που αναγνωρίζονται, ιδίως στο Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης,

ΕΞΕΔΩΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΔΗΓΙΑ:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 1

Στόχος

Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι να συμβάλει στην ορθή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και στην επίτευξη υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών με την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που βλάπτουν τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών.

Άρθρο 2

Ορισμοί

Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας νοούνται ως:

- α) «καταναλωτής»: κάθε φυσικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις εμπορικές πρακτικές που καλύπτει η παρούσα οδηγία, ενεργεί για λόγους οι οποίοι δεν εμπίπτουν στην εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα·
- β) «εμπορευόμενος»: κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο, όσον αφορά τις εμπορικές πρακτικές που καλύπτει η παρούσα οδηγία, ενεργεί για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με την εμπορική, επιχειρηματική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα και κάθε πρόσωπο το οποίο ενεργεί εξ ονόματος ή για λογαριασμό του εμπορευόμενου·
- γ) «προϊόν»: κάθε αγαθό ή υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης της ακίνητης περιουσίας, των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων·
- δ) «εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές» (οι οποίες αναφέρονται στο εξής και ως «εμπορικές πρακτικές»): κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός εμπορευόμενου, άμεσα συνδεδεμένη με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές·
- ε) «ουσιώδης στρέβλωση της οικονομικής συμπεριφοράς των καταναλωτών»: η χρήση μιας εμπορικής πρακτικής με σκοπό τη σημαντική μείωση της ικανότητας του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση, με επακόλουθο ο καταναλωτής να λάβει μια απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε·
- στ) «κώδικας συμπεριφοράς»: κάθε συμφωνία ή σύνολο κανόνων που δεν επιβάλλονται από νομοθετική, κανονιστική ή διοικητική διάταξη κράτους μέλους και που καθορίζουν, όσον αφορά μια ή περισσότερες συγκεκριμένες εμπορικές πρακτικές ή επιχειρηματικούς τομείς, τη συμπεριφορά των εμπορευόμενων που αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από τον κώδικα·
- ζ) «ιδιοκτήτης κώδικα»: κάθε οντότητα, συμπεριλαμβανομένων ενός εμπορευόμενου ή μιας ομάδας εμπορευόμενων, η οποία είναι υπεύθυνη για τη διατύπωση και την αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς και/ή για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα όσων έχουν αναλάβει να δεσμεύονται από αυτόν·
- η) «επαγγελματική ευσυνειδησία»: το μέτρο της ειδικής τεχνικής ικανότητας και μέριμνας που ευλόγως αναμένεται να επιδεικνύει ένας εμπορευόμενος προς τους καταναλωτές, κατ' αναλογία προς την έντιμη πρακτική της αγοράς και/ή τη γενική αρχή της καλής πίστης, στον τομέα δραστηριοτήτων του εμπορευόμενου·
- θ) «πρόσκληση για αγορά»: η εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή, με τρόπο ο οποίος ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται, ούτως ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά·
- ι) «κατάχρηση επιρροής»: η εκμετάλλευση της θέσης ισχύος σε σχέση με τον καταναλωτή για την άσκηση πίεσης, ακόμα και χωρίς τη χρήση ή την απειλή σωματικής βίας, με τρόπο που περιορίζει σημαντικά την ικανότητα του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση·
- ια) «απόφαση συναλλαγής»: απόφαση που λαμβάνει ο καταναλωτής για το κατά πόσον, πώς και υπό ποιους όρους θα πραγματοποιήσει αγορά, θα καταβάλει τίμημα πλήρως ή εν μέρει, θα κρατήσει ή θα διαθέσει προϊόν ή θα ασκήσει συμβατικό δικαίωμα επί του προϊόντος, είτε ο καταναλωτής αποφασίσει να προβεί σε ενέργεια είτε όχι·
- ιβ) «νομοθετικώς κατοχυρωμένο επάγγελμα»: επαγγελματική δραστηριότητα ή ομάδα επαγγελματικών δραστηριοτήτων, η πρόσβαση στις οποίες ή η άσκηση των οποίων ή ένας από τους τρόπους άσκησης των οποίων προϋποθέτει, άμεσα ή έμμεσα, ειδικά επαγγελματικά προσόντα, κατ' εφαρμογή νομοθετικών, κανονιστικών ή διοικητικών διατάξεων.

Άρθρο 3

Πεδίο εφαρμογής

1. Η παρούσα οδηγία ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, όπως αυτές θεσπίζονται στο άρθρο 5, πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζόμενη με ένα συγκεκριμένο προϊόν.

2. Η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη του δικαίου των συμβάσεων και, ιδίως, των κανόνων εγκυρότητας, διαμόρφωσης ή αποτελέσματος μιας σύμβασης.

3. Η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη των κοινοτικών ή εθνικών κανόνων που αφορούν θέματα υγείας και ασφάλειας των προϊόντων.

4. Σε περίπτωση σύγκρουσης των διατάξεων της παρούσας οδηγίας με άλλους κοινοτικούς κανόνες που ρυθμίζουν συγκεκριμένες πτυχές αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, οι τελευταίοι επικρατούν και εφαρμόζονται επί των πτυχών αυτών.

5. Για διάστημα έξι ετών από τις 12 Ιουνίου 2007, τα κράτη μέλη θα μπορούν να εξακολουθούν να εφαρμόζουν εθνικούς κανόνες στο πεδίο των νομοθεσιών που προσεγγίζονται δια της παρούσας οδηγίας περιοριστικότερους και λεπτομερέστερους αυτών της παρούσας οδηγίας, εφόσον πρόκειται για διατάξεις με τις οποίες μεταφέρονται στο εθνικό δίκαιο οδηγίες που περιλαμβάνουν ρήτρες ελάχιστης εναρμόνισης. Τα μέτρα αυτά πρέπει να είναι ουσιώδη για τη διασφάλιση επαρκούς προστασίας των καταναλωτών έναντι των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών και ανάλογα προς τον επιδιωκόμενο στόχο. Η αναθεώρηση κατ' άρθρο 18 μπορεί, εφόσον κριθεί σκόπιμο, να περιλαμβάνει πρόταση για παράταση της παρούσας παρέκκλισης για περαιτέρω περιορισμένο διάστημα.

6. Τα κράτη μέλη γνωστοποιούν χωρίς καθυστέρηση στην Επιτροπή τις ενδεχόμενες εθνικές διατάξεις που εφαρμόζονται βάσει της παραγράφου 5.

7. Η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη των κανόνων περί δικαιοδοσίας των δικαστηρίων.

8. Η παρούσα οδηγία ισχύει υπό την επιφύλαξη των τυχόν όρων εγκατάστασης, ή των καθεστώτων αδειών, ή των δεοντολογικών κωδίκων συμπεριφοράς ή άλλων ειδικών κανόνων που διέπουν νομοθετικώς κατοχυρωμένα επαγγέλματα προκειμένου να τηρούνται υψηλά πρότυπα επαγγελματικής ακεραιότητας, τους οποίους μπορούν, να επιβάλλουν στους επαγγελματίες τα κράτη μέλη, σύμφωνα με το κοινοτικό δίκαιο.

9. Ως προς τις «χρηματοοικονομικές υπηρεσίες» όπως ορίζονται στην οδηγία 2002/65/EK προς τους καταναλωτές και την ακίνητη περιουσία, τα κράτη μέλη μπορούν να επιβάλλουν περιοριστικότερους και λεπτομερέστερους κανόνες από τους κανόνες της παρούσας οδηγίας στον εναρμονιζόμενο τομέα.

10. Η παρούσα οδηγία δεν ισχύει για την εφαρμογή των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την πιστοποίηση και την αναγραφή του ονομαστικού τίτλου των αντικειμένων από πολύτιμα μέταλλα.

Άρθρο 4

Εσωτερική αγορά

Τα κράτη μέλη δεν περιορίζουν ούτε την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών ούτε την ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών για λόγους που εμπίπτουν στον τομέα όπου επιδιώκεται η προσέγγιση της νομοθεσίας μέσω της παρούσας οδηγίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Άρθρο 5

Απαγόρευση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών

1. Απαγορεύονται οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

2. Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη όταν:

α) είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας,

και

β) στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή στον οποίο φθάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας, όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών.

3. Εμπορικές πρακτικές που ενδέχεται να στρεβλώνουν ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά μόνο μιας σαφώς προσδιοριζόμενης ομάδας καταναλωτών που είναι ιδιαίτερος εύαλτος ως προς την πρακτική αυτή ή ως προς το συγκεκριμένο προϊόν λόγω πνευματικής ή σωματικής αναπηρίας, ηλικίας ή ακρισίας, με τέτοιο τρόπο ώστε ο εμπορευόμενος να μπορεί ευλόγως να το προβλέψει, εκτιμώνται υπό το πρίσμα του μέσου μέλους της συγκεκριμένης ομάδας. Αυτό ισχύει υπό την επιφύλαξη της κοινής και θεμιτής διαφημιστικής πρακτικής της διατύπωσης δηλώσεων που ενέχουν υπερβολές ή δηλώσεων οι οποίες δεν αναμένεται να εκληφθούν, ως έχουν, εν τη κυριολεξία τους.

4. Ιδιαίτερος, εμπορικές πρακτικές, είναι αθέμιτες όταν
- α) είναι παραπλανητικές όπως καθορίζεται στα άρθρα 6 και 7,

ή

- β) είναι επιθετικές όπως καθορίζεται στα άρθρα 8 και 9.

5. Το παράρτημα I περιέχει τον κατάλογο των εμπορικών πρακτικών που θεωρούνται αθέμιτες υπό οποιοσδήποτε περιστάσεις. Ο ίδιος ενιαίος κατάλογος ισχύει σε όλα τα κράτη μέλη και μπορεί να τροποποιηθεί μόνο με αναθεώρηση της παρούσας οδηγίας.

Τμήμα 1

Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές

Άρθρο 6

Παραπλανητικές πράξεις

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες και είναι επομένως αναληθής ή, όταν, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένης της συνολικής παρουσίας της, εξαπατά ή ενδέχεται να εξαπατήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι, αντικειμενικά, ορθές όσον αφορά ένα ή περισσότερα από τα στοιχεία τα οποία παρατίθενται κατωτέρω και, ούτως ή άλλως, τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε:

- α) η ύπαρξη ή η φύση του προϊόντος·
- β) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος όπως είναι η διαθεσιμότητα, τα οφέλη, οι κίνδυνοι, η εκτέλεση, η σύνθεση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, η μετά την πώληση υποστήριξη προς τον καταναλωτή και η αντιμετώπιση των παραπόνων, η μέθοδος και η ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, η παράδοση, η καταλληλότητα, η χρήση, η ποσότητα, οι προδιαγραφές, η γεωγραφική ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση του προϊόντος αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιαστικά χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων του προϊόντος·
- γ) έκταση των δεσμεύσεων του εμπορευομένου, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και η φύση της διαδικασίας πωλήσεων, κάθε δήλωση ή σύμβολο που αφορά άμεση ή έμμεση χορηγία ή έγκριση του εμπορευομένου ή του προϊόντος·
- δ) η τιμή ή ο τρόπος υπολογισμού της ή η ύπαρξη ειδικής πλεονεκτικής τιμής·
- ε) η ανάγκη υπηρεσίας, ανταλλακτικού, αντικατάστασης ή επισκευής·

στ) η φύση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του εμπορευομένου ή του πράκτορά του, όπως είναι η ταυτότητα και τα περιουσιακά στοιχεία του, τα προσόντα του, η ιδιότητα, η έγκριση, η εταιρική σχέση ή η σύνδεση και η κυριότητα δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, ή τα βραβεία και οι διακρίσεις του·

ζ) τα δικαιώματα του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος αντικατάστασης ή επιστροφής κατά την οδηγία 1999/44/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Μαΐου 1999, σχετικά με ορισμένες πτυχές της πώλησης και των εγγυήσεων καταναλωτικών αγαθών⁽¹⁾, ή των κινδύνων που μπορεί να αντιμετωπίσει ο καταναλωτής.

2. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επίσης παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει το μέσο καταναλωτή να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε, και η πρακτική περιλαμβάνει:

- α) κάθε μάρκετινγκ προϊόντος, συμπεριλαμβανομένης της συγκριτικής διαφήμισης, που δημιουργεί σύγχυση με προϊόντα, εμπορικά σήματα, εμπορικές επωνυμίες και άλλα διακριτικά γνωρίσματα ενός ανταγωνιστή·
- β) μη συμμόρφωση του εμπορευομένου προς τις δεσμεύσεις που περιέχουν κώδικες συμπεριφοράς με τους οποίους ανέλαβε να δεσμευτεί, όταν:
- i) η δέσμευση δεν είναι προγραμματική αλλά είναι ρητή και μπορεί να εξακριβωθεί,
- και
- ii) ο εμπορευόμενος αναφέρει σε μια εμπορική πρακτική ότι δεσμεύεται από τον κώδικα.

Άρθρο 7

Παραπλανητικές παραλείψεις

1. Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, καθώς και των περιορισμών του συγκεκριμένου μέσου επικοινωνίας, παραλείπει ουσιαστικές πληροφορίες που χρειάζεται ο μέσος καταναλωτής, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο, για να λάβει τεκμηριωμένη απόφαση συναλλαγής, και ως εκ τούτου τον οδηγεί ή ενδέχεται να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

⁽¹⁾ ΕΕ L 171 της 7.7.1999, σ. 12.

2. Παραπλανητική παράλειψη τεκμαίρεται και όταν ο εμπορευόμενος αποκρύπτει ουσιώδεις πληροφορίες ή τις παρέχει κατά τρόπο ασαφή, ακατάληπτο, διφορούμενο ή εκτός χρόνου κατά τα αναφερόμενα στην παράγραφο 1, λαμβανομένων υπόψη των ζητημάτων που περιγράφονται στην εν λόγω παράγραφο, ή όταν δεν προσδιορίζει την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής, εφόσον αυτή δεν είναι ήδη προφανής από το συγκεκριμένο πλαίσιο και όταν, και στις δύο περιπτώσεις, τούτο έχει ή ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα να λάβει ο μέσος καταναλωτής απόφαση για συναλλαγή την οποία, διαφορετικά, δεν θα είχε λάβει.

3. Όταν το μέσο που χρησιμοποιείται για την ανακοίνωση της εμπορικής πρακτικής επιβάλλει περιορισμούς τόπου ή χρόνου, οι περιορισμοί αυτοί καθώς και τα μέτρα που λαμβάνει ο εμπορευόμενος για να καταστήσει την πληροφορία προσίτη στους καταναλωτές με άλλο τρόπο, λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να καθοριστεί αν η πληροφορία έχει παραλειφθεί.

4. Στην περίπτωση της πρόσκλησης για αγορά, θεωρούνται ουσιώδεις οι ακόλουθες πληροφορίες, εάν δεν είναι ήδη προφανείς από το συγκεκριμένο πλαίσιο:

- α) τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος, στο βαθμό που ενδείκνυται σε σχέση με το μέσο και το προϊόν·
- β) η γεωγραφική διεύθυνση και η ταυτότητα του εμπορευομένου, όπως η εμπορική επωνυμία του και όπου ενδείκνυται, η γεωγραφική διεύθυνση και η ταυτότητα του εμπορευομένου για λογαριασμό του οποίου ενεργεί·
- γ) η τιμή, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, ή αν, λόγω της φύσεως του προϊόντος, η τιμή δεν μπορεί ευλόγως να καθοριστεί εκ των προτέρων, ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται η τιμή, και, όπου ενδείκνυται, όλες οι πρόσθετες επιβαρύνσεις αποστολής, παράδοσης ή ταχυδρομείου ή, όταν αυτές οι επιβαρύνσεις ευλόγως δεν μπορούν να υπολογιστούν εκ των προτέρων, το γεγονός ότι μπορεί να απαιτηθούν τέτοιες πρόσθετες επιβαρύνσεις·
- δ) οι ρυθμίσεις για την πληρωμή, παράδοση, εκτέλεση και αντιμετώπιση παραπόνων, εφόσον αποκλίνουν από τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας·
- ε) για προϊόντα και συναλλαγές όπου υφίσταται δικαίωμα υπαναχώρησης ή ακύρωσης, η ύπαρξη αυτού του δικαιώματος.

5. Οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών που θεσπίζονται από το κοινοτικό δίκαιο, σχετικά με την εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης ή του μάρκετινγκ, των οποίων ενδεικτικός κατάλογος περιλαμβάνεται στο παράρτημα II, θεωρούνται ουσιώδεις.

Τμήμα 2

Επιθετικές εμπορικές πρακτικές

Άρθρο 8

Επιθετικές εμπορικές πρακτικές

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται επιθετική εάν, στο πραγματικό της πλαίσιο, λαμβανομένων υπόψη όλων των χαρακτηριστικών της και των περιστάσεων, χρησιμοποιεί παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης και της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρηση επιρροής και, ως εκ τούτου, παρεμποδίζει σημαντικά ή ενδέχεται να παρεμποδίσει σημαντικά την ελευθερία επιλογής ή συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή ως προς το προϊόν, με αποτέλεσμα να τον οδηγήσει ή να είναι πιθανόν να τον οδηγήσει να λάβει απόφαση συναλλαγής που διαφορετικά δεν θα ελάμβανε.

Άρθρο 9

Παρενόχληση, καταναγκασμός ή κατάχρηση επιρροής

Για να προσδιοριστεί κατά πόσον μια εμπορική πρακτική κάνει χρήση παρενόχλησης, καταναγκασμού, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης σωματικής βίας, ή κατάχρησης επιρροής πρέπει να συνεκτιμώνται τα ακόλουθα:

- α) η χρονική στιγμή, ο τόπος, η φύση ή η επιμονή·
- β) η χρήση απειλητικών ή προσβλητικών εκφράσεων ή συμπεριφοράς·
- γ) η εκμετάλλευση, από τον εμπορευόμενο, κάθε συγκεκριμένης ατυχίας ή περίπτωσης, την οποία γνωρίζει και η οποία είναι τόσο σοβαρή ώστε να διαταράσσει την κρίση του καταναλωτή, προκειμένου να επηρεάσει την απόφασή του όσον αφορά το προϊόν·
- δ) κάθε επαχδής ή δυσανάλογο μη συμβατικό εμπόδιο που επιβάλλει ο εμπορευόμενος σε περίπτωση που ο καταναλωτής επιθυμεί να ασκήσει τα δικαιώματά του στο πλαίσιο της σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων λύσης της σύμβασης ή μετάβασης σε άλλο προϊόν ή σε άλλον εμπορευόμενο·
- ε) κάθε απειλή για λήψη μέτρου που δεν μπορεί να ληφθεί νομίμως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΩΔΙΚΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Άρθρο 10

Κώδικες συμπεριφοράς

Η παρούσα οδηγία δεν αποκλείει τον έλεγχο αθέμιτων εμπορικών πρακτικών από ιδιοκτήτες κωδίκων συμπεριφοράς, τον οποίο ενδεχομένως ενθαρρύνουν τα κράτη μέλη, ούτε και την προσφυγή σε τέτοιους φορείς από τα πρόσωπα ή τις οργανώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 11, εφόσον οι διαδικασίες ενώπιον των φορέων αυτών προβλέπονται επιπροσθέτως των δικαστικών ή διοικητικών προσφυγών που αναφέρονται στο εν λόγω άρθρο.

Η προσφυγή σε παρόμοιους φορείς ελέγχου δεν σημαίνει ποτέ παραιτήση από το δικαίωμα δικαστικής ή διοικητικής προσφυγής κατά το άρθρο 11 της παρούσας οδηγίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 11

Επιβολή του νόμου

1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για την καταπολέμηση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών προκειμένου να διασφαλίσουν τη συμμόρφωση με τις διατάξεις της παρούσας οδηγίας προς το συμφέρον των καταναλωτών.

Τα μέσα αυτά περιλαμβάνουν νομοθετικές διατάξεις βάσει των οποίων τα πρόσωπα ή οι οργανώσεις που κατά την εθνική νομοθεσία έχουν έννομο συμφέρον για την καταπολέμηση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, συμπεριλαμβανομένων των ανταγωνιστών, θα μπορούν:

α) να προσβάλλουν δικαστικά την αθέμιτη αυτή πρακτική,

και/ή

β) να φέρουν τη διαφήμιση αυτή ενώπιον διοικητικού οργάνου αρμόδιου είτε να αποφασίσει σχετικά με τις προσφυγές είτε να κινήσει τις κατάλληλες νόμιμες διαδικασίες.

Κάθε κράτος μέλος αποφασίζει το ίδιο ποια από τις παραπάνω διαδικασίες θα ισχύσει και αν θα πρέπει το δικαστήριο ή το διοικητικό όργανο να έχει το δικαίωμα να απαιτήσει, προτού επιληφθεί της υποθέσεως, να έχει γίνει προηγουμένως προσφυγή σε άλλα υπάρχοντα μέσα διακανονισμού της διαφοράς, συμπεριλαμβανομένων των αναφερομένων στο άρθρο 10. Οι διαδικασίες αυτές διατίθενται

ανεξάρτητα από το εάν οι θιγόμενοι καταναλωτές βρίσκονται στην επικράτεια του κράτους μέλους όπου έχει την έδρα του ο εμπορευόμενος ή σε άλλο κράτος μέλος.

Εναπόκειται στα κράτη μέλη να αποφασίζουν:

α) κατά πόσον οι προσφυγές αυτές μπορούν να στρέφονται χωριστά ή από κοινού κατά ενός αριθμού εμπορευομένων του ίδιου οικονομικού τομέα

και

β) κατά πόσον οι προσφυγές αυτές μπορούν να στρέφονται κατά ιδιοκτήτη κώδικα, εφόσον ο εν λόγω κώδικας προωθεί τη μη συμμόρφωση με τις διατάξεις του νόμου.

2. Στα πλαίσια των νομοθετικών διατάξεων που αναφέρονται στην παράγραφο 1, τα κράτη μέλη αναθέτουν στα δικαστήρια ή τις διοικητικές αρχές εξουσίες βάσει των οποίων μπορούν, όταν κρίνουν τα μέτρα αυτά αναγκαία και, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα εμπλεκόμενα συμφέροντα και ιδιαίτερα το δημόσιο συμφέρον:

α) να διατάζουν την παύση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών ή να παραπέμπουν το ζήτημα στα αρμόδια δικαστήρια προς έκδοση απόφασης για την παύση των πρακτικών αυτών,

ή

β) στην περίπτωση που η αθέμιτη εμπορική πρακτική δεν έχει ακόμη εφαρμοστεί αλλά επίκειται η εφαρμογή της, να την απαγορεύουν ή να παραπέμπουν το ζήτημα στα αρμόδια δικαστήρια προς έκδοση απόφασης για την απαγόρευση της πρακτικής,

έστω και αν δεν αποδεικνύεται πραγματική ζημία ή βλάβη, ούτε δόλος ή αμέλεια εκ μέρους του εμπορευομένου.

Τα κράτη μέλη προβλέπουν, επιπλέον, ότι τα μέτρα που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο μπορούν να ληφθούν στα πλαίσια της ταχείας διαδικασίας:

— είτε με προσωρινή ισχύ,

— είτε με οριστική ισχύ,

εξυπακούεται ότι εναπόκειται σε κάθε κράτος μέλος να επιλέξει μεταξύ των δύο αυτών λύσεων.

Επιπλέον, προκειμένου να εξαλειφθούν τα συνεχιζόμενα αποτελέσματα αθέμιτης εμπορικής πρακτικής η παύση της οποίας έχει διαταχθεί με οριστική απόφαση, τα κράτη μέλη μπορούν να αναθέτουν στα δικαστήρια ή τις διοικητικές αρχές εξουσίες, βάσει των οποίων δύνανται:

α) να απαιτούν τη δημοσίευση της προαναφερόμενης απόφασης εν τω συνόλω της ή εν μέρει, με τη μορφή που κρίνουν κατάλληλη·

β) να απαιτούν, επιπλέον, τη δημοσίευση επανορθωτικής δήλωσης.

3. Τα διοικητικά όργανα τα οποία προβλέπονται στην παράγραφο 1, πρέπει:

α) να έχουν τέτοια σύνθεση ώστε να μη γεννώνται αμφιβολίες ως προς την αμεροληψία τους·

β) να έχουν επαρκείς εξουσίες, όταν αποφαινόμενα σχετικά με τις προσφυγές ώστε να ασκούν εποπτεία και να επιβάλλουν την τήρηση των αποφάσεών τους με αποτελεσματικό τρόπο·

γ) καταρχήν, να αιτιολογούν τις αποφάσεις τους.

Εφόσον οι εξουσίες που προβλέπονται στην παράγραφο 2 ασκούνται αποκλειστικά από διοικητικό όργανο, οι αποφάσεις του πρέπει πάντοτε να είναι αιτιολογημένες. Ακόμη, στην περίπτωση αυτή, θα πρέπει να θεσπιστούν διαδικασίες με τις οποίες θα είναι δυνατό να προσβληθεί δικαστικά κάθε καταχρηστική ή αδικαιολόγητη άσκηση των εξουσιών του διοικητικού οργάνου ή κάθε καταχρηστική ή αδικαιολόγητη παράλειψη άσκησης των εξουσιών αυτών.

Άρθρο 12

Δικαστήρια και διοικητικές αρχές: τεκμηρίωση ισχυρισμών

Τα κράτη μέλη αναθέτουν στα δικαστήρια ή σε διοικητικές αρχές εξουσίες, βάσει των οποίων, κατά την εκδίκαση των δικαστικών ή διοικητικών προσφυγών του άρθρου 11, δύνανται:

α) να ζητούν από τον εμπορευόμενο να προσκομίσει αποδεικτικά στοιχεία σχετικά με την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που αναφέρονται σε μια εμπορική πρακτική, εφόσον αυτό κρίνεται αναγκαίο, επί τη βάση των δεδομένων της συγκεκριμένης υπόθεσης και λαμβάνοντας υπόψη τα έννομα συμφέροντα του εμπορευόμενου και των λοιπών διαδίκων,

και

β) να θεωρούν ανακρίβεις τους πραγματικούς ισχυρισμούς, εφόσον τα αποδεικτικά στοιχεία που ζητούνται σύμφωνα με το στοιχείο α) δεν προσκομίστούν ή θεωρηθούν ανεπαρκή από το δικαστήριο ή τη διοικητική αρχή.

Άρθρο 13

Κυρώσεις

Τα κράτη μέλη καθορίζουν κυρώσεις για παραβάσεις των εθνικών διατάξεων που θεσπίζονται κατ' εφαρμογή της παρούσας οδηγίας και λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα για την εξασφάλιση της επιβολής αυτών των κυρώσεων. Οι κυρώσεις αυτές πρέπει να είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές.

Άρθρο 14

Τροποποιήσεις της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ

Η οδηγία 84/450/ΕΟΚ τροποποιείται ως εξής:

1. Το άρθρο 1 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«Άρθρο 1

Η παρούσα οδηγία σκοπό έχει την προστασία των εμπορευομένων από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της και τον καθορισμό των όρων υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση.»

2. Στο άρθρο 2:

— το σημείο 3 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«3. “εμπορευόμενος”: κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ενεργεί για σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με την εμπορική, βιοτεχνική, επιχειρηματική ή ελευθέρια επαγγελματική του δραστηριότητα και κάθε πρόσωπο το οποίο ενεργεί εξ ονόματος ή για λογαριασμό του εμπορευόμενου.»

— προστίθεται το ακόλουθο σημείο:

«4. “ιδιοκτήτης κώδικα”: κάθε οντότητα, συμπεριλαμβανομένων ενός εμπορευόμενου ή μιας ομάδας εμπορευομένων, η οποία είναι υπεύθυνη για τη διατύπωση και την αναθεώρηση ενός κώδικα συμπεριφοράς ή/και για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης προς τον κώδικα όσων αναλαμβάνουν να δεσμεύονται από τον κώδικα.»

3. Το άρθρο 3α αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«Άρθρο 3α

1. Η συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται, όσον αφορά τη σύγκριση, όταν πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

- α) δεν είναι παραπλανητική σύμφωνα με το άρθρο 2 παράγραφος 2, το άρθρο 3 και το άρθρο 7 παράγραφος 1 της οδηγίας 2005/29/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (*)·
- β) συγκρίνει αγαθά ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους·
- γ) συγκρίνει κατά τρόπο αντικειμενικό ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, εξακριβώσιμα, και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω αγαθών και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή·
- δ) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή της κατάστασης ενός ανταγωνιστή·
- ε) για προϊόντα με ονομασία προέλευσης, αφορά σε κάθε περίπτωση προϊόντα με την ίδια ονομασία προέλευσης·
- στ) δεν επωφελείται αθέμιτα από τη φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ανταγωνιστή ή από τα δηλωτικά καταγωγής ανταγωνιστικών προϊόντων·
- ζ) δεν παρουσιάζει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο αγαθού ή υπηρεσίας που φέρουν σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία·
- η) δεν δημιουργεί σύγχυση μεταξύ εμπορευομένων, μεταξύ διαφημιστή και ανταγωνιστή ή μεταξύ των εμπορικών σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών γνωρισμάτων, αγαθών ή υπηρεσιών του διαφημιστή και του ανταγωνιστή.

4. Το άρθρο 4 παράγραφος 1 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«1. Τα κράτη μέλη εξασφαλίζουν ότι υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα για την καταπολέμηση της παραπλανητικής διαφήμισης ώστε να επιβληθεί η συμμόρφωση με τις διατάξεις για τη συγκριτική διαφήμιση προς το συμφέρον των εμπορευομένων και των ανταγωνιστών. Τα μέσα αυτά περιλαμβάνουν νομοθετικές διατάξεις σύμφωνα με τις οποίες τα πρόσωπα ή οι οργανώσεις που, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, έχουν ένομο συμφέρον να απαγορευθεί η παραπλανητική διαφήμιση ή να ρυθμιστεί η συγκριτική διαφήμιση δύνανται:

- α) να προσφύγουν στα δικαστήρια κατά της εν λόγω διαφήμισης,

ή

- β) να προσφύγουν κατά της διαφήμισης αυτής ενώπιον διοικητικής αρχής η οποία είναι αρμόδια είτε να αποφασίσει σχετικά με την καταγγελία είτε να παραπέμψει το ζήτημα στο αρμόδιο δικαστήριο.

Εναπόκειται στα κράτη μέλη να αποφασίσουν ποια από τις παραπάνω διαδικασίες θα ισχύσει και αν θα πρέπει το δικαστήριο ή οι διοικητικές αρχές να έχουν τη δυνατότητα να απαιτούν την προηγούμενη άσκηση άλλων υφιστάμενων μέσων για την αντιμετώπιση των καταγγελιών, συμπεριλαμβανομένων των αναφερομένων στο άρθρο 5.

Εναπόκειται στα κράτη μέλη να αποφασίζουν:

- α) κατά πόσον οι προσφυγές αυτές μπορούν να στρέφονται χωριστά ή από κοινού κατά ενός αριθμού εμπορευομένων του ίδιου οικονομικού τομέα,

και

- β) κατά πόσον οι προσφυγές αυτές μπορούν να στρέφονται κατά ιδιοκτήτη κώδικα, όταν ο εν λόγω κώδικας προωθεί τη μη συμμόρφωση με τις διατάξεις του νόμου.»

5. Το άρθρο 7 παράγραφος 1 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«1. Η παρούσα οδηγία δεν κωλύει τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν διατάξεις οι οποίες παρέχουν μεγαλύτερη προστασία στους εμπορευομένους και τους ανταγωνιστές έναντι της παραπλανητικής διαφήμισης».

(*) EE L 149 της 11.6.2005, σ. 22.».

Άρθρο 15

Τροποποίηση της οδηγίας 97/7/ΕΚ και της οδηγίας 2002/65/ΕΚ

1. Το άρθρο 9 της οδηγίας 97/7/ΕΚ αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«Άρθρο 9

Παροχή μη παραγγελθέντων

Λαμβάνοντας υπόψη την απαγόρευση παροχής μη παραγγελθέντων που θεσπίζεται με την οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (*), τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα προκειμένου να απαλλάσσεται ο καταναλωτής από κάθε είδους καταβολή στην περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων, η έλλειψη απάντησης δεν συνιστά συναίνεση.

(*) ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22».

2. Το άρθρο 9 της οδηγίας 2002/65/ΕΚ αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:

«Άρθρο 9

Λαμβάνοντας υπόψη την απαγόρευση παροχής μη παραγγελθέντων που θεσπίζεται με την οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (*) και με την επιφύλαξη της νομοθεσίας των κρατών μελών σχετικά με τη σιωπηρή ανανέωση των εξ αποστάσεως συμβάσεων, όταν οι κανόνες αυτοί επιτρέπουν τη σιωπηρή ανανέωση, τα κράτη μέλη λαμβάνουν μέτρα προκειμένου να απαλλάσσεται ο καταναλωτής από κάθε υποχρέωση. Στην περίπτωση παροχής μη παραγγελθέντων, η έλλειψη απάντησης δεν συνιστά συναίνεση.

(*) ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22».

Άρθρο 16

Τροποποίηση της οδηγίας 98/27/ΕΚ και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004

1. Στο παράρτημα της οδηγίας 98/27/ΕΚ, το σημείο 1 αντικαθίσταται από το ακόλουθο:

«1. Οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22)».

2. Στο παράρτημα του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Οκτωβρίου 2004, για τη συνεργασία των εθνικών αρχών που είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή της νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή («κανονισμός συνεργασίας για την προστασία του καταναλωτή») ⁽¹⁾, προστίθεται το ακόλουθο σημείο:

«16. Οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, σχετικά με τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 149 της 11.6.2005, σ. 22)».

Άρθρο 17

Ενημέρωση

Τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για την ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με τη μεταφορά της παρούσας οδηγίας στο εσωτερικό δίκαιο και ενθαρρύνουν, όπου χρειάζεται, τους εμπορευομένους και τους ιδιοκτήτες κώδικα να ενημερώνουν τους καταναλωτές για τους κώδικες συμπεριφοράς τους.

Άρθρο 18

Αναθεώρηση

1. Η Επιτροπή, όχι αργότερα από τις 12 Ιουνίου 2011, υποβάλλει στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο συνολική έκθεση για την εφαρμογή της οδηγίας και ειδικότερα του άρθρου 3 παράγραφος 9 και του άρθρου 4 και του παραρτήματος Ι αυτής, το πεδίο περαιτέρω εναρμόνισης και απλούστευσης του κοινοτικού δικαίου σχετικά με την προστασία των καταναλωτών και, λαμβάνοντας υπόψη το άρθρο 3 παράγραφος 5 αυτής, τα μέτρα που ενδεχομένως πρέπει να ληφθούν σε κοινοτικό επίπεδο, προκειμένου να διασφαλιστεί η διατήρηση των ενδεδειγμένων επιπέδων προστασίας των καταναλωτών. Η έκθεση συνοδεύεται, εφόσον είναι αναγκαίο, από πρόταση αναθεώρησης της οδηγίας ή άλλων σχετικών τμημάτων του κοινοτικού δικαίου.

2. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο προσπαθούν να ενεργήσουν, σύμφωνα με τη συνθήκη, μέσα σε δύο χρόνια μετά την υποβολή πρότασης εκ μέρους της Επιτροπής σύμφωνα με την παράγραφο 1.

Άρθρο 19

Μεταφορά στο εθνικό δίκαιο

Τα κράτη μέλη θεσπίζουν και δημοσιεύουν τις αναγκαίες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις για να συμμορφωθούν με την παρούσα οδηγία έως τις 12 Ιουνίου 2007. Πληροφορούν αμέσως την Επιτροπή σχετικά και ενημερώνουν την Επιτροπή χωρίς καθυστέρηση για κάθε επακόλουθη αλλαγή.

⁽¹⁾ ΕΕ L 364 της 9.12.2004, σ. 1.

Εφαρμόζουν τις διατάξεις αυτές έως τις 12 Δεκεμβρίου 2007. Όταν τα κράτη μέλη θεσπίζουν τις ανωτέρω διατάξεις, αυτές περιέχουν αναφορά στην παρούσα οδηγία ή συνοδεύονται από την αναφορά αυτή κατά την επίσημη δημοσίευσή τους. Ο τρόπος της αναφοράς αποφασίζεται από τα κράτη μέλη.

Άρθρο 20

Έναρξη ισχύος

Η παρούσα οδηγία αρχίζει να ισχύει την πρώτη ημέρα από τη δημοσίευσή της στην *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*.

Άρθρο 21

Αποδέκτες

Η παρούσα οδηγία απευθύνεται στα κράτη μέλη.

Στρασβούργο, 11 Μαΐου 2005.

Για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο

Ο Πρόεδρος

J. P. BORRELL FONTELLES

Για το Συμβούλιο

Ο Πρόεδρος

N. SCHMIT

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

**ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ, ΥΠΟ ΟΠΟΙΕΣΔΗΠΟΤΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ,
ΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΑΘΕΜΙΤΕΣ**

Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές

1. Ισχυρισμός ότι πρόκειται για συμβαλλόμενο σε κώδικα συμπεριφοράς ενώ ο εμπορευόμενος δεν είναι συμβαλλόμενος.
2. Χρησιμοποίηση σήματος trust, ποιοτικού σήματος ή αντίστοιχου διακριτικού χωρίς την αντίστοιχη άδεια.
3. Ισχυρισμός ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση δημόσιου ή άλλου φορέα ενώ δεν την έχει.
4. Ισχυρισμός ότι ο εμπορευόμενος (συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών πρακτικών του) ή ένα προϊόν έχει την έγκριση, την επικύρωση ή την άδεια δημόσιου ή ιδιωτικού φορέα ενώ δεν την έχει, ή παρόμοιος ισχυρισμός ο οποίος δεν ανταποκρίνεται στους όρους της έγκρισης, της επικύρωσης ή της άδειας.
5. Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε μια καθορισμένη τιμή, χωρίς να γίνεται γνωστή η ύπαρξη των οποιωνδήποτε εύλογων λόγων μπορεί να έχει ο εμπορευόμενος να πιστεύει ότι δεν θα μπορεί να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε άλλο εμπορευόμενο να προμηθεύσει τα προϊόντα αυτά ή ισοδύναμά τους στην τιμή αυτή μέσα σε εύλογο διάστημα και σε εύλογες ποσότητες, λαμβανομένου υπόψη του προϊόντος της κλίμακας διαφήμισης του προϊόντος και της τιμής που προσφέρεται (διαφήμιση «δόλωμα»).
6. Πρόσκληση για αγορά προϊόντων σε καθορισμένη τιμή και στη συνέχεια:
 - α) άρνηση επίδειξης του διαφημιζόμενου προϊόντος στους καταναλωτές,
 - ή
 - β) άρνηση λήψης παραγγελιών για το προϊόν ή παράδοσή τους σε εύλογο χρόνο,
 - ή
 - γ) επίδειξη ενός ελαττωματικού δείγματός του,με πρόθεση προώθησης ενός άλλου προϊόντος («δόλωμα και μεταστροφή»).
7. Ψευδής δήλωση ότι το προϊόν θα είναι διαθέσιμο για πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, ή ότι θα διατίθεται μόνο υπό ειδικούς όρους επί πολύ περιορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να προκληθεί η λήψη άμεσης απόφασης και να στερηθεί από τους καταναλωτές η δυνατότητα ή ο χρόνος να προβούν σε τεκμηριωμένη επιλογή.
8. Ανάλυση της υποχρέωσης παροχής υπηρεσιών υποστήριξης μετά την πώληση σε καταναλωτές με τους οποίους ο εμπορευόμενος είχε επικοινωνήσει πριν από τη συναλλαγή σε γλώσσα που δεν είναι επίσημη γλώσσα του κράτους μέλους στο οποίο βρίσκεται ο εμπορευόμενος και στη συνέχεια διάθεση αυτής της υπηρεσίας μόνο σε άλλη γλώσσα, χωρίς αυτό να έχει καταστεί γνωστό στον καταναλωτή πριν να δεσμευθεί για τη συναλλαγή.
9. Δήλωση ή με άλλο τρόπο δημιουργία της εντύπωσης ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα ενώ δεν μπορεί.

10. Παρουσίαση των δικαιωμάτων που παρέχει ο νόμος στον καταναλωτή ως ειδικό χαρακτηριστικό της προσφοράς του εμπορευόμενου.
11. Χρήση ανακοινώσεων στα μέσα, για την προώθηση ενός προϊόντος, πληρωμένων από τον εμπορευόμενο, χωρίς αυτό να γίνεται σαφές από το περιεχόμενο της ανακοίνωσης ή από εικόνα ή ήχο σαφώς αναγνωρίσιμα από τον καταναλωτή (κεκαλυμμένη διαφήμιση), με την επιφύλαξη της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ ⁽¹⁾.
12. Διατύπωση ουσιωδώς ανακριβούς ισχυρισμού όσον αφορά τη φύση ή την έκταση του κινδύνου για την προσωπική ασφάλεια του καταναλωτή ή της οικογένειάς του αν ο καταναλωτής δεν αγοράσει το προϊόν.
13. Προώθηση παρόμοιου προϊόντος με εκείνο που προσφέρει συγκεκριμένος κατασκευαστής, με τέτοιο τρόπο ώστε να παραπλανάται σκοπίμως ο καταναλωτής ότι έχει κατασκευασθεί από τον συγκεκριμένο κατασκευαστή, ακόμα και όταν δεν συμβαίνει αυτό.
14. Δημιουργία, λειτουργία ή προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων, όπου ο καταναλωτής θεωρεί ότι έχει την ευκαιρία να έχει όφελος περισσότερο με την εισαγωγή άλλων καταναλωτών στο σύστημα παρά με την πώληση ή την κατανάλωση των προϊόντων.
15. Ισχυρισμός ότι ο εμπορευόμενος πρόκειται να σταματήσει τη δραστηριότητά του ή να μετακομίσει, ενώ αυτό δεν ισχύει.
16. Ισχυρισμός ότι τα προϊόντα μπορούν να διευκολύνουν το κέρδος σε τυχερά παιχνίδια.
17. Αναληθής ισχυρισμός ότι προϊόν είναι σε θέση να θεραπεύει ασθένεια, δυσλειτουργίες ή δυσμορφίες.
18. Διάδοση ουσιωδώς ανακριβών πληροφοριών σχετικά με τις συνθήκες της αγοράς ή τη δυνατότητα εύρεσης του προϊόντος, προκειμένου να παροτρυνθεί ο καταναλωτής να αποκτήσει το προϊόν υπό όρους λιγότερο ευνοϊκούς από ό,τι στις κανονικές συνθήκες της αγοράς.
19. Ισχυρισμός σε μία εμπορική πρακτική διεξαγωγής διαγωνισμού ή καταβολής επάθλων χωρίς τη χορήγηση των περιγραφόμενων επάθλων ή του ισοδυνάμου τους.
20. Περιγραφή του προϊόντος ως «δωρεάν», «χωρίς επιβάρυνση» ή αντίστοιχη αν ο καταναλωτής οφείλει να καταβάλει άλλη πληρωμή πλην του αναπόφευκτου κόστους για την απάντηση στην εμπορική πρακτική ή για την παραλαβή ή την παράδοση του αντικειμένου.
21. Προσθήκη στο υλικό μάρκετινγκ τιμολογίου ή αντίστοιχου εγγράφου με το οποίο ζητείται πληρωμή και το οποίο παρέχει στον καταναλωτή την εντύπωση ότι έχει ήδη παραγγείλει το προϊόν, ενώ αυτό δεν ισχύει.
22. Ψευδής ισχυρισμός ή δημιουργία της εντύπωσης ότι ο εμπορευόμενος δεν ενεργεί για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική δραστηριότητά του, την επιχείρηση, την τέχνη ή το επιτηδεύμα του, ή υποδουόμενος ψευδώς τον καταναλωτή.
23. Δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι οι υπηρεσίες μετά την πώληση του προϊόντος διατίθενται σε κράτος μέλος άλλο από αυτό στο οποίο πωλείται το προϊόν.

⁽¹⁾ Οδηγία 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 3ης Οκτωβρίου 1989, για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων (ΕΕ L 298 της 17.10.1989, σ. 23)· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 202 της 30.7.1997, σ. 60).

Επιθετικές εμπορικές πρακτικές

24. Δημιουργία της εντύπωσης ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να εγκαταλείψει το χώρο έως ότου συναφθεί η σύμβαση.
25. Προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή κατά τις οποίες αγνοείται το αίτημα του καταναλωτή για αποχώρηση ή μη επάνοδο, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, για να επιβληθεί η εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης.
26. Συνεχής και ανεπιθύμητη άγρα πελατών μέσω τηλεφώνου, φαξ ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή άλλων μέσων εξ αποστάσεως, εκτός από περιστάσεις και στο βαθμό που αυτό δικαιολογείται, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας, για να επιβληθεί εκπλήρωση συμβατικής υποχρέωσης. Αυτό ισχύει υπό την επιφύλαξη του άρθρου 10 της οδηγίας 97/7/EK και των οδηγιών 95/46/EK ⁽¹⁾ και 2002/58/EK.
27. Απαίτηση από τον καταναλωτή που επιθυμεί να προβάλει απαίτηση δυνάμει ασφαλιστήριου συμβολαίου να προσκομίσει έγγραφα που δεν θα μπορούσαν εύλογα να θεωρηθούν συναφή για την απόδειξη της αξίωσης ή συστηματική αποφυγή απάντησης στη σχετική αλληλογραφία, έτσι ώστε να αποθαρρυνθεί ο καταναλωτής από την άσκηση των συμβατικών του δικαιωμάτων.
28. Ένταξη σε διαφήμιση άμεσης πειστικής πρόσκλησης προς τα παιδιά να αγοράσουν ή να πείσουν τους γονείς τους ή άλλα ενήλικα άτομα να τους αγοράσουν διαφημιζόμενα προϊόντα. Η διάταξη αυτή ισχύει υπό την επιφύλαξη του άρθρου 16 της οδηγίας 89/552/EOK σχετικά με τις τηλεοπτικές μεταδόσεις.
29. Απαίτηση άμεσης ή μεταγενέστερης πληρωμής ή επιστροφής ή φύλαξης για προϊόντα που έχει προμηθεύσει ο εμπορευόμενος αλλά δεν έχουν παραγγελθεί από τον καταναλωτή, εκτός αν το προϊόν αποτελεί υποκατάστατο που παρέχεται σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 3 της οδηγίας 97/7/EK (παροχή μη παραγγελθέντων).
30. Ρητή ενημέρωση του καταναλωτή ότι αν δεν αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία τίθεται σε κίνδυνο το επάγγελμα ή η ζωή του εμπορευόμενου.
31. Δημιουργία της ψευδούς εντύπωσης ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει, πρόκειται να κερδίσει, ή αν προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια, θα κερδίσει έπαθλο ή θα αποκομίσει άλλο αντίστοιχο όφελος, ενώ στην πραγματικότητα:
- δεν υφίσταται έπαθλο ή άλλο αντίστοιχο όφελος
 - ή
 - η δυνατότητα διεκδίκησης του επάθλου ή άλλου οφέλους προϋποθέτει την καταβολή χρημάτων από τον καταναλωτή ή συνεπάγεται δαπάνη.

⁽¹⁾ Οδηγία 95/46/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Οκτωβρίου 1995, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών (ΕΕ L 281 της 23.11.1995, σ. 31)· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1882/2003 (ΕΕ L 284 της 31.10.2003, σ. 1).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Άρθρα 4 και 5 της οδηγίας 97/7/ΕΚ.

Άρθρο 3 της οδηγίας 90/314/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 13ης Ιουνίου 1990, για τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις ⁽¹⁾.

Άρθρο 3 παράγραφος 3 της οδηγίας 94/47/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 26ης Οκτωβρίου 1994, περί της προστασίας των αγοραστών ως προς ορισμένες πλευρές των συμβάσεων που αφορούν την απόκτηση δικαιώματος χρήσης ακινήτων υπό καθεστώς χρονομεριστικής μίσθωσης ⁽²⁾.

Άρθρο 3 παράγραφος 4 της οδηγίας 98/6/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές ⁽³⁾.

Άρθρα 86 έως 100 της οδηγίας 2001/83/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 6ης Νοεμβρίου 2001, περί κοινοτικού κώδικος για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση ⁽⁴⁾.

Άρθρα 5 και 6 της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο») ⁽⁵⁾.

Άρθρο 1 στοιχείο δ) της οδηγίας 98/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, για την τροποποίηση της οδηγίας 87/102/ΕΟΚ του Συμβουλίου για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών που διέπουν την καταναλωτική πίστη ⁽⁶⁾.

Άρθρα 3 και 4 της οδηγίας 2002/65/ΕΚ.

Άρθρο 1 παράγραφος 9 της οδηγίας 2001/107/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Ιανουαρίου 2002, για την τροποποίηση της οδηγίας 85/611/ΕΟΚ του Συμβουλίου για το συντονισμό των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων σχετικά με ορισμένους οργανισμούς συλλογικών επενδύσεων σε κινητές αξίες (ΟΣΕΚΑ) όσον αφορά τη ρύθμιση των εταιρειών διαχείρισης και τα απλοποιημένα ενημερωτικά δελτία ⁽⁷⁾.

Άρθρα 12 και 13 της οδηγίας 2002/92/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 9ης Δεκεμβρίου 2002, σχετικά με την ασφαλιστική διαμεσολάβηση ⁽⁸⁾.

Άρθρο 36 της οδηγίας 2002/83/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 5ης Νοεμβρίου 2002, σχετικά με την ασφάλιση ζωής ⁽⁹⁾.

⁽¹⁾ ΕΕ L 158 της 23.6.1990, σ. 59.

⁽²⁾ ΕΕ L 280 της 29.10.1994, σ. 83.

⁽³⁾ ΕΕ L 80 της 18.3.1998, σ. 27.

⁽⁴⁾ ΕΕ L 311 της 28.11.2001, σ. 67· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 2004/27/ΕΚ (ΕΕ L 136 της 30.4.2004, σ. 34).

⁽⁵⁾ ΕΕ L 178 της 17.7.2000, σ. 1.

⁽⁶⁾ ΕΕ L 101 της 1.4.1998, σ. 17.

⁽⁷⁾ ΕΕ L 41 της 13.2.2002, σ. 20.

⁽⁸⁾ ΕΕ L 9 της 15.1.2003, σ. 3.

⁽⁹⁾ ΕΕ L 345 της 19.12.2002, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 2004/66/ΕΚ του Συμβουλίου (ΕΕ L 168 της 1.5.2004, σ. 35).

Άρθρο 19 της οδηγίας 2004/39/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Απριλίου 2004, για τις αγορές χρηματοπιστωτικών μέσων ⁽¹⁾.

Άρθρα 31 και 43 της οδηγίας 92/49/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 18ης Ιουνίου 1992, για το συντονισμό των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων που αφορούν την πρωτασφάλιση (τρίτη οδηγία για την πρωτασφάλιση εκτός της ασφάλειας ζωής) ⁽²⁾.

Άρθρα 5, 7 και 8 της οδηγίας 2003/71/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 4ης Νοεμβρίου 2003, σχετικά με το ενημερωτικό δελτίο που πρέπει να δημοσιεύεται κατά τη δημόσια προσφορά κινητών αξιών ή την εισαγωγή τους προς διαπραγμάτευση ⁽³⁾.

⁽¹⁾ ΕΕ L 145 της 30.4.2004, σ. 1.

⁽²⁾ ΕΕ L 228 της 11.8.1992, σ. 1· οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 2002/87/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ L 35 της 11.2.2003, σ. 1).

⁽³⁾ ΕΕ L 345 της 31.12.2003, σ. 64.