

32005L0029

11.6.2005

JURNALUL OFICIAL AL UNIUNII EUROPENE

L 149/22

**DIRECTIVA 2005/29/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI
din 11 mai 2005**

**privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de
modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale
Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului
European și al Consiliului**

(„Directiva privind practicile comerciale neloiale”)

(Text cu relevanță pentru SEE)

PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

având în vedere Tratatul de instituire a Comunității Europene, în special articolul 95,

având în vedere propunerea Comisiei,

având în vedere avizul Comitetului Economic și Social European ⁽¹⁾,

hotărând în conformitate cu procedura prevăzută la articolul 251 din tratat ⁽²⁾,

întrucât:

- (1) În conformitate cu articolul 153 alineatul (1) și alineatul (3) litera (a) din tratat, Comunitatea trebuie să contribuie la atingerea unui nivel înalt de protecție a consumatorilor prin măsurile pe care le adoptă în temeiul articolului 95 din tratat.
- (2) În conformitate cu articolul 14 alineatul (2) din tratat, piața internă cuprinde o zonă fără frontiere interne în care se asigură libera circulație a mărfurilor și serviciilor și libertatea de stabilire. Dezvoltarea practicilor comerciale loiale în cadrul zonei fără frontiere interne este vitală pentru a favoriza dezvoltarea activităților transfrontaliere.
- (3) Legislațiile statelor membre în legătură cu practicile comerciale neloiale prezintă diferențe semnificative care pot genera denaturarea concurenței și obstacole în calea bunei

funcționări a pieței interne. În domeniul publicității, Directiva 84/450/CEE a Consiliului din 10 septembrie 1984 de apropiere a actelor cu putere de lege și a actelor administrative din statele membre cu privire la publicitatea înșelătoare și comparativă ⁽³⁾ stabilește criteriile minime de armonizare a legislației privind publicitatea înșelătoare, dar nu împiedică statele membre să mențină sau să adopte măsuri care să asigure o protecție mai extinsă a consumatorilor. În consecință, dispozițiile statelor membre privind publicitatea înșelătoare prezintă divergențe considerabile.

- (4) Aceste disparități creează ambiguitate în ceea ce privește normele de drept intern care se aplică practicilor comerciale neloiale ce aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor și creează multe bariere care afectează întreprinderile și consumatorii. Aceste bariere măresc costul suportat de întreprinderi în exercitarea libertăților existente pe piața internă, în special în cazul în care întreprinderile doresc să se angajeze în comerțul transfrontalier, să lanseze campanii publicitare și promoții. De asemenea, astfel de bariere determină nesiguranța consumatorilor cu privire la drepturile lor și le subminează încrederea în piața internă.
- (5) În absența unor norme uniforme la nivel comunitar, obstacolele în calea liberei circulații transfrontaliere a serviciilor și mărfurilor sau a libertății de stabilire ar putea fi justificate, în lumina jurisprudenței Curții de Justiție a Comunităților Europene, atâta timp cât încearcă să protejeze obiectivele de interes public recunoscute și sunt proporționale cu respectivele obiective. Având în vedere obiectivele comunitare, prevăzute de dispozițiile tratatului și în legislația comunitară secundară privind libertatea de circulație și în conformitate cu politica Comisiei privind comunicarea comercială, precizată în Comunicarea Comisiei intitulată „Urmare la Cartea Verde privind comunicarea comercială pe piața internă”, aceste obstacole ar trebui eliminate. Aceste obstacole pot fi eliminate numai prin stabilirea unor norme uniforme la nivel comunitar, care să asigure un nivel ridicat de protecție a consumatorilor, și prin clarificarea anumitor noțiuni juridice, în măsura în care sunt necesare pentru buna funcționare a pieței interne și pentru a asigura securitatea juridică.

⁽¹⁾ JO C 108, 30.4.2004, p. 81.

⁽²⁾ Avizul Parlamentului European din 20 aprilie 2004 (JO C 104 E, 30.4.2004, p. 260), Poziția comună a Consiliului din 15 noiembrie 2004 (JO C 38 E, 15.2.2005, p. 1) Poziția Parlamentului European din 24 februarie 2005 (nepublicată încă în Jurnalul Oficial) și Decizia Consiliului din 12 aprilie 2005.

⁽³⁾ JO L 250, 19.9.1984, p. 17, directivă astfel cum a fost modificată prin Directiva 97/55/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 290, 23.10.1997, p. 18).

- (6) În consecință, prezenta directivă are ca obiectiv apropierea legislațiilor statelor membre privind practicile comerciale neloiale, inclusiv publicitatea neloială, care dăunează direct intereselor economice ale consumatorilor și, prin urmare, dăunează indirect intereselor economice ale concurenților legitimi. În conformitate cu principiul proporționalității, prezenta directivă protejează consumatorii de consecințele unor asemenea practici comerciale neloiale, în cazul în care sunt semnificative, dar recunoaște că, în unele cazuri, impactul asupra consumatorilor poate fi neglijabil. Prezenta directivă nu reglementează și nu aduce atingere legislațiile interne privind practicile comerciale neloiale care dăunează doar intereselor economice ale concurenților sau care au legătură cu o tranzacție între comercianți; pentru a ține seama pe deplin de principiul subsidiarității, statele membre vor păstra, dacă doresc acest lucru, posibilitatea de a reglementa astfel de practici, în conformitate cu dispozițiile legislației comunitare. Prezenta directivă nu reglementează și nu aduce atingere dispozițiile Directivei 84/450/CEE privind publicitatea înșelătoare pentru întreprinderi, însă nu pentru consumatori, precum și publicitatea comparativă. De asemenea, prezenta directivă nu afectează practicile publicitare și comerciale admise, cum ar fi introducerea legitimă pe piață a produsului, diferențierea mărcilor sau stimulentele oferite consumatorilor, care pot afecta în mod considerabil percepțiile consumatorilor cu privire la un anumit produs și le pot influența comportamentele, fără a le afecta capacitatea de a lua o decizie în cunoștință de cauză.
- (7) Prezenta directivă reglementează practicile comerciale cu scopul direct de influențare a deciziilor comerciale ale consumatorilor în legătură cu produsele. Prezenta directivă nu se aplică în cazul practicilor comerciale puse în aplicare în primul rând în alte scopuri, inclusiv, de exemplu, comunicarea comercială destinată investitorilor, precum rapoartele anuale și publicațiile promoționale ale întreprinderilor. Prezenta directivă nu se adresează cerințelor legale privind bunul-gust și decența, care variază foarte mult între statele membre. Practicile comerciale precum, de exemplu, campania de publicitate directă pe stradă, pot fi neavenite în anumite state membre, din motive culturale. Statele membre ar trebui, în consecință, să aibă posibilitatea de a interzice în continuare anumite practici comerciale pe teritoriul lor, în conformitate cu dispozițiile legislației comunitare, din motive de bun-gust și decență, chiar și în cazul în care aceste practici nu limitează libertatea consumatorilor de a alege. Ar trebui să se țină seama de contextul cazului individual în cauză atunci când se aplică prezenta directivă, în special clauzele generale.
- (8) Prezenta directivă protejează în mod direct interesele economice ale consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori. Astfel, directiva protejează în mod indirect și întreprinderile legitime împotriva concurenților care nu respectă regulile stabilite de aceasta, oferind astfel garanția unei concurențe loiale în domeniile pe care le coordonează. Se înțelege de la sine că există alte practici comerciale care, deși nu aduc prejudicii consumatorilor, pot afecta concurenții și clienții întreprinderilor. Comisia ar trebui să examineze cu atenție nevoia de acțiune comunitară în domeniul concurenței neloiale dincolo de sfera de aplicare a prezentei directive și, dacă este necesar, să facă o propunere legislativă pentru a reglementa celelalte forme de concurență neloială.
- (9) Prezenta directivă nu aduce atingere acțiunilor individuale ale celor care au fost afectați de o practică comercială neloială. Ea se aplică, de asemenea, fără a aduce atingere normelor comunitare și de drept intern privind dreptul contractual, drepturile de proprietate intelectuală, aspecte privind sănătatea și siguranța produselor, condițiile de stabilire și măsurile de autorizare, inclusiv acele norme care, în conformitate cu dispozițiile legislației comunitare, au legătură cu activitățile legate de jocurile de noroc și normelor comunitare în domeniul concurenței și dispozițiilor de drept intern de punere în aplicare. Statele membre vor putea astfel să mențină sau să instituie restricții sau interdicții ale practicilor comerciale din motive de protecție a sănătății și siguranței consumatorilor pe teritoriul lor, indiferent unde se situează sediul social al comerciantului, de exemplu în legătură cu alcoolul, tutunul sau produsele farmaceutice. Serviciile financiare și bunurile imobile, date fiind complexitatea și riscurile serioase care le caracterizează, trebuie să facă obiectul unor cerințe detaliate, inclusiv al unor obligații pozitive pe care comercianții trebuie să le respecte. Din acest motiv, în domeniul serviciilor financiare și al bunurilor imobile, prezenta directivă nu aduce atingere dreptului statelor membre de a continua eforturile peste nivelul dispozițiilor prezentei directive în scopul de a proteja interesele economice ale consumatorilor. Nu este oportun ca prezenta directivă să reglementeze certificarea și indicarea standardului de finete pentru articolele din metale prețioase.
- (10) Este necesar ca relația dintre prezenta directivă și legislația comunitară existentă să fie coerentă, în special în cazul în care unor sectoare specifice li se aplică dispoziții detaliate privind practicile comerciale neloiale. În consecință, prezenta directivă modifică Directiva 84/450/CEE, Directiva 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 1997 privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță ⁽¹⁾, Directiva 98/27/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 19 mai 1998 privind acțiunile în încetare în ceea ce privește protecția intereselor consumatorilor ⁽²⁾ și Directiva 2002/65/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 septembrie 2002 privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum ⁽³⁾. În consecință, prezenta directivă nu se aplică decât în cazul în care nu există dispoziții comunitare speciale care să reglementeze aspecte particulare ale

(1) JO L 144, 4.6.1997, p. 19, directivă astfel cum a fost modificată prin Directiva 2002/65/CE (JO L 271, 9.10.2002, p. 16).

(2) JO L 166, 11.6.1998, p. 51, directivă astfel cum a fost modificată ultima dată prin Directiva 2002/65/CE.

(3) JO L 271, 9.10.2002, p. 16.

practicilor comerciale neloiale, precum cerințele privind informațiile sau normele ce reglementează modul în care datele sunt prezentate consumatorilor. Directiva asigură protecția consumatorilor în cazul în care nu există nicio legislație sectorială specială la nivel comunitar și interzice comercianților să creeze o impresie falsă cu privire la natura produselor. Acest lucru este deosebit de important în cazul produselor complexe cu grad de risc ridicat pentru consumatori, precum anumite produse care au legătură cu serviciile financiare. Prezenta directivă completează, în consecință, acquis-ul comunitar care se aplică practicilor comerciale ce aduc prejudicii intereselor economice ale consumatorilor.

(11) Nivelul crescut al convergenței realizate prin apropierea dispozițiilor de drept intern în baza prezentei directive creează un nivel comun ridicat de protecție a consumatorilor. Prezenta directivă stabilește o interdicție generală unică a practicilor comerciale neloiale care denaturează comportamentul economic al consumatorilor. De asemenea, directiva stabilește norme privind practicile comerciale agresive, care nu sunt reglementate în prezent la nivel comunitar.

(12) Armonizarea va crește în mod semnificativ securitatea juridică, atât pentru consumatori, cât și pentru comercianți. Consumatorii și comercianții vor putea, astfel, să se sprijine pe un cadru de reglementare unic, bazat pe concepte juridice clar definite, care să reglementeze toate aspectele practicilor comerciale neloiale în cadrul Uniunii Europene. În consecință, se vor elimina barierele care își au originea în fragmentarea normelor privind practicile comerciale neloiale care dăunează intereselor economice ale consumatorilor și va fi posibilă realizarea pieței interne în acest domeniu.

(13) Pentru a realiza obiectivele Comunității prin eliminarea barierelor de pe piața internă, este necesar să se înlocuiască clauzele generale și principiile juridice divergente existente ale statelor membre. Astfel, interdicția generală comună și unică instituită de prezenta directivă reglementează practicile comerciale neloiale ce denaturează comportamentul economic al consumatorilor. Pentru a consolida încrederea consumatorilor, interdicția generală ar trebui să se aplice și în cazul practicilor comerciale neloiale utilizate în afara oricăror relații contractuale între comerciant și consumator sau după încheierea unui contract și pe perioada de valabilitate a acestuia. Interdicția generală este elaborată pe baza normelor privind două tipuri de practici comerciale care sunt de departe cele mai comune, anume practicile comerciale înșelătoare și practicile comerciale agresive.

(14) Este de dorit ca definiția practicilor comerciale înșelătoare să includă practicile, inclusiv publicitatea înșelătoare, care induc în eroare consumatorii și îi împiedică să facă o alegere în cunoștință de cauză, deci eficientă. În conformitate cu legislația și practicile statelor membre privind publicitatea înșelătoare, prezenta directivă împarte practicile înșelătoare în acțiuni înșelătoare și omisiuni înșelătoare. În ceea ce privește omisiunile, prezenta directivă enumeră un număr limitat de informații-cheie de care consumatorul are nevoie pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză. Informațiile respective nu trebuie dezvăluite în toate reclamele, ci numai în cazul în care comerciantul face o invitație de a cumpăra, un concept pe care prezenta directivă îl definește în mod clar. Abordarea adoptată în prezenta directivă pentru o armonizare completă nu exclude posibilitatea ca statele membre să specifice în legislația lor internă principalele caracteristici ale produselor specifice, de exemplu obiectele de colecție sau aparatura electrocasnică, a căror omisiune ar fi semnificativă atunci când se face o invitație de a cumpăra. Scopul prezentei directive nu este reducerea opțiunilor consumatorilor prin interzicerea promovării produselor similare altor produse, cu condiția ca această similitudine să nu determine confuzie în rândul consumatorilor cu privire la originea comercială a produsului și, în consecință, să nu fie înșelătoare. Prezenta directivă nu ar trebui să aducă atingere legislației comunitare existente care acordă în mod expres statelor membre mai multe opțiuni de reglementare pentru protecția consumatorilor în domeniul practicilor comerciale. În special, prezenta directivă ar trebui să nu aducă atingere articolului 13 alineatul (3) din Directiva 2002/58/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 iulie 2002 privind prelucrarea datelor personale și protejerea vieții private în sectorul comunicațiilor publice ⁽¹⁾.

(15) În cazul în care legislația comunitară stabilește cerințe în materie de informații aplicabile în publicitate, comunicarea comercială și comercializare, informațiile respective se consideră semnificative în conformitate cu prezenta directivă. Statele membre vor putea menține sau institui cerințe în materie de informații privind dreptul contractual și care au implicații de drept contractual în cazul în care această posibilitate este prevăzută de clauzele minime din instrumentele de legislație comunitară existente. O listă neexhaustivă a acestor cerințe de informații din acquis este cuprinsă în anexa II. Dată fiind completa armonizare introdusă de prezenta directivă, numai informațiile cerute în baza legislației comunitare se consideră semnificative în sensul articolului 7 alineatul (5). În cazul în care statele membre au introdus cerințe în materie de informații peste nivelul celor specificate de legislația comunitară, pe baza clauzelor minime, nerespectarea acestor cerințe nu se va considera omisiune înșelătoare în sensul prezentei directive. În mod contrar, statele membre vor putea, în cazul în care clauzele minime din legislația comunitară permit acest lucru, să mențină sau să instituie dispoziții mai stricte, în conformitate cu legislația comunitară pentru a asigura un nivel mai ridicat de protecție a drepturilor contractuale individuale ale consumatorilor.

⁽¹⁾ JO L 201, 31.7.2002, p. 37.

- (16) Dispozițiile privind practicile comerciale agresive ar trebui să reglementeze practicile care afectează semnificativ libertatea de a alege a consumatorilor. Acestea sunt practicile care folosesc hărțuirea, constrângerea, inclusiv prin forță fizică, sau influența nejustificată.
- (17) Este recomandabil ca practicile comerciale neloiale în toate situațiile să fie identificate pentru a asigura o securitate juridică mai mare. În consecință, anexa I cuprinde lista completă a tuturor practicilor de acest fel. Acestea sunt singurele practici comerciale care pot fi considerate neloiale fără o evaluare de la caz la caz în conformitate cu dispozițiile articolelor 5-9. Lista poate fi modificată numai prin revizuirea directivei.
- (18) Este oportună protejarea tuturor consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale. Cu toate acestea, Curtea de Justiție a estimat, atunci când a hotărât cu privire la aspectele legate de publicitate după transpunerea Directivei 84/450/CEE, că este necesar să se examineze efectele lor asupra unui consumator tipic fictiv. În conformitate cu principiul proporționalității și pentru a permite aplicarea efectivă a măsurilor de protecție care decurg din acesta, directiva ia ca și criteriu de evaluare consumatorul mediu, care este suficient de bine informat și de atent, ținând seama de factori sociali, culturali și lingvistici, conform interpretării Curții de Justiție, dar conține și dispoziții care au ca scop prevenirea exploatării consumatorilor ale căror caracteristici le conferă o vulnerabilitate sporită la practicile comerciale neloiale. În cazul în care o practică comercială se adresează doar unui anumit grup de consumatori, cum sunt copiii, este oportun ca impactul acesteia să fie evaluat din perspectiva membrului mediu al grupului. În consecință, este oportun să se includă în lista practicilor neloiale în toate situațiile o dispoziție care, fără să impună o interdicție totală a publicității adresate copiilor, să îi protejeze împotriva îndemnurilor directe de a cumpăra. Noțiunea de consumator mediu nu este o noțiune statistică. Instanțele judecătorești și autoritățile naționale vor trebui să își exercite propria capacitate de a judeca, având în vedere jurisprudența Curții de Justiție, pentru a stabili reacția tipică a consumatorului mediu într-o situație dată.
- (19) În cazul în care anumite caracteristici, cum sunt vârsta, infirmitatea fizică sau mintală sau credulitatea fac consumatorii deosebit de vulnerabili în fața unei practici comerciale sau a produsului aferent sau în cazul în care comportamentul economic al acestui singur grup de consumatori poate fi denaturat de această practică într-o modalitate pe care comerciantul o poate prevedea în mod rezonabil, este recomandabil ca acest grup să fie protejat în mod corespunzător prin evaluarea practicii din perspectiva membrului mediu al grupului respectiv.
- (20) Este recomandabil să se asigure un rol codurilor de conduită, care să permită aplicarea principiilor prezentei directive în mod eficient de către comercianți în domeniile economice specifice. În sectoarele în care există constrângeri specifice care reglementează comportamentul comercianților, este oportun ca acestea să fie luate în considerare, de asemenea, în vederea cerințelor în materie de diligență profesională în sectorul respectiv. Controlul exercitat de responsabilii de coduri la nivel național sau comunitar pentru a elimina practicile comerciale neloiale poate evita recurgerea la o acțiune administrativă sau judiciară și, în consecință, ar trebui încurajat. În vederea asigurării unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor, organizațiile de consumatori ar putea fi informate și implicate în elaborarea codurilor de conduită.
- (21) Persoanele sau organizațiile despre care se consideră, în baza legislației interne, că ar avea un interes legitim cu privire la acest subiect trebuie să aibă la dispoziție căi de atac pentru a întreprinde o acțiune împotriva practicilor comerciale neloiale, fie în fața unei instanțe judecătorești, fie a unei autorități administrative care are competența de a decide în cazul reclamațiilor sau de a iniția procedurile judiciare corespunzătoare. Deși consistența cazului prezentat trebuie stabilită de legislația internă, este oportun ca instanțele judecătorești și autoritățile administrative să aibă autoritatea de a solicita comercianților să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor de reale.
- (22) Este necesar ca statele membre să stabilească sancțiunile aplicabile pentru încălcarea dispozițiilor prezentei directive și să asigure punerea în aplicare a acestora. Sancțiunile trebuie să fie eficiente, proporționale și cu efect de descurajare.
- (23) Întrucât obiectivele prezentei directive, anume eliminarea barierelor din calea funcționării pieței interne reprezentate de legislația internă privind practicile comerciale neloiale și asigurarea unui nivel comun ridicat de protecție a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale, nu pot fi îndeplinite în mod satisfăcător de statele membre și, în consecință, pot fi îndeplinite în condiții mult mai bune la nivel comunitar, Comunitatea poate adopta măsuri în conformitate cu principiul subsidiarității prevăzut la articolul 5 din tratat. În conformitate cu principiul proporționalității prevăzut la articolul menționat, prezenta directivă nu depășește nivelul măsurilor necesare pentru eliminarea barierelor de pe piața internă și pentru realizarea unui nivel comun ridicat de protecție a consumatorilor.
- (24) Este oportun să se revizuiască prezenta directivă pentru a garanta luarea în discuție a barierelor de pe piața internă și realizarea unui nivel ridicat de protecție a consumatorilor. Revizuirea ar putea duce la o propunere din partea Comisiei de modificare a prezentei directive, ceea ce poate implica o prelungire limitată a derogării prevăzute la

articolul 3 alineatul (5) și/sau o modificare în cadrul altor legislații de protecție a consumatorilor care să reflecte angajamentul asumat de Comisie în cadrul strategiei sale pentru politica față de consumatori de a revizui acquis-ul existent pentru a realiza un nivel comun ridicat de protecție a consumatorilor.

- (25) Prezenta directivă respectă drepturile fundamentale și principiile recunoscute în special de Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene,

ADOPTĂ PREZENTA DIRECTIVĂ:

CAPITOLUL 1

DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1

Obiectiv

Obiectivul prezentei directive este de a contribui la buna funcționare a pieței interne și de a realiza un nivel ridicat de protecție a consumatorilor prin apropierea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre privind practicile comerciale neloiale care aduc atingere intereselor economice ale consumatorilor.

Articolul 2

Definiții

În sensul prezentei directive:

- (a) „consumator” înseamnă orice persoană fizică ce acționează, în legătură cu practicile comerciale reglementate de prezenta directivă, în scopuri care nu se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală;
- (b) „comerciant” înseamnă orice persoană fizică sau juridică ce acționează, în legătură cu practicile comerciale reglementate de prezenta directivă, în scopuri care se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală și orice persoană care acționează în numele sau în beneficiul unui comerciant;
- (c) „produs” înseamnă orice bunuri sau servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;
- (d) „practici ale întreprinderilor față de consumatori” (denumite în continuare practici comerciale) înseamnă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori;
- (e) „a denatura în mod semnificativ comportamentul economic al consumatorilor” înseamnă a folosi o practică comercială pentru a afecta apreciabil abilitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-l astfel să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o altfel;
- (f) „cod de conduită” înseamnă un acord sau un set de reguli ce nu sunt impuse de acte cu putere de lege și acte administrative ale unui stat membru, care definește comportamentul comercianților care își asumă angajamentul respectării acestuia în legătură cu una sau mai multe practici comerciale speciale sau cu unul sau mai multe sectoare de activitate;
- (g) „responsabil de cod” înseamnă orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabil pentru formularea și revizuirea unui cod de conduită și/sau pentru monitorizarea respectării respectivului cod de către cei care și-au asumat obligația respectării acestuia;
- (h) „diligență profesională” înseamnă nivelul de competență specializată și de considerație pe care comerciantul poate să îl exercite în mod rezonabil față de consumatori, în conformitate cu practica comercială loială și/sau principiul general al bunei credințe în domeniul de activitate al comerciantului;
- (i) „invitație de a cumpăra” înseamnă o comunicare comercială care arată caracteristicile unui produs și prețul într-o manieră corespunzătoare mijloacelor de comunicare comercială folosite și care îl determină pe consumator să cumpere un produs;
- (j) „influență nejustificată” înseamnă exploatarea unei poziții de putere în raport cu consumatorul pentru a aplica o presiune asupra acestuia, chiar și fără a recurge la forța fizică sau a amenința cu aceasta, într-o manieră care reduce semnificativ abilitatea consumatorului de a lua o decizie în cunoștință de cauză;
- (k) „decizie comercială” înseamnă orice decizie luată de un consumator cu privire la oportunitatea, modalitățile și condițiile cu privire la cumpărarea unui produs, efectuarea unei plăți integrale sau parțiale pentru un produs, păstrarea sau renunțarea la un produs sau exercitarea unui drept contractual în raport cu produsul; o astfel de decizie determină consumatorul să acționeze sau nu;
- (l) „profesie reglementată” înseamnă o activitate profesională sau un grup de activități profesionale în legătură cu care există acte cu putere de lege și acte administrative privind deținerea unor calificări profesionale determinate care reglementează accesul, desfășurarea sau una din modalitățile de exercitare ale acestor activități.

Articolul 3

Domeniul de aplicare

(1) Prezenta directivă se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs.

(2) Prezenta directivă nu aduce atingere dreptului contractual și nici, în special, normelor privind valabilitatea, formarea profesională sau efectele contractelor.

(3) Prezenta directivă nu aduce atingere dispozițiilor comunitare sau de drept intern în legătură cu sănătatea și siguranța produselor.

(4) În cazul în care dispozițiile prezentei directive și alte norme comunitare care reglementează aspecte specifice ale practicilor comerciale neloiale sunt în conflict, normele comunitare prevalează și se aplică respectivelor aspecte specifice.

(5) Pentru o perioadă de șase ani începând de la 12 iunie 2007, statele membre pot continua să aplice dispoziții de drept intern, a căror apropiere este reglementată de prezenta directivă, mai restrictive sau mai riguroase decât dispozițiile prezentei directive și care pun în aplicare directive ce conțin clauze de armonizare minime. Aceste măsuri trebuie să fie esențiale pentru a garanta protecția adecvată a consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale și trebuie să fie proporționale cu obiectivul a cărui realizare se dorește. Revizuirea menționată la articolul 18 poate să includă, după caz, o propunere de prelungire a acestei derogări pe o perioadă limitată.

(6) Statele membre adresează de îndată o notificare Comisiei cu privire la dispozițiile de drept intern aplicate în conformitate cu alineatul (5).

(7) Prezenta directivă nu aduce atingere normelor ce reglementează competența instanțelor judecătorești.

(8) Prezenta directivă nu aduce atingere condițiilor de stabilire sau măsurilor de autorizare sau codurilor de conduită deontologică sau altor dispoziții speciale privind profesiile reglementate pe care statele membre le pot impune comercianților, în conformitate cu legislația comunitară, pentru a garanta faptul că aceștia îndeplinesc un nivel ridicat de integritate.

(9) În legătură cu „serviciile financiare” în sensul Directivei 2002/65/CE și bunurile imobile, statele membre pot impune cerințe mai restrictive sau mai riguroase decât cele prevăzute de

prezenta directivă în domeniul în care aceasta din urmă are ca obiect apropierea dispozițiilor în vigoare.

(10) Prezenta directivă nu vizează aplicarea actelor cu putere de lege și a actelor administrative din statele membre în materie de certificare și indicare a standardului de finețe a articolelor din metale prețioase.

Articolul 4

Piața internă

Statele membre nu limitează libertatea de a presta servicii, nici nu limitează libera circulație a mărfurilor din motive care se încadrează în domeniul în care prezenta directivă vizează apropierea dispozițiilor în vigoare.

CAPITOLUL 2

PRACTICI COMERCIALE NELOIALE

Articolul 5

Interzicerea practicilor comerciale neloiale

(1) Se interzic practicile comerciale neloiale.

(2) O practică comercială este neloială în cazul în care:

(a) este contrară cerințelor diligenței profesionale

și

(b) denaturează sau poate denatura semnificativ comportamentul economic cu privire la un produs al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia îi este adresat sau al membrului mediu al unui grup în cazul în care o practică comercială este orientată către un grup particular de consumatori.

(3) Practicile comerciale care pot denatura semnificativ comportamentul economic al unui grup de consumatori identificabil în mod clar deoarece aceștia sunt deosebit de vulnerabili la practica utilizată sau la produsul aferent datorită unei infirmități mintale sau fizice, vârstei sau credulității, într-o situație pe care comerciantul o poate anticipa cu ușurință, se evaluează din perspectiva membrului mediu al grupului. Această dispoziție nu aduce atingere practicii publicitare curente și legitime care constă din formularea unor afirmații exagerate sau care nu trebuie înțelese în sens literal.

(4) Sunt neloiale în special practicile comerciale care:

(a) sunt înșelătoare în sensul articolelor 6 și 7

sau

(b) sunt agresive în sensul articolelor 8 și 9.

(5) Anexa I conține lista practicilor comerciale considerate neloiale în orice situație. Lista unică se aplică în toate statele membre și poate fi modificată numai prin revizuirea prezentei directive.

(e) necesitatea unui serviciu, a unei piese, înlocuiri sau reparații;

(f) natura, calitățile și drepturile comerciantului sau ale reprezentantului său, precum identitatea și patrimoniul, calificările, statutul, aprobarea, afilierea sau relațiile sale și drepturile de proprietate industrială, comercială sau intelectuală sau premiile și distincțiile sale;

(g) drepturile consumatorilor, inclusiv dreptul de înlocuire sau de rambursare în conformitate cu prevederile Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 mai 1999 privind anumite aspecte ale vânzării de bunuri de consum și garanțiile conexe ⁽¹⁾ sau riscurile pe care le poate întâmpina.

(2) De asemenea, se consideră că o practică comercială este înșelătoare în cazul în care, analizând faptele, ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, aceasta determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație și în cazul în care implică:

(a) orice activitate de comercializare a unui produs, inclusiv publicitatea comparativă, care creează confuzie cu produse, mărci comerciale, denumiri comerciale sau alte semne distinctive ale unui concurent;

(b) nerespectarea de către comerciant a angajamentelor din codul de conduită pe care comerciantul s-a angajat să îl respecte, cu condiția ca:

(i) angajamentul să nu fie o simplă afirmație, ci o obligație asumată în mod ferm și care poate fi verificată

și

(ii) comerciantul să indice în cadrul unei practici comerciale că respectă codul respectiv.

Secțiunea 1

Practici comerciale înșelătoare

Articolul 6

Acțiuni înșelătoare

(1) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care conține informații false și, în consecință, este mincinoasă sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu, chiar dacă informația este corectă în fapt, cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente și, în oricare dintre situații, determină sau poate determina o decizie comercială pe care consumatorul nu ar fi luat-o în altă situație:

(a) existența sau natura produsului;

(b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi disponibilitatea, avantajele, riscurile, execuția, compoziția, accesoriile, asistența post-vânzare a consumatorilor, soluționarea reclamațiilor, metoda și data fabricației sau furnizării, livrarea, adecvarea pentru utilizarea preconizată, utilizarea, cantitatea, specificațiile, originea geografică sau comercială sau rezultatele care pot fi așteptate în urma utilizării sau rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau controalelor efectuate asupra produsului;

(c) amploarea implicării comerciantului, motivația practicii comerciale și natura procesului de vânzare, orice afirmație sau simbol care sugerează sponsorizarea sau sprijinul direct sau indirect acordat comerciantului sau produsului;

(d) prețul sau modalitatea de calcul a prețului sau existența unui avantaj specific în ceea ce privește prețul;

Articolul 7

Omisuni înșelătoare

(1) O practică comercială se consideră înșelătoare în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, precum și de limitele proprii mediului de comunicare utilizat, omite o informație semnificativă de care consumatorul mediu are nevoie în contextul respectiv pentru a lua o decizie comercială în cunoștință de cauză și care, în consecință, determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

⁽¹⁾ JO L 171, 7.7.1999, p. 12.

(2) De asemenea, o practică comercială se consideră omisiune înșelătoare în cazul în care, ținând seama de toate aspectele descrise la alineatul (1), un comerciant disimulează o informație semnificativă prevăzută la alineatul respectiv sau o furnizează într-o manieră neclară, neinteligibilă, ambiguă sau nepotrivită sau dacă nu își declară intenția comercială adevărată în cazul în care aceasta nu reiese deja din context sau în cazul în care, în orice situație, aceasta determină sau poate determina consumatorul mediu să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în alte împrejurări.

(3) În cazul în care mediul de comunicare folosit pentru practica comercială respectivă impune limite de spațiu și timp, aceste limite și orice alte măsuri luate de comerciant pentru a pune informația la dispoziția consumatorilor prin alte mijloace se iau în considerare atunci când se decide dacă au fost omise informații.

(4) În cazul unei invitații de a cumpăra, următoarele informații se consideră semnificative, în cazul în care nu reies deja din context:

(a) principalele caracteristici ale produselor, în mod corespunzător cu mediul de comunicare utilizat și cu produsul în cauză;

(b) adresa geografică și identitatea comerciantului, precum sediul social și, după caz, adresa geografică și identitatea comerciantului în numele căruia acționează;

(c) prețul cu toate taxele incluse sau, în cazul în care prețul nu poate fi calculat în avans în mod satisfăcător dată fiind natura produsului, modalitatea de calcul al prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de transport, de livrare sau cheltuielile poștale sau, în cazul în care acestea nu pot fi calculate în avans în mod satisfăcător, menționarea faptului că aceste costuri ar putea fi suportate de consumator;

(d) modalitățile de plată, livrare, executare și soluționare a reclamațiilor, în cazul în care diferă de condițiile de diligență profesională;

(e) pentru produsele și tranzacțiile care implică dreptul de retractare sau de anulare, existența unui asemenea drept.

(5) Informațiile prevăzute de legislația comunitară privind comunicarea comercială, inclusiv publicitatea sau comercializarea, a căror listă incompletă este prevăzută de anexa II, se consideră semnificative.

Secțiunea 2

Practici comerciale agresive

Articolul 8

Practici comerciale agresive

O practică comercială se consideră agresivă în cazul în care, analizând faptele și ținând seama de toate caracteristicile și circumstanțele, modifică sau poate modifica în mod semnificativ, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin forță fizică sau printr-o influență nejustificată, libertatea de alegere sau conduită a consumatorului mediu și, prin aceasta, îl determină sau îl poate determina să ia o decizie comercială pe care nu ar fi luat-o în altă situație.

Articolul 9

Folosirea hărțuirii, constrângerii sau a influenței nejustificate

Atunci când se determină dacă o practică comercială folosește hărțuirea, constrângerea, inclusiv forța fizică sau influența nejustificată, se ține seama de:

(a) momentul, locul, natura și persistența ei;

(b) folosirea de limbaj și comportament amenințător sau nejustificat;

(c) exploatarea de către comerciant, în cunoștință de cauză, a oricărui eveniment nefast sau a oricărei situații deosebit de grave care afectează modul de a judeca al consumatorilor, pentru a influența decizia consumatorului cu privire la produs;

(d) orice bariere necontractuale, oneroase sau disproporționate, impuse de comerciant în cazul în care un consumator dorește să-și exercite drepturile contractuale, inclusiv dreptul de a rezilia un contract sau de a se îndrepta spre un alt produs sau comerciant;

(e) orice amenințare de intentare a unei acțiuni care nu este posibilă din punct de vedere legal.

CAPITOLUL 3

CODURILE DE CONDUITĂ

Articolul 10

Codurile de conduită

Prezenta directivă nu exclude controlul practicilor comerciale neloiale, pe care statele membre îl pot încuraja, efectuat de responsabilii de coduri de conduită sau inițierea unui control de către persoanele sau organizațiile prevăzute la articolul 11, în cazul în care procedurile desfășurate de respectivele organisme se situează peste nivelul procedurilor judiciare sau administrative prevăzute la respectivul articol.

Recurgerea la aceste organisme de control nu este echivalent în nici un caz cu renunțarea la o cale de atac judiciară sau administrativă, în conformitate cu articolul 11.

CAPITOLUL 4

DISPOZIȚII FINALE

Articolul 11

Punerea în aplicare

(1) Statele membre asigură existența unor mijloace adecvate și eficiente de combatere a practicilor comerciale neloiale pentru a pune în aplicare respectarea dispozițiilor prezentei directive în interesul consumatorilor.

Aceste mijloace includ dispozițiile legale în baza cărora persoanele sau organizațiile care au, în conformitate cu legislația internă, un interes legitim în combaterea practicilor comerciale neloiale, inclusiv concurenții, pot:

- (a) să intenteze o acțiune în instanță împotriva practicilor comerciale neloiale

și/sau

- (b) să aducă practicile comerciale neloiale în atenția unei autorități administrative competente fie pentru a pronunța o hotărâre cu privire la reclamații, fie pentru a iniția procedurile judiciare corespunzătoare.

Fiecare stat membru trebuie să decidă pe care dintre aceste proceduri o va fi reține și dacă este oportun să permită instanțelor judecătorești sau autorităților administrative să recurgă în

prealabil la alte căi de soluționare a reclamațiilor, inclusiv cele menționate la articolul 10. Consumatorii trebuie să aibă acces la aceste mijloace, indiferent dacă aceștia sunt pe teritoriul statului membru în care se află sediul comerciantului sau pe teritoriul unui alt stat membru.

Fiecare stat membru trebuie să decidă:

- (a) dacă respectivele mijloace legale pot fi îndreptate separat sau coroborat împotriva unui număr de comercianți din același sector economic

sau

- (b) dacă respectivele mijloace legale pot fi îndreptate împotriva responsabilului unui cod în cazul în care codul relevant promovează nerespectarea cerințelor legale.

(2) În cadrul dispozițiilor legale menționate la alineatul (1), statele membre conferă instanțelor judecătorești sau autorităților administrative, în cazul în care ele consideră că asemenea măsuri sunt necesare, ținând seama de toate interesele implicate și, în special, de interesul public, competențele necesare:

- (a) pentru a ordona încetarea sau a institui proceduri legale corespunzătoare pentru un ordin de încetare a practicilor comerciale neloiale

sau

- (b) în cazul în care practica comercială neloială nu a fost încă aplicată dar este iminentă, pentru a ordona interzicerea practicii sau a institui procedurile judiciare corespunzătoare pentru un ordin de interzicere a practicilor comerciale neloiale

chiar dacă nu există o dovadă a pierderii sau a prejudiciului real sau intenției sau neglijenței din partea comerciantului.

Statele membre dispun ca măsurile prevăzute la primul paragraf să fie adoptate prin procedură accelerată:

— fie cu efect provizoriu,

— fie cu efect definitiv,

înțelegând că fiecare stat membru trebuie să decidă pe care dintre cele două opțiuni o va reține.

De asemenea, statele membre pot acorda instanțelor judecătorești sau autorităților administrative competențe care să le permită, în vederea eliminării efectelor persistente ale practicilor comerciale neloiale a căror încetare a fost ordonată prin hotărâre finală:

(a) să solicite publicarea respectivei hotărâri în întregime sau parțial și într-o formă pe care ele o consideră adecvată;

(b) să solicite suplimentar publicarea unei declarații de corectare.

(3) Autoritățile administrative menționate la alineatul (1) trebuie:

(a) să aibă o structură asupra căreia să nu poată exista dubii cu privire la imparțialitate;

(b) să dețină competențele adecvate, în cazul în care hotărâsc cu privire la reclamații, pentru a monitoriza și impune în mod eficient respectarea hotărârilor lor;

(c) să explice motivele hotărârilor lor.

În cazul în care competențele menționate la alineatul (2) sunt exercitate exclusiv de către o autoritate administrativă, motivarea hotărârilor trebuie comunicată întotdeauna. De asemenea, în acest caz trebuie prevăzute proceduri prin care exercitarea inadecvată sau nemotivată a competențelor de către autoritatea administrativă sau eșecul inadecvat sau nemotivat de a exercita competențele menționate pot face obiectul unei căi de atac judiciare.

Articolul 12

Instanțe judecătorești și autorități administrative: justificarea afirmațiilor

Statele membre pot acorda instanțelor judecătorești sau autorităților administrative competențe care să le permită în procedurile civile sau administrative prevăzute la articolul 11:

(a) să solicite comerciantului să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor reale în legătură cu o practică comercială în cazul în care, ținând seama de interesul legitim al comerciantului și al oricărei părți la procedură, respectiva solicitare pare potrivită pe baza circumstanțelor cazului particular;

(b) să ia în discuție afirmațiile reale în cazul în care dovada solicitată în conformitate cu litera (a) nu este furnizată sau este considerată insuficientă de către instanța judecătorească sau autoritatea administrativă.

Articolul 13

Sancțiuni

Statele membre stabilesc sancțiuni pentru încălcarea dispozițiilor de drept intern adoptate pentru aplicarea prezentei directive și iau măsurile necesare pentru a asigura punerea lor în aplicare. Aceste sancțiuni trebuie să fie efective, proporționale și cu efect de descurajare.

Articolul 14

Modificări ale Directivei 84/450/CEE

Directiva 84/450/CEE se modifică după cum urmează:

1. articolul 1 se înlocuiește cu următorul text:

„Articolul 1

Prezentul articol are ca obiect protejarea comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă.”;

2. la articolul 2:

— punctul 3 se înlocuiește cu următorul text:

„3. «comerciant» înseamnă orice persoană fizică sau juridică care acționează în scopuri ce se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală și orice persoană care acționează în numele sau în beneficiul unui comerciant.”;

— se adaugă următorul punct, formulat după cum urmează:

„4. «responsabil de cod» înseamnă orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă pentru formularea sau revizuirea unui cod de conduită și/sau pentru monitorizarea respectării codului de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta.”;

3. articolul 3a se înlocuiește cu următorul text:

„Articolul 3a

(1) Publicitatea comparativă este permisă în cazul în care se îndeplinesc următoarele condiții:

- (a) nu este înșelătoare în sensul articolului 2 alineatul (2), al articolului 3 și al articolului 7 alineatul (1) din prezenta directivă sau al articolelor 6 și 7 din Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (*);
- (b) compară bunuri sau servicii care satisfac aceleași nevoi sau sunt destinate aceluiași scop;
- (c) compară obiectiv una sau mai multe caracteristici esențiale, pertinente, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri și servicii, care pot include prețul;
- (d) nu discreditează sau denigrează mărcile comerciale, denumirile comerciale, alte mărci distinctive, bunuri, servicii, activități sau situații în care se află un concurent;
- (e) pentru produsele cu denumire de origine, se referă în fiecare caz la produse cu aceeași denumire;
- (f) nu profită de notorietatea unei mărci comerciale, a unei denumiri comerciale sau a altor mărci distinctive ale unui concurent sau de denumirea de origine a produselor concurente;
- (g) nu prezintă bunuri sau servicii ca imitații sau replici ale bunurilor sau serviciilor care poartă o marcă comercială sau o denumire comercială protejată;
- (h) nu creează confuzie între comercianți, între agentul de publicitate și un concurent sau între mărcile comerciale, denumirile comerciale, alte mărci distinctive, bunuri și servicii ale unui agent de publicitate și cele ale unui concurent.

4. articolul 4 alineatul (1) se înlocuiește cu următorul text:

„(1) Statele membre asigură existența unor mijloace adecvate și eficiente de combatere a publicității înșelătoare în vederea respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă în interesul comercianților și concurenților. Aceste mijloace trebuie să cuprindă dispoziții legale în temeiul cărora persoanele sau organizațiile considerate, în conformitate cu legislația internă, ca având un interes legitim în combaterea publicității înșelătoare sau în reglementarea publicității comparative au posibilitatea:

- (a) să intenteze o acțiune judiciară împotriva publicității în cauză

sau

- (b) să aducă publicitatea în cauză în atenția unei autorități administrative competente pentru ca aceasta să pronunțe o hotărâre în această chestiune sau pentru a iniția demersurile judiciare corespunzătoare.

Fiecare stat membru decide cu privire la procedura pe care o va reține și dacă este oportun ca instanțele judecătorești sau autoritățile administrative să dispună de posibilitatea de a cere să se recurgă în prealabil la alte mijloace consacrate de soluționare a reclamațiilor, inclusiv cele menționate la articolul 5.

Fiecărui stat membru îi revine obligația de a decide:

- (a) dacă respectivele mijloace legale pot fi îndreptate separat sau coroborat împotriva unui anumit număr de comercianți din același sector economic

sau

- (b) dacă respectivele mijloace legale pot fi îndreptate împotriva unui responsabil de cod în cazul în care codul relevant promovează nerespectarea cerințelor legale.”;

5. articolul 7 alineatul (1) se înlocuiește cu următorul text:

„(1) Prezenta directivă nu constituie un obstacol în calea menținerii sau a adoptării de către statele membre a unor dispoziții pentru a asigura o protecție mai extinsă a comercianților și concurenților împotriva publicității înșelătoare.”

(*) JO L 149, 11.6.2005, p. 22.”;

Articolul 15

Modificări ale Directivelor 97/7/CE și 2002/65/CE

1. articolul 9 din Directiva 97/7/CE se înlocuiește cu următorul text:

„Articolul 9

Vânzarea nesolicitată

Având în vedere că Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (*) interzice practicile de vânzare nesolicitată, statele membre iau măsurile necesare pentru a exonera consumatorul de cheltuielile pe care le implică vânzarea nesolicitată, absența unui răspuns al consumatorului nefiind echivalentă cu consimțământul său.

(*) JO L 149, 11.6.2005, p. 22.”

2. articolul 9 din Directiva 2002/65/CE se înlocuiește cu următorul text:

„Articolul 9

Având în vedere că Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (*) interzice practicile de vânzare nesolicitată și fără a aduce atingere dispozițiilor în vigoare ale legislației statelor membre privind reînnoirea tacită a contractelor la distanță în cazul în care acestea permit reînnoirea tacită, statele membre iau măsurile necesare pentru a exonera consumatorul de orice obligație pe care o implică practicile de vânzare nesolicitată, absența unui răspuns al consumatorului nefiind echivalentă cu consimțământul său.

(*) JO L 149, 11.6.2005, p. 22.”

Articolul 16

Modificări ale Directivei 98/27/CE și ale Regulamentului (CE) 2006/2004

1. în anexa la Directiva 98/27/CE, punctul 1 se înlocuiește cu următorul text:

„1. Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (JO L 149, 11.6.2005, p. 22).”;

2. în anexa la Regulamentul (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 octombrie 2004 privind cooperarea dintre autoritățile naționale însărcinate să asigure aplicarea legislației în materie de protecție a consumatorului (Regulamentul privind cooperarea în materie de protecție a consumatorului) ⁽¹⁾ se adaugă următorul punct, formulat după cum urmează:

„16. Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (JO L 149, 11.6.2005, p. 22).”

Articolul 17

Informarea

Statele membre iau măsurile necesare pentru informarea consumatorilor cu privire la dispozițiile legislației interne care transpun prezenta directivă și, după caz, încurajează comercianții și responsabili de cod să informeze consumatorii cu privire la codurile lor de conduită.

Articolul 18

Revizuirea

(1) Până la 12 iunie 2011, Comisia prezintă Parlamentului European și Consiliului un raport general privind aplicarea articolului 3 alineatul (9) din prezenta directivă și în special privind aplicarea articolului 4 și a anexei I, cu privire la amplexarea acțiunilor de armonizare și simplificare suplimentare ale legislației comunitare în domeniul protecției consumatorilor și, având în vedere articolul 3 alineatul (5), cu privire la orice măsuri ce se dovedesc necesare la nivel comunitar pentru menținerea nivelurilor corespunzătoare de protecție a consumatorilor. Raportul este însoțit, după caz, de o propunere de revizuire a prezentei directive sau a altor dispoziții relevante ale legislației comunitare.

(2) Parlamentul European și Consiliul acționează, în conformitate cu tratatul, în termen de doi ani de la comunicarea de către Comisie a oricărei propuneri prezentate în conformitate cu alineatul (1).

Articolul 19

Transpunerea

Statele membre adoptă și publică până la 12 iunie 2007 actele cu putere de lege și actele administrative necesare pentru a se conforma prezentei directive. Statele membre informează de îndată Comisia cu privire la aceasta și îi adresează notificări cu privire la modificările ulterioare.

⁽¹⁾ JO L 364, 9.12.2004, p. 1.

Statele membre aplică aceste acte până la 12 decembrie 2007. Atunci când statele membre adoptă aceste acte, ele conțin o trimitere la prezenta directivă sau sunt însoțite de o asemenea trimitere la data publicării lor oficiale. Statele membre stabilesc modalitatea de efectuare a acestei trimiteri.

Articolul 21

Destinatarii

Prezenta directivă se adresează statelor membre.

Articolul 20

Adoptată la Strasburg, 11 mai 2005.

Intrarea în vigoare

Prezenta directivă intră în vigoare în ziua următoare datei publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Pentru Parlamentul European

Președintele

J. P. BORRELL FONTELLES

Pentru Consiliu

Președintele

N. SCHMIT

ANEXA I

PRACTICI COMERCIALE CONSIDERATE NELOIALE ÎN ORICE SITUAȚIE

Practici comerciale înșelătoare

1. Comerciantul afirmă că a semnat un cod de conduită pe care în fapt nu l-a semnat.
2. A afișa un certificat, o marcă de calitate sau un echivalent fără autorizația necesară în acest sens.
3. A afirma fără un temei real că un cod de conduită este autorizat de un organism public sau de alt tip.
4. A afirma că un comerciant (inclusiv practicile sale comerciale) sau un produs a fost agreat, aprobat sau autorizat de un organism public sau privat fără un temei real sau fără a îndeplini condițiile necesare pentru agrearea, aprobarea sau autorizarea obținută.
5. A propune cumpărarea produselor la un preț declarat fără a se menționa că există motive rezonabile pentru care comerciantul poate considera că nu va putea furniza, el însuși sau prin intermediul unui alt comerciant, produsele respective sau produse echivalente la prețul declarat pentru o anumită perioadă și în cantități rezonabile ținând seama de produsul respectiv, de amploarea publicității și de prețul declarat (publicitate-capcană).
6. A propune cumpărarea produselor la un preț declarat, urmată de:
 - (a) refuzul de a prezenta consumatorilor articolul care a făcut obiectul publicității

sau
 - (b) refuzul de a prelua comenzi pentru acesta și de a-l livra într-un termen rezonabil

sau
 - (c) prezentarea unui eșantion defect

cu intenția de a promova un alt produs (capcană și deturnare).
7. Declarația falsă că un produs nu va fi disponibil decât pentru un interval de timp foarte scurt sau doar în condiții speciale pentru un interval de timp foarte scurt, pentru a determina decizia imediată a consumatorilor și pentru a-i priva de timpul de gândire necesar și de posibilitatea de a face o alegere în cunoștință de cauză.
8. Angajamentul de a furniza servicii post-vânzare către consumatorii cu care comerciantul a comunicat anterior tranzacției într-o limbă care nu este o limbă oficială a statului membru în care se află sediul comerciantului și, ulterior, furnizarea serviciului respectiv în altă limbă fără a informa în mod clar consumatorul cu privire la aceasta înainte de inițierea tranzacției.
9. A declara sau a sugera sub orice formă, fără un temei real, că vânzarea unui anumit produs este legală.

10. A prezenta drepturile de care consumatorii beneficiază prin lege ca și caracteristică distinctivă a ofertei comerciantului.
11. A folosi conținutul editorial din mass-media pentru a promova un produs, în cazul în care comerciantul a plătit pentru această promovare, fără a specifica acest lucru prin conținut ori prin imagini sau sunete pe care consumatorul le poate identifica ușor (reportaj publicitar). Dispoziția nu aduce atingere Directivei 89/552/CEE a Consiliului ⁽¹⁾.
12. A face afirmații *de facto* inexacte cu privire la natura și amploarea riscurilor la care se expune consumatorul referitor la siguranța personală sau a familiei sale în cazul în care nu achiziționează produsul în cauză.
13. A promova deliberat un produs similar cu produsul unui alt producător astfel încât consumatorul să creadă că produsul promovat provine de la același producător.
14. A crea, a exploata sau a promova un sistem de împrumut piramidal în cadrul căruia un consumator plătește o cotizație în schimbul posibilității de a primi o parte din sumele provenite în special din cotizațiile pe care le vor plăti noii membri și nu din vânzarea sau consumul produselor.
15. Comerciantul afirmă că este pe cale să își înceteze activitatea sau să își mute sediul fără a intenționa de fapt acest lucru.
16. A afirma că un produs poate crește șansele de câștig la jocurile de noroc.
17. A face afirmația neîntemeiată că un produs tratează boli, disfuncții sau malformații.
18. A disemina informații *de facto* inexacte privind condițiile pieței sau posibilitatea de a găsi un produs, incitând astfel consumatorul să achiziționeze produsul respectiv în condiții mai puțin favorabile decât condițiile normale ale pieței.
19. A afirma în cadrul unei practici comerciale organizarea unui concurs sau posibilitatea câștigării unui premiu fără a acorda premiile specificate sau echivalentul acestora.
20. A descrie un produs ca „gratuit”, „bonus”, „fără taxe” sau în termeni similari în cazul în care consumatorul trebuie să plătească o sumă în plus față de costurile pe care le implică reacția sa pozitivă la practica comercială și ridicarea sau livrarea articolului.
21. A include în materialul promoțional o factură sau un document similar de plată astfel încât consumatorul are impresia greșită că a comandat deja produsul comercializat.
22. A face afirmații false sau a crea impresia că un comerciant nu acționează în scopuri ce se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală sau liberală sau a se prezenta comerciantului ca și consumator.
23. A crea impresia falsă că serviciul post-vânzare furnizat pentru un produs este disponibil într-un stat membru altul decât cel în care este cumpărat produsul.

⁽¹⁾ Directiva 89/552/CEE a Consiliului din 3 octombrie 1989 privind coordonarea anumitor dispoziții legale, de reglementare și administrative ale statelor membre cu privire la desfășurarea activităților de difuzare a programelor de televiziune (JO L 298, 17.10.1989, p. 23), directivă astfel cum a fost modificată prin Directiva 97/36/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 202, 30.7.1997, p. 60).

Practici comerciale agresive

24. A-i da impresia consumatorului că nu poate părăsi sediul fără a încheia un contract.
25. A efectua vizite personale la domiciliul consumatorului, ignorând solicitarea acestuia de a pleca sau de a nu reveni, cu excepția cazului în care legislația internă permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei obligații contractuale și în măsura în care o permite.
26. A efectua solicitări repetate și nedorite prin telefon, fax sau e-mail sau alt mijloc de comunicare la distanță, cu excepția cazului în care legislația internă permite acest lucru în vederea îndeplinirii unei obligații contractuale și în măsura în care o permite. Dispoziția nu aduce atingere articolului 10 din Directiva 97/7/CE și Directivelor 95/46/CE ⁽¹⁾ și 2002/58/CE.
27. A obliga un consumator care intenționează să solicite plata daunelor pe baza unei polițe de asigurare să prezinte documente care nu pot fi considerate, în mod rezonabil, relevante pentru valabilitatea cererii de plată a daunelor sau ignorarea sistematică a corespondenței pertinente pentru a-l descuraja pe consumatorul care dorește să își exercite drepturile contractuale.
28. A include în reclamă indemnul direct adresat copiilor de a cumpăra produsele promovate sau de a convinge părinții sau alți adulți să le cumpere produsele promovate. Dispoziția nu aduce atingere articolului 16 din Directiva 89/552/CEE privind difuzarea programelor de televiziune.
29. Comerciantul solicită plata pe loc sau plata ulterioară pentru produsele pe care le furnizează dar pe care consumatorul nu le-a solicitat sau solicită rambursarea sau păstrarea lor, cu excepția produselor de substituție furnizate în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) din Directiva 97/7/CE (vânzare nesolicitată).
30. A afirma explicit că, în cazul în care consumatorul nu cumpără produsul sau serviciul respectiv, comerciantul își poate pierde locul de muncă sau mijloacele de subsistență.
31. A le crea consumatorilor falsă impresie că au câștigat sau vor câștiga ori că vor câștiga dacă întreprind o anumită acțiune, un premiu sau un alt avantaj similar, în condițiile în care:
- fie nu există nici un premiu ori avantaj similar,
 - fie acțiunea pe care ar trebui să o întreprindă pentru a câștiga premiul sau alt avantaj similar este condiționată de plata unei sume de bani sau de suportarea unui cost.

⁽¹⁾ Directiva 95/46/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 24 octombrie 1995 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date (JO L 281, 23.11.1995, p. 31), directivă astfel cum a fost modificată prin Regulamentul (CE) nr. 1882/2003 (JO L 284, 31.10.2003, p. 1).

ANEXA II

DISPOZIȚII DE DREPT COMUNITAR PRIN CARE SE STABILESC NORME ÎN MATERIE DE PUBLICITATE ȘI COMUNICARE COMERCIALĂ

Articolele 4 și 5 din Directiva 97/7/CE

Articolul 3 din Directiva 90/314/CEE a Consiliului din 13 iunie 1990 privind pachetele de servicii pentru călătorii, vacanțe și circuite ⁽¹⁾

Articolul 3 alineatul (3) din Directiva 94/47/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 octombrie 1994 privind protecția cumpărătorilor în ceea ce privește anumite aspecte ale contractelor privind cumpărarea dreptului de folosință a bunurilor imobile în regim de indiviziune ⁽²⁾

Articolul 3 alineatul (4) din Directiva 98/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 februarie 1998 privind protecția consumatorului prin indicarea prețurilor produselor oferite consumatorilor ⁽³⁾

Articolele 86-100 din Directiva 2001/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 6 noiembrie 2001 de instituire a unui cod comunitar cu privire la medicamentele de uz uman ⁽⁴⁾

Articolele 5 și 6 din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, în piața internă (Directiva privind comerțul electronic) ⁽⁵⁾

Articolul 1 litera (d) din Directiva 98/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 16 februarie 1998 de modificare a Directivei 87/102/CEE de apropiere a actelor cu putere de lege și actelor administrative ale statelor membre privind creditul de consum ⁽⁶⁾

Articolele 3 și 4 din Directiva 2002/65/CE

Articolul 1 alineatul (9) din Directiva 2001/107/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 ianuarie 2002 de modificare a Directivei 85/611/CEE a Consiliului privind coordonarea actelor cu putere de lege și a actelor administrative privind organismele de plasament colectiv în valori mobiliare (OPCVM) în vederea reglementării societăților de gestionare și a prospectelor simplificate ⁽⁷⁾

Articolele 12 și 13 din Directiva 2002/92/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 9 decembrie 2002 privind intermedierea de asigurări ⁽⁸⁾

Articolul 36 din Directiva 2002/83/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 5 noiembrie 2002 privind asigurarea directă de viață ⁽⁹⁾

⁽¹⁾ JO L 158, 23.6.1990, p. 59.

⁽²⁾ JO L 280, 29.10.1994, p. 83.

⁽³⁾ JO L 80, 18.3.1998, p. 27.

⁽⁴⁾ JO L 311, 28.11.2001, p. 67, directivă astfel cum a fost modificată ultima dată prin Directiva 2004/27/CE (JO L 136, 30.4.2004, p. 34).

⁽⁵⁾ JO L 178, 17.7.2000, p. 1.

⁽⁶⁾ JO L 101, 1.4.1998, p. 17.

⁽⁷⁾ JO L 41, 13.2.2002, p. 20.

⁽⁸⁾ JO L 9, 15.1.2003, p. 3.

⁽⁹⁾ JO L 345, 19.12.2002, p. 1, directivă astfel cum a fost modificată prin Directiva 2004/66/CE a Consiliului (JO L 168, 1.5.2004, p. 35).

Articolul 19 din Directiva 2004/39/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 21 aprilie 2004 privind piețele instrumentelor financiare ⁽¹⁾

Articolele 31 și 43 din Directiva 92/49/CEE a Consiliului din 18 iunie 1992 de coordonare a actelor cu putere de lege și actelor administrative privind asigurarea directă, alta decât asigurarea de viață ⁽²⁾ (a treia directivă privind „asigurarea generală”)

Articolele 5, 7 și 8 din Directiva 2003/71/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 4 noiembrie 2003 privind prospectul care trebuie publicat în cazul unei oferte publice de valori mobiliare sau pentru admiterea valorilor mobiliare la tranzacționare ⁽³⁾

⁽¹⁾ JO L 145, 30.4.2004, p. 1.

⁽²⁾ JO L 228, 11.8.1992, p. 1, directivă astfel cum a fost modificată ultima dată prin Directiva 2002/87/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 35, 11.2.2003, p. 1).

⁽³⁾ JO L 345, 31.12.2003, p. 64.