

Този текст служи само за информационни цели и няма правно действие. Институциите на Съюза не носят отговорност за неговото съдържание. Автентичните версии на съответните актове, включително техните преамбюли, са версиите, публикувани в Официален вестник на Европейския съюз и налични в EUR-Lex. Тези официални текстове са пряко достъпни чрез връзките, публикувани в настоящия документ

► **V** ДИРЕКТИВА 2005/29/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА

от 11 май 2005 година

относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета

(„Директива за нелоялни търговски практики“)

(текст от значение за ЕИП)

(ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22)

Изменена със:

Официален вестник

№ страница дата

► **M1** Директива (ЕС) 2019/2161 на Европейския парламент и на Съвета от 27 ноември 2019 година L 328 7 18.12.2019 г.



**ДИРЕКТИВА 2005/29/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ
И НА СЪВЕТА**

от 11 май 2005 година

относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета

(„Директива за нелоялни търговски практики“)

(текст от значение за ЕИП)

ГЛАВА 1

ОБЩИ РАЗПОРЕДБИ

Член 1

Цел

Целта на настоящата директива е да допринесе за правилното функциониране на вътрешния пазар и постигане на високо ниво на защита на потребителите чрез сближаване на законовите, подзаконовите и административни разпоредби на държавите-членки по отношение на нелоялните търговски практики, накърняващи икономическите интереси на потребителите.

Член 2

Дефиниции

За целите на настоящата директива:

- а) „потребител“ означава всяко физическо лице, което по смисъла на търговските практики обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет извън неговото занятие, работа или професия;
- б) „търговец“ означава всяко физическо или юридическо лице, което, по смисъла на търговските практики обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет свързан с неговото занятие, работа или професия или всяко лице, което действа от името и/или за сметка на търговеца;



- в) „продукт“ означава всяка стока или услуга, включително недвижимо имущество, цифрова услуга и цифрово съдържание, както и права и задължения;



- г) „търговски практики от търговците към потребителите“ (наричани по-долу за краткост „търговски практики“) са всяко действие, бездействие, поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан с производството, продажба или доставка на стока до потребители;
- д) „съществено изопачаване на икономическото поведение на потребители“ означава използване на търговска практика, която значително накърнява способността на потребителя да вземе решение на база осведоменост, принуждаващо потребителя да вземе решение за сделка, което не би взел при други обстоятелства;
- е) „кодекс за поведение“ означава споразумение или набор от правила, незадължителни по силата на законов, подзаконов или

▼B

- административен акт на държава-членка, които определят поведението на търговци, поели задължението да спазват този кодекс по отношение на една или повече търговски практики или стопански отрасли;
- ж) „субект на кодекс“ означава всяко лице, включително търговец или група търговци, които носят отговорност за съставянето и преразглеждането на кодекс за поведение и/или за наблюдение на спазването на кодекса от онези, които са поели задължението да се обвържат с него;
- з) „дължима професионална грижа“ е норма на специални умения и грижи, очакващи се от търговеца да извърши спрямо потребителите в разумни граници, които умения съответстващи на честната пазарна практика и/или на общия принцип на добросъвестност в сферата на дейност на търговеца;
- и) „оферта за продажба“ означава търговско съобщение, което посочва характеристиките на стоката и цената по начин, съответстващ на използваните средства за търговски съобщения и следователно позволява на потребителя да направи покупка;
- й) „злоупотреба с влияние“ означава използване позиция на сила по отношение на потребителя, за да се прилага натиск, дори без използване на физическа сила или заплаха за такава, по начин, който значително ограничава способността на потребителя да вземе решение на база осведоменост;
- к) „решение за сделка“ означава всяко решение, взето от потребител относно това как и при какви условия да купи, да заплати изцяло или частично, да задържи или да се разпорежи със стоката, или да упражни договорно право свързано със стоката, независимо дали потребителят решава да действа или се въздържа от действие;
- л) „регулирана професия“ означава професионална дейност или група професионални дейности, достъпът до които или упражняването на които, или един от начините за упражняване, зависи пряко или косвено, от притежаване на професионална правоспособност, съобразно законовите, подзаконовите и административни актове;

▼M1

- м) „класиране“ означава относителната приоритетна позиция на представените продукти, организирани или съобщени от търговеца, независимо от използваните технологични средства за това представяне, организиране или съобщаване;
- н) „онлайн място за търговия“ означава услуга, която чрез използване на софтуер, включително уебсайт, част от уебсайт или приложение, управлявани от търговеца или от негово име, позволява на потребителите да сключват договори от разстояние с други търговци или потребители.

▼B*Член 3***Обхват**

1. Настоящата директива се прилага по отношение на нелоялни търговски практики от страна на търговците към потребителите, съгласно разпоредбата на член 5, преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока.

▼B

2. Настоящата директива не противоречи на облигационното право, и по-специално на правилата относно действителност, сключване или последиците на договора.
3. Настоящата директива не засяга националните или на Общността разпоредби относно здравеопазването и безопасността на стоките.
4. В случай на противоречие между разпоредбите на настоящата директива и други разпоредби на Общността, уреждащи специфични аспекти на нелоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

▼M1

5. Настоящата директива не възпрепятства държавите членки да приемат разпоредби за защита на законните интереси на потребителите по отношение на агресивни или заблуждаващи практики на предлагане или продажби чрез нежелани посещения на търговеца в дома на потребителя или чрез екскурзии, организирани от търговеца с цел или с ефект на рекламиране или продажба на продукти на потребителите. Тези разпоредби са пропорционални, недискриминационни и обосновани от съображения за защита на потребителите.
6. Държавите членки нотифицират незабавно на Комисията всички национални разпоредби, приети въз основа на параграф 5, както и всякакви последващи промени. Комисията осигурява лесен достъп до тази информация за потребителите и търговците на специализиран уебсайт.

▼B

7. Настоящата директива не засяга разпоредбите уреждащи компетентността на съдилищата.
8. Настоящата директива не засяга каквито и да е условия за регистрационни и разрешителни режими, или морални кодекси за поведение или други специфични правила, които уреждат регулирани професии, с цел поддържане на високи стандарти на почтеност от страна на представителите на професията, които държавите-членки могат да наложат на професионалистите в съответствие с правото на Общността.
9. По отношение на „финансови услуги“ по смисъла на Директива 2002/65/ЕО и недвижими имоти, държавите-членки могат да налагат изисквания, които са по-ограничителни или по-строгите настоящата директива в областта, която тя урежда.
10. Настоящата директива няма юридическа сила по отношение прилагането на закони, подзаконови и административни разпоредби на държавите-членки, които се отнасят до удостоверяване и обозначаване степента на чистота на изделия от благородни метали.

*Член 4***Вътрешен пазар**

Държавите-членки няма да ограничават нито свободата за предоставяне на услуги, нито свободното движение на стоки по причини, попадащи в областта на сближаването постигнато с настоящата директива.

ГЛАВА 2

НЕЛОЯЛНИ ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ*Член 5***Забрана за нелоялни търговски практики**

1. Забраняват се нелоялните търговски практики.

▼B

2. Една търговска практика е нелоялна, ако:
 - а) противоречи на изискванията за дължимата професионална грижа,
 - и
 - б) съществено изопачава или е възможно да изопачи съществено икономическото поведение по отношение на продукта на средния потребител, до когато достига или за когато е предназначена стоката, или на средния представител на група, когато една търговска практика е ориентирана към група потребители.
3. Търговски практики, които е възможно да изопачат съществено икономическото поведение само на ясно установима група потребители, които са особено уязвими към практиката или към основния продукт поради своята физическа или умствена недоразвитост, възраст или лекомислие по начин предвидим за търговеца, се оценяват от гледна точка на средния представител на тази група. Това не засяга обичайната и законосъобразна рекламна практика на преувеличени изявления или изявления, които не трябва да се приемат буквално.
4. По-специално търговските практики са нелоялни, когато:
 - а) са заблуждаващи по смисъла на членове 6 и 7,
 - или
 - б) са агресивни по смисъла на членове 8 и 9.
5. Приложение I съдържа списъка на тези търговски практики, които се считат за нелоялни при всякакви обстоятелства. Същият списък се прилага във всички държави-членки и може да бъде променян само чрез изменение на настоящата директива.

Раздел 1

Заблуждаващи търговски практики

Член 6

Заблуждаващи действия

1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която съдържа невярна информация и следователно е невярна, или по някакъв начин, включително когато посредством цялостното представяне заблуждава или е възможно да заблуди средният потребител, дори и ако съдържащата се в нея информацията е фактически точна, по отношение на един или повече от посочените по-долу елементи, и във всички случаи подтиква или е възможно да подтикне потребителя да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел:
 - а) съществуването или естество на продукта;
 - б) основните характеристики на продукта, като неговата наличност, преимущества, рискове, изпълнение, състав, принадлежност, сервизно обслужване на клиента и разглеждане на жалби, метод и дата на производство или предоставяне, доставка, срок на годност, употреба, количество, спецификация, географски или търговски произход, или резултатите, които могат да се очакват при неговата употреба, или резултатите и съществените характеристики от изпитвания или проверки, извършени върху продукта;
 - в) обхват на задълженията на търговеца, мотивите за търговската практика и характеристика на продажбения процес, всяко изявление или символ относно пряко или косвено спонсорство, или преценка на търговеца или продукта;

▼B

- г) цената или начина, по който е формирана цената или съществуването на специфично ценово предимство;
- д) потребността от сервизно обслужване, резервна част, подмяна или ремонт;
- е) характера, качествата и правата на търговеца или неговия агент, като неговата самоличност и имущество, неговата квалификация, статус, одобрение, съдружие или обвързаност и права върху индустриална, търговска или интелектуална собственост или награди и отличия;
- ж) правата на потребителя, включително правото на замяна или възстановяване на цената съгласно Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 25 май 1999 г. относно някои елементи на продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции ⁽¹⁾, или рисковете, с които може да се сблъска.

2. Търговска практика също се счита за заблуждаваща, ако в нейния фактически контекст, отчитайки всичките ѝ характеристики и обстоятелства, тя подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел, и ако тя включва:

- а) всякакво предлагане на продукт, включително сравнителна реклама, което създава объркване с други продукти, търговски марки, търговски наименования или други отличителни знаци на конкурент;
- б) неспазване на задълженията, поети от търговеца, съдържащи се в кодекса за поведение, с търговецът се е обвързал, когато:
 - і) задължението не е само пожелателно, а е категорично и проверимо,
 - и
 - іі) търговецът указва в търговската практика, че е обвързан със задължение да спазва кодекса;

▼M1

- в) всяко предлагане на стока в една държава членка като идентична на стока, предлагана на пазара в други държави членки, когато тази стока има значителни разлики в състава или характеристиките, освен ако не е обосновано от законосъобразни и обективни фактори.

▼B*Член 7***Заблуждаващи бездействия**

1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички характеристики и обстоятелства и ограниченията на средството за комуникация, пропускателна информация, необходима на средния потребител съгласно контекста, за да вземе решение за сделка на база осведоменост и следователно подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

⁽¹⁾ ОВ L 171, 7.7.1999 г., стр. 12.

▼B

2. Заблуждаващо бездействие е също и търговска практика при която отчитайки характеристиките, описани в параграф 1, търговецът укрива или предоставя по неясен, неразбираем, двусмислен или несвоевременен начин такава съществена информация по смисъла на тази алинея, или когато пропуска да определи целта на търговската практика, ако вече не е ясна от контекста, и когато, и в двата случая това подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

3. Когато средствата за комуникация при осъществяване на търговска практика налагат ограничения в пространството или времето, тези ограничения и всякакви мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информация на потребителите чрез други средства, ще бъдат взети предвид при вземане на решението дали има пропусната информация.

4. В случай на оферта за покупка, информацията по-долу ще се счита за съществена, ако вече не е очевидна от контекста:

- а) основни характеристики на стоката, до степен, отговаряща на средството за комуникация и стоката;
- б) седалище и адрес на управление, географски адрес и самоличност на търговеца, като неговото търговско наименование и когато е приложимо, седалище и адрес на управление и идентичността на търговеца, за чиято сметка действа;
- в) цената, с включени данъци, или когато естеството на стоката е такова, че цената не може да бъде изчислена предварително, начинът по който цената се изчислява, а също когато е необходимо, всички допълнително разходи по транспорт, доставка или пощенски такси или, когато тези не могат да бъдат изчислени в разумни граници предварително, факта че такива допълнителни такси може да бъдат дължими от потребителя;

▼M1

- г) условията на плащане, доставка и изпълнение, ако те се отклоняват от изискванията за дължимата професионална грижа;

▼B

- д) за стоки и сделки, включващи право на отказ или прекратяване, наличието на такова право;

▼M1

- е) за продукти, предлагани на онлайн места за търговия – дали третата страна, предлагаща продуктите, е търговец или не, въз основа на заявеното от тази трета страна пред доставчика на онлайн мястото за търговия.

4а. Когато на потребителите се дава възможност да търсят продукти, предлагани от различни търговци или от потребители, въз основа на заявка за търсене под формата на ключова дума, фраза или други въведени данни, независимо къде в крайна сметка се извършват операциите, общата информация относно основните параметри, определящи класирането на продуктите,

▼ M1

представени на потребителя в отговор на заявката за търсене, налична в специален раздел на онлайн интерфейса, до който има пряк и лесен достъп от страницата, на която са представени резултатите от заявката, и тяхната относителна важност в сравнение с други параметри се считат за съществени. Този параграф не се прилага за доставчици на онлайн търсачки съгласно определението в член 2, точка 6 от Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁾.

▼ B

5. Изисквания за предоставяне на информация, установени в законодателството на Общността във връзка с търговски съобщения, включително реклама или продажби, неизчерпателен списък от които се съдържа в приложение II, се считат за съществени.

▼ M1

6. Когато даден търговец предоставя достъп до потребителски отзиви за продукти, информацията за това дали и по какъв начин търговецът гарантира, че публикуваните отзиви са от потребители, които действително са използвали или закупили продукта, се счита за съществена.

▼ B

Раздел 2

Агресивни търговски практики*Член 8***Агресивни търговски практики**

Агресивна е търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички нейни характеристики и обстоятелства, чрез тормоз, принуда, включително използване на физическа сила, или злоупотреба с влияние, значително накърнява или е възможно в значителна степен да накърни свободата на избор или поведение на средния потребител по отношение на стоката, и следователно го подтиква или е възможно да го подтикне да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

*Член 9***Използване на тормоз, принуда и злоупотреба с влияние**

При определяне дали търговска практика използва тормоз, принуда, включително използване на физическа сила, или злоупотреба с влияние, се вземат предвид:

- а) изборът на време, мястото и степента на настойчивост;
- б) използването на заплахи или обидни думи или поведение;
- в) злоупотребата от страна на търговеца с всяко специфично нещастие или обстоятелство, от такава важност, че да накърни преценката на потребителя, което търговецът ясно съзнава, и да повлияе при решението му за продукта;
- г) всички обременителни или прекомерни недоговорни пречки, създадени от търговеца когато потребителят желае да упражни правата си по договора, включително правото да прекрати на договора или да промени стоката или търговеца;
- д) всяка заплаха за предприемане на противозаконни действия.

⁽¹⁾ Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 г. за насърчаване на справедливост и прозрачност за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги (ОВ L 186, 11.7.2019 г., стр. 57).



ГЛАВА 3 КОДЕКСИ ЗА ПОВЕДЕНИЕ

Член 10

Кодекси за поведение

Настоящата директива не изключва контрола, който държавите-членки насърчават, върху нелоялни търговски практики от страна на обвързалите се с кодекси и сезирането на тези органи от лица или организации по член 11, ако производствата пред тези органи са в допълнение на съдебните или административни съдопроизводства предвидени настоящия член.

Сезирането на такива контролни органи не се счита за отказ от съдебни или административни мерки за защита предвидени в член 11.

ГЛАВА 4 ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Член 11

Въвеждане в действие

1. Държавите-членки осигуряват достатъчни и резултатни средства за борба срещу нелоялни търговски практики, с оглед постигане на съответствие с разпоредбите на настоящата директива в интерес на потребителите.

Такива средства включват законови разпоредби, съгласно които лица или организации придобили по силата на националното законодателство правен интерес към борбата с нелоялни търговски практики, включително конкуренти, могат:

- а) да предявяват искиове срещу такива нелоялни търговски практики;
и/или
- б) да сезират административните органи, които са компетентни да разглеждат жалби, или да започнат съответната законова процедура.

Всяка държава-членка решава кои от тези средства за защита да предостави и дали да даде възможност на съдилищата или административните органи да изискват предварително изчерпване на другите правни инструменти за разглеждане на жалби, включително онези по член 10. Тези средства за защита са трябва да са достъпни независимо дали засегнатите потребители са на територията на държавата-членка, където е регистриран търговеца, или в друга държава-членка.

Всяка държава-членка решава:

- а) дали тези правни средства за защита могат да бъдат използвани независимо едно от друго или съвместно срещу много търговци от същия икономически отрасъл;
и
- б) дали тези правни средства могат да бъдат насочени срещу субект на кодекс за поведение, когато този кодекс насърчава неспазване на правни изисквания.

▼B

2. Съгласно разпоредбата на параграф 1, държавите-членки предоставят на съдилищата или административните органи правомощия, когато те считат, че е необходимо, ръководейки се от интересите на всички страни, и по-специално от този на обществото:

а) да разпоредят прекратяване на, или да започнат съдопроизводство за прекратяване на нелоялни търговски практики;

или

б) ако нелоялната търговска практика все още не е осъществена, но е предстояща, да разпоредят забраната на практиката, или да започнат съдопроизводство за постановяване на забрана,

дори без доказване за действителни вреди, или умисъл или небрежност от страна на търговеца.

Държавите-членки също така издават разпоредби, които предвиждат възможност, за привеждане в изпълнение при ускорена процедура на мерките предвидени в първа алинея:

— било то с временно действие,

— или с окончателно действие,

като всяка държава-членка сама решава коя от двете възможности да избере.

Освен това държавите-членки може да делегират на съдилищата или административните органи правомощия с оглед премахване на продължаващи последствия от нелоялни търговски практики, прекратяването на които е постановено с окончателно решение:

а) да изискат обнародване на постановеното решение напълно или частично и във форма, която считат за подходяща;

б) да изискат в допълнение към публикацията коригиращо изявление.

3. Административните органи по параграф 1 трябва:

а) да бъдат съставени така че да не оставят никакви съмнения относно тяхната безпристрастност;

б) да имат достатъчни правомощия при решаване на жалби, за да контролират и изискват ефективно прилагане на техните решения;

в) да мотивират своите решения.

Когато правомощията по параграф 2 се упражняват изключително от административния орган, неговите решения винаги трябва да бъдат мотивирани. Освен това, в този случай е необходимо да се предвиди процедура, според която неправилно или необосновано упражняване на правомощията от административния орган, или неправилен или необоснован отказ от правомощията може, да бъдат предмет на преглед по съдебен ред.

▼ M1*Член 11а***Средства за защита**

1. Потребители, пострадали от нелоялни търговски практики, имат достъп до пропорционални и ефективни правни средства за защита, включително обезщетение за претърпени от потребителя вреди, и когато е уместно – до намаляване на цената или прекратяване на договора. Държавите членки могат да определят условията за прилагането и последиците от тези правни средства за защита. Държавите членки могат да вземат под внимание, когато е целесъобразно, тежестта и естеството на нелоялната търговска практика, претърпените от потребителя вреди и други относими обстоятелства.
2. Тези правни средства за защита не засягат прилагането на други такива, предоставени на потребителите съгласно правото на Съюза или съгласно националното право.

▼ B*Член 12***Съдилища и административни органи: доказване на твърдения**

Държавите-членки предоставят на съдилищата или административните органи правомощия, за граждански или административни производства, предвидени в член 11:

- а) да изискат от търговеца да представи доказателства относно точността на фактически твърдения свързани с търговска практика ако, отчитайки законния интерес на търговеца и всяка друга страна по производството, такова изискване е уместно на база обстоятелствата по конкретния случай; и
- б) да считат фактическите твърдения за погрешни, ако не са представени доказателствата изискани по точка а) или са счетени за недостатъчни от съда или от административния орган.

▼ M1*Член 13***Санкции**

1. Държавите членки установяват правилата относно санкциите, приложими при нарушения на националните разпоредби, приети съгласно настоящата директива, и предприемат всички необходими мерки за гарантиране на тяхното изпълнение. Предвидените санкции трябва да бъдат ефективни, пропорционални и възпиращи.
2. Държавите членки гарантират, че при налагането на санкции се вземат предвид следните неизчерпателни и примерни критерии, когато е целесъобразно:
 - а) естеството, тежестта, мащабът и продължителността на нарушението;
 - б) предприетите от търговеца действия за смекчаване или поправяне на вредите, претърпени от потребителите;
 - в) всякакви предходни нарушения на търговеца;
 - г) придобитите финансови ползи или избегнатите загуби от търговеца, ако има съответни данни за това;

▼ M1

д) санкциите, наложени на търговеца за същото нарушение в друга държава членка при трансгранични случаи, когато информацията за тези санкции е налична посредством механизма, създаден по силата на Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета ⁽¹⁾;

е) всякакви други утежняващи или смекчаващи фактори, приложими към обстоятелствата на съответния случай.

3. Държавите членки гарантират, че когато трябва да се налагат санкции в съответствие с член 21 от Регламент (ЕС) 2017/2394, те включват или възможността за налагане на глоби чрез административни процедури или за откриване на съдебни производства за налагането на глоби, или и двете, чийто максимален размер е не по-малко от 4 % от годишния оборот на търговеца в съответната държава членка или държави членки. Без да се засяга посоченият регламент, по национални конституционни причини държавите членки могат да ограничат налагането на глоби до:

а) нарушения на членове 6, 7, 8, 9 и на приложение I към настоящата директива; и

б) продължаващо прилагане от търговеца на търговска практика, която е счетена за нелоялна от компетентния национален орган или съда, когато търговската практика не съставлява нарушение по буква а).

4. В случаите, когато трябва да се наложи глоба в съответствие с параграф 3, но няма информация за годишния оборот на търговеца, държавите членки въвеждат възможността за налагане на глоби, чийто максимален размер е не по-малко от 2 000 000 EUR.

5. Държавите членки нотифицират на Комисията до 28 ноември 2021 г. правилата и мерките, посочени в параграф 1, и я нотифицират без забавяне за всяко последващо изменение, което ги засяга.

▼ B*Член 14***Изменения в Директива 84/450/ЕИО**

Директива 84/450/ЕИО с настоящото се изменя както следва:

1. Член 1 се заменя от следния:

„Член 1

Целта на настоящата директива е да защити търговците от заблуждаващата реклама и вредоносните последици от нея и да определи условията, при които сравнителната реклама е разрешена.“;

2. в член 2:

— точка 3 се заменя от следната:

⁽¹⁾ Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2017 г. относно сътрудничеството между националните органи, отговорни за прилагането на законодателството за защита на потребителите и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2006/2004 (ОВ L 345, 27.12.2017 г., стр. 1).

▼B

„3. „търговец“ означава всяко физическо или юридическо лице което осъществява дейност с предмет свързани с неговото занятие, занаят, работа или професия и всяко лице, което действа от името или за сметка на търговец.“;

— добавя се следната точка:

„4. „субект на кодекс“ е всяко образование, включително търговец или група търговци, носещи отговорност за съставянето и преразглеждането на кодекс за поведение и/или за контрол върху спазването на кодекса от онези, които са поели задължението да го спазват.“;

3. Член 3а се заменя със следния:

„Член 3а

1. Сравнителна реклама, що се отнася до сравнението, се разрешава когато са спазени следните условия:

- а) тя не е заблуждаваща по смисъла на член 2, параграф 2, член 3 и член 7, параграф 1 от настоящата директива или членове 6 и 7 от Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (*);
- б) тя сравнява стоки или услуги задоволяващи еднакви потребности или с еднакво предназначение;
- в) тя обективно сравнява една или повече веществени, относими, проверими и представителни характеристики на тези стоки и услуги, които могат да включват и цена;
- г) тя не поставя под съмнение или опетнява търговски марки, търговски наименования, други отличителни знаци, стоки, услуги, дейности или обстоятелства на даден конкурент;
- д) за продукти с обозначение за произход, тя се отнася във всеки случай до продукти със същото обозначение;
- е) тя не се възползва нелоялно от доброто име в обществото на търговска марка, търговско наименование или други отличителни знаци на даден конкурент или от обозначението за произход на конкурентни продукти;
- ж) тя не представя стоки или услуги като имитации или копия на стоки или услуги, носещи запазена търговска марка или търговско наименование;
- з) тя не създава объркване сред търговците, между рекламодателя и конкурент, или между търговски марки на рекламодателя, търговски наименования, други отличителни знаци, стоки или услуги на рекламодателя и тези на конкурента.

(*) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“;

▼B

4. Член 4, параграф 1 се заменя от следния текст:

„1. Държавите-членки осигуряват достатъчни и ефективни средства за борба със заблуждаващата реклама с оглед постигане на съответствие с разпоредбите за сравнителна реклама в интерес на търговците и конкурентите. Такива средства включват правни разпоредби, съгласно които лица или организации, които по силата на вътрешното законодателство притежават правен интерес от борбата със заблуждаващата реклама или регулиращи сравнителна реклама, могат:

а) да предявяват съдебни иски срещу такава реклама;

или

б) да сезират административния орган, който е компетентен да разглежда жалби или да възбужда съдебно производство, за наличието на такава реклама.

Всяка държава-членка решава кои от тези средства за защита да предостави и дали да даде възможност на съда или административните органи да изискват предварително изчерпване на другите установени средства за разглеждане на жалби, включително предвидените по член 5.

Всяка държава-членка решава:

а) дали тези правни средства за защита могат да бъдат използвани поотделно или в съвкупност срещу множество търговци от същия икономически отрасъл;

и

б) дали тези правни средства за защита могат да бъдат насочени срещу субект на кодекс за поведение, когато съответният кодекс насърчава неспазване на правни изисквания.“;

5. Член 7, параграф 1 се заменя от следния текст:

„1. Настоящата директива не създава пречка за запазване или приемане от държавите-членки на разпоредби с оглед осигуряване на по-разширена защита за търговци и конкуренти във връзка със заблуждаващата реклама.“

Член 15

Изменения на Директиви 97/7/ЕО и 2002/65/ЕО

1. Член 9 от Директива 97/7/ЕО се заменя от следният член:

„Член 9

Доставяне на непоръчани стоки по домовете

Като отчитат забраната на практики за доставяне на непоръчани стоки по домовете, определена в Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (*); държавите-членки вземат мерки, необходими за освобождаване на потребителя от всякаква насрещна престация, в случай на непоръчана доставка, като мълчанието не съставлява съгласие.

(*) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“

▼B

2. Член 9 от Директива 2002/65/ЕО се заменя от следния:

„Член 9

Като отчитат забраната на практики за доставяне на непоръчани стоки по домовете, определена в Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (*), и без да се засягат разпоредбите от вътрешното законодателство на държавите-членки за мълчаливото подновяване на продажби от разстояние, когато такива разпоредби разрешават мълчаливото подновяване, държавите-членки вземат мерки за освобождаване на потребителя от всякаква насрещна престация, като мълчанието не съставлява съгласие.

(*) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“

Член 16

Изменения на Директива 98/27/ЕО и Регламент (ЕО) № 2006/2004

1. В приложението към Директива 98/27/ЕО, т. 1 се заменя от следния текст:

„1. Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).“

2. В приложението към Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за изпълнението на закона за защита на потребителите (Регламент за сътрудничество в защитата на потребителите)⁽¹⁾ се добавя следната точка:

„16. Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).“

Член 17

Информация

Държавите-членки предприемат подходящи мерки за уведомяване на потребителите за националното законодателство, отразяващо настоящата директива и когато е необходимо, насърчават търговци и субекти на кодекси да осведомяват потребителите за техните кодекси за поведение.

Член 18

Преглед

1. До 12 юни 2011 г. Комисията предоставя на Европейския парламент и на Съвета изчерпателен доклад за прилагането на настоящата директива, по-специално на член 3, параграф 9 и член 4, и на приложение I, за обхвата на по-нататъшното хармонизиране и опростяване на законодателството на Общността, отнасящо се до защитата на потребителите и в съответствие с

⁽¹⁾ ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1.

▼B

член 3, параграф 5, за всички мерки които трябва да се вземат на равнище Общността за да се гарантира добра степен на защита на потребителите. Докладът се съпровожда, ако е необходимо, от предложение за поправки в настоящата директива или в други области от законодателството на Общността.

2. Европейският парламент и Съветът полагат усилия да предприемат действия по разглеждане на предложението в съответствие с Договора, в срок до две години от внасянето му в Комисията, за всяко представено предложение по параграф 1.

*Член 19***Транспониране**

Държавите-членки приемат и публикуват законовите, подзаконовите и административни разпоредби, необходими за привеждане в съответствие с настоящата директива в срок до 12 юни 2007 г. Те информират Комисията за това, както и за всякакви последващи изменения незабавно.

Държавите-членки прилагат тези мерки от 12 декември 2007 г., когато те влизат в сила. Когато държавите-членки приемат тези мерки, те препращат към настоящата директива или се придружават от препращащи текстове при официалното им публикуване. Държавите-членки сами избират процедура, по която се извършва препращането.

*Член 20***Влизане в сила**

Настоящата директива влиза в сила в деня след нейното публикуване в *Официален вестник на Европейския съюз*.

*Член 21***Адресати**

Адресати на настоящата директива са държавите-членки.



ПРИЛОЖЕНИЕ I

**ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ, КОИТО СЕ СЧИТАТ ЗА НЕЛОЯЛНИ
ПРИ ВСИЧКИ ОБСТОЯТЕЛСТВА**

Заблуждаващи търговски практики

1. Твърдение за присъединяване като страна по кодекс за поведение, когато търговецът не е такава.
2. Представяне на знак за доверие, знак за качество или техен еквивалент, без да е получено необходимото разрешение.
3. Твърдение че кодексът за поведение е утвърден от обществен или друг орган, което е неистинско.
4. Твърдение, че търговец (включително неговите търговски практики) или продукт е одобрен, утвърден или разрешен от обществен или друг орган, което е неистинско или предявяване на такова твърдение, без да отговаря на условията за одобрение, утвърждаване или разрешение.
5. Отправяне на оферта за продажба на продукти на дадена цена, без наличие на никакво разумно основание, от страна на търговеца да вярва, че няма да е способен да предложи и достави или да осигури друг търговец да достави въпросните или равностойни продукти на същата цена, за период и в количества, които са разумни с оглед естеството на продукта, мащаба на рекламата и предложената цена (примамваща реклама).
6. Отправяне на оферта за продажба на продукти на определена цена и след това:
 - а) отказ да покаже рекламираното изделие на потребителите;

или
 - б) отказ да приеме поръчки за него или да го достави в разумен срок;

или
 - в) показване на дефектен образец на изделието,

с цел да се наложи на пазара различен продукт (примамване и подмяна).
7. Невярно твърдение, че продуктът ще бъде наличен само за ограничен период от време, или ще бъде наличен при определени условия само за ограничен период от време, с цел да се предизвика незабавно решение и да се лишат потребителите от достатъчна възможност или време да направят избор на база осведоменост.
8. Обещание за осигуряване на сервизно обслужване на потребители, с които търговецът е общувал преди сделката, на език който не е официален език на държавата-членка, където е седалището на търговеца, и след това извършване на такова обслужване само на друг език, без ясно да се посочи това на потребителя, преди потребителят да извърши сделката.
9. Заявяване или създаване на впечатление по друг начин, че един продукт може да се продава законно, когато това не е така.
10. Представяне на права, произтичащи за потребителите от закона, като отличителна черта на предложението на търговеца.

▼B

11. Използване на редакционен материал в медиите за реклама на продукт, за чиято реклама търговецът е платил, без да пояснява това в съдържанието, или чрез образи или звуци, ясно разпознаваеми от потребителя (позоваваща се). Това е без да се засягат разпоредбите на Директива 89/552/ЕИО на Съвета ⁽¹⁾.

▼M1

- 11a. Предоставяне на резултати от търсене в отговор на онлайн заявка за търсене от потребител без ясно оповестяване на платена реклама или плащане специално с цел постигане на по-предно класиране на продуктите сред резултатите от търсенето.

▼B

12. Твърдение със съществени неточности относно естеството и степента на риска за личната сигурност на потребителя или неговото семейство, ако потребителят не закупи продукта.
13. Рекламирање на продукт, сходен с продукт произведен от конкретен производител, по начин, по който умишлено въвежда в заблуждение потребителя, като го подтиква да вярва, че продуктът е произведен от същия производител, когато това не е така.
14. Създаване, използване или реклама на пирамидална схема, в която вниманието на потребителя е насочено върху възможността да получи плащане, което ще дойде от привличането на други потребители в схемата, вместо от продажбата или употребата на продукти.
15. Твърдение, че търговецът има намерение да прекрати търговската си дейност или да се премести в друг търговски обект, когато това не е така.
16. Твърдение, че продуктите са в състояние да подпомогнат за спечелване при игри на късмета.
17. Невярно твърдение, че един продукт е може да лекува болести, нарушени функции или вродени дефекти.
18. Подаване на съществено неточна информация относно пазарни условия, или информация за възможността да бъде намерен продукта, с цел да склони потребителя да придобие продукта при по-малко благоприятни условия от нормалните за пазара.
19. Твърдение за търговска практика, при която се предлага конкурс или промоционални награди, без последващо връчване на описаните награди или разумен техен еквивалент.
20. Описване на продукт като „даром“, „безплатен“, „без наложен платеж“ или подобни, ако потребителят трябва да плати допълнително освен неизбежната цена за участие в търговската практика (обичайната цена за закупуването) и за получаването или доставянето на изделието.
21. Прилагане на фактура към маркетингов материал или на друг подобен документ за дължима престация, който създава у потребителя впечатление за вече поръчан продукт, когато това не е така.
22. Отправяне на невярно твърдение или създаване на впечатление, че търговецът не действа за цели касаещи неговото занятие, работа, занаят или професия, или невярно представяне на себе си като потребител.
23. Създаване на невярно впечатление, че сервизно обслужване на продукта е налично в държава-членка, различна от тази в която продаден продукта.

⁽¹⁾ Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 г. за координиране на някои разпоредби, определени чрез правно, регулативно или административно действие в държави-членки относно упражняване на дейности по разпространение на телевизионни предавания (ОВ L 298, 17.10.1989 г., стр. 23). Директива, изменена с Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от (ОВ L 202, 30.7.1997 г., стр. 60).

▼ **M1**

- 23а. Препродажба на потребители на билети за прояви, ако търговецът ги е придобил чрез използване на автоматизирани средства за заобикаляне на всяко наложено ограничение на броя на билетите, които дадено лице може да закупи, или на всички други приложими правила за закупуване на билети.
- 23б. Посочване, че отзивите за даден продукт са представени от потребители, които действително са използвали или закупили продукта, без предприемане на разумни и пропорционални мерки за проверка, че те са направени от такива потребители.
- 23в. Представяне на фалшиви потребителски отзиви или препоръки или упълномощаване на друго юридическо или физическо лице да представи такива отзиви, или невярно представяне на потребителски отзиви или социални препоръки, с цел да се рекламират продукти.

▼ **B**

Агресивни търговски практики

24. Създаване на впечатление, че потребителят не може да напусне помещението, докато не се направи договор.
25. Извършване на частни посещения в дома на потребителя, пренебрегвайки молбата на потребителя да напусне или да не се връща, освен при обстоятелства и в степен, предвидени от националното законодателство, с оглед изпълнение на договорно задължение.
26. Извършване на упорито и нежелано увещаване по телефон, факс, електронна поща или други дистанционни медии, освен при обстоятелства и в степен, предвидени от националното законодателство, с оглед изпълнение на договорно задължение. Това е без да се засягат разпоредбите на член 10 от Директива 97/7/ЕО и Директиви 95/46/ЕО ⁽¹⁾ и 2002/58/ЕО.
27. Изискване от потребител, който претендира изплащане на застрахователна полица, да представи документи, които не биха могли разумно да се считат за уместни, като например дали претенцията е действителна, или систематична липса на отговори на кореспонденция, отнасяща се до това, с цел да разубеди потребителя от упражняване на неговите договорни права.
28. Включване в реклама на директно увещаване на деца да закупят рекламираните продукти или убеждаване на техните родители или други възрастни да закупят рекламираните продукти за тях. Тази разпоредба не противоречи на член 16 от Директива 89/552/ЕИО за разпространение на телевизионни предавания.
29. Настояване за незабавно или разсрочено във времето плащане на продукти, или връщане или съхранение на продукти, доставени от търговеца, но не поръчани от потребителя, освен когато продуктът е заместител, доставен в съответствие с член 7, параграф 3 от Директива 97/7/ЕО (изпращане на непоръчани стоки по домовете).
30. Изрично уведомяване на потребителя, че ако не купи продукта или услугата, ще бъде застрашена работата или прехраната на търговеца.
31. Създаване на невярно впечатление, че потребителят вече е спечелил, ще спечели, или при извършване на конкретно действие ще спечели награда или друга еквивалентна облага, когато всъщност:
- няма награда или друга еквивалентна облага,
 - или извършването на каквото и да е действие във връзка с предявяване на претенция за наградата или друга еквивалентна облага, е повод за заплащане на пари от потребителя.

⁽¹⁾ Директива 95/46/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 24 октомври 1995 г. за защита на личността във връзка с обработката на лични данни и свободното движение на такива данни (ОВ L 281, 23.11.1995 г., стр. 31). Директива, изменена с Регламент (ЕО) № 1882/2003 (ОВ L 284, 31.10.2003 г., стр. 1).



ПРИЛОЖЕНИЕ II

**ЗАКОНОДАТЕЛСТВО НА ОБЩНОСТТА, ВЪВЕЖДАЩО ПРАВИЛА
ЗА РЕКЛАМАТА И ТЪРГОВСКИТЕ СЪОБЩЕНИЯ**

Членове 4 и 5 от Директива 97/7/ЕО

Член 3 от Директива 90/314/ЕИО на Съвета от 13 юни 1990 г. относно групови туристически пътувания, групови туристически ваканции и групови туристически обиколки ⁽¹⁾

Член 3, параграф 3 от Директива 94/47/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 октомври 1994 г. относно защитата на купувачите с оглед на определени аспекти на договорите за придобиване частично право на ползване на недвижим имот за определен период ⁽²⁾

Член 3, параграф 4 от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на продуктите, предлагани на потребителите ⁽³⁾

Членове 86—100 от Директива 2001/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 ноември 2001 г. относно кодекс на Общността във връзка с лекарствените продукти за хуманна употреба ⁽⁴⁾

Членове 5 и 6 от Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 г. за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и в частност на електронната търговия на вътрешния пазар („Директива за електронната търговия“) ⁽⁵⁾

Член 1, буква г) от Директива 98/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. за изменение и допълнение на Директива 87/102/ЕИО за сближаването на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, отнасящи се до потребителския кредит ⁽⁶⁾

Членове 3 и 4 от Директива 2002/65/ЕО

Член 1, параграф 9 от Директива 2001/107/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 януари 2002, изменяща Директива 85/611/ЕИО на Съвета, за съгласуване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби относно дружествата за колективно инвестиране в прехвърляеми ценни книжа, (ПКИПЦК) с оглед регулиране дейността на дружества и опростени проспекти ⁽⁷⁾

Членове 12 и 13 от Директива 2002/92/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 9 декември 2002 г. за застрахователното посредничество ⁽⁸⁾

Член 36 от Директива 2002/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 5 ноември 2002 г. относно животозастраховането ⁽⁹⁾

Член 19 от Директива 2004/39/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 април 2004 г. за пазарите на финансови инструменти ⁽¹⁰⁾

⁽¹⁾ ОВ L 158, 23.6.1990 г., стр. 59.

⁽²⁾ ОВ L 280, 29.10.1994 г., стр. 83.

⁽³⁾ ОВ L 80, 18.3.1998 г., стр. 27.

⁽⁴⁾ ОВ L 311, 28.11.2001 г., стр. 67. Директива, последно изменена с Директива 2004/27/ЕО (ОВ L 136, 30.4.2004 г., стр. 34).

⁽⁵⁾ ОВ 178, 17.7.2000 г., стр. 1.

⁽⁶⁾ ОВ 101, 1.4.1998 г., стр. 17.

⁽⁷⁾ ОВ 41, 13.2.2002 г., стр. 20.

⁽⁸⁾ ОВ L 9, 15.1.2003 г., стр. 3.

⁽⁹⁾ ОВ L 345, 19.12.2002 г., стр. 1. Директива, изменена с Директива 2004/66/ЕО на Съвета (ОВ L 168, 1.5.2004 г., стр. 35).

⁽¹⁰⁾ ОВ L 145, 30.4.2004 г., стр. 1.

▼B

Членове 31—43 от Директива 92/49/ЕИО на Съвета от 18 юни 1992 г. за съгласуване на законовите, подзаконовите и административни разпоредби относно прякото застраховане, различно от животозастраховането ⁽¹⁾ (Трета директива за застраховки, различни от животозастраховане)

Членове 5, 7 и 8 от Директива 2003/71/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 4 ноември 2003 г. относно предстоящо публикуване на проспекта при публично предлагане на ценни книжа или когато се допускат ценни книжа до търгуване ⁽²⁾

⁽¹⁾ ОВ L 228, 11.8.1992 г., стр. 1. Директива, изменена с Директива 2002/87/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 35, 11.2.2003 г., стр. 1).

⁽²⁾ ОВ L 345, 31.12.2003 г., стр. 64.