

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2005/29/ES

ze dne 11. května 2005

o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách)

(Text s významem pro EHP)

EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EVROPSKÉ UNIE,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství, a zejména na článek 95 této smlouvy,

s ohledem na návrh Komise,

s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru (1),

v souladu s postupem stanoveným v článku 251 Smlouvy (2),

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Podle čl. 153 odst. 1 a odst. 3 písm. a) Smlouvy má Společenství přispívat k dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele prostřednictvím opatření přijatých podle článku 95 Smlouvy.
- (2) V souladu s čl. 14 odst. 2 Smlouvy zahrnuje vnitřní trh prostor bez vnitřních hranic, v němž je zajištěn volný pohyb zboží a služeb a svoboda usazování. Rozvíjení poctivých obchodních praktik v prostoru bez vnitřních hranic je zásadní pro podporu rozvoje přeshraničních činností.
- (3) Právní předpisy členských států týkající se nekalých obchodních praktik vykazují značné rozdíly, jež mohou vést k výrazným narušením hospodářské soutěže a překážkám řádného fungování vnitřního trhu. V oblasti

reklamy stanoví směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o klamavé a srovnávací reklamě (3) minimální kritéria pro harmonizaci právních předpisů týkajících se klamavé reklamy, ale nebrání členským státům zachovat nebo přijmout opatření, která poskytnou spotřebiteli rozsáhlejší ochranu. Výsledkem jsou značné rozdíly v právních předpisech členských států týkajících se klamavé reklamy.

- (4) Tyto rozdíly vytvářejí mnoho překážek postihujících podniky a spotřebitele a vedou k nejistotě, jaké vnitrostátní předpisy se uplatňují na nekalé obchodní praktiky poškozující ekonomické zájmy spotřebitelů. Tyto překážky zvyšují náklady podniků při využívání svobod vnitřního trhu, zejména pokud se chtějí zapojit do přeshraničního uvádění na trh, reklamních kampaní a podpory prodeje. Takové překážky rovněž vyvolávají nejistotu spotřebitelů ohledně jejich práv a podkopávají jejich důvěru ve vnitřní trh.
- (5) Při neexistenci jednotných pravidel na úrovni Společenství jsou překážky pro volný pohyb služeb a zboží přes hranice a svobodu usazování s ohledem na judikaturu Soudního dvora Evropských společenství přípustné tam, kde usilují o ochranu uznávaných cílů veřejného zájmu a jsou ve vztahu k nim přiměřené. S ohledem na cíle Společenství vymezené v ustanoveních Smlouvy a v sekundárním právu Společenství o svobodě pohybu a v souladu s politikou Komise pro obchodní komunikaci, jak je vymezena ve sdělení Komise „Následné hodnocení zelené knihy o obchodní komunikaci na vnitřním trhu“, by měly být tyto překážky odstraněny. Tyto překážky lze odstranit pouze zavedením jednotných pravidel na úrovni Společenství, která stanoví vysokou míru ochrany spotřebitele, a vyjasněním některých právních pojmů na úrovni Společenství v rozsahu nezbytném pro řádné fungování vnitřního trhu a pro splnění požadavku právní jistoty.

(1) Úř. věst. C 108, 30.4.2004, s. 81.

(2) Stanovisko Evropského parlamentu ze dne 20. dubna 2004 (Úř. věst. C 104 E, 30.4.2004, s. 260), společný postoj Rady ze dne 15. listopadu 2004 (Úř. věst. C 38 E, 15.2.2005, s. 1), postoj Evropského parlamentu ze dne 24. února 2005 (dosud nezveřejněný v Úředním věstníku) a rozhodnutí Rady ze dne 12. dubna 2005.

(3) Úř. věst. L 250, 19.9.1984, s. 17. Směrnice ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES (Úř. věst. L 290, 23.10.1997, s. 18).

- (6) Tato směrnice proto sblízuje právní předpisy členských států o nekalých obchodních praktikách včetně klamavé reklamy, jež přímo poškozují ekonomické zájmy spotřebitelů, a tím nepřímo poškozují ekonomické zájmy oprávněných soutěžitelů. V souladu se zásadou proporcionality chrání tato směrnice spotřebitele před následky nekalých obchodních praktik, jsou-li závažné, avšak současně připouští, že v některých případech může být dopad na spotřebitele zanedbatelný. Nevztahuje se na vnitrostátní právní předpisy, které se týkají nekalých obchodních praktik poškozujících pouze ekonomické zájmy soutěžitelů nebo které se týkají obchodování mezi obchodníky, ani se jich nedotýká; při plném respektování zásady subsidiarity budou členské státy, pokud se tak rozhodnou, moci i nadále regulovat tyto praktiky v souladu s právem Společenství. Tato směrnice se rovněž nevztahuje na ustanovení směrnice 84/450/EHS o reklamě, která je klamavá pro podniky, avšak není klamavá pro spotřebitele, a o srovnávací reklamě, ani jí uvedená ustanovení nejsou dotčena. Tato směrnice se rovněž nedotýká uznávaných reklamních a obchodních praktik, například oprávněného umístění produktu, snahy o odlišení značky nebo nabídky pobídek, které mohou oprávněně ovlivnit vnímání produktu spotřebiteli a ovlivnit jejich chování, aniž by byla narušena jejich schopnost učinit informované rozhodnutí.
- (7) Tato směrnice upravuje obchodní praktiky, které přímo ovlivňují rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci týkající se produktů. Neupravuje obchodní praktiky, jež se uskutečňují převážně za jiným účelem, jako je například obchodní komunikace zaměřená na investory, jako jsou výroční zprávy a podnikové propagační publikace. Neupravuje právní požadavky na vkus a slušnost, které jsou v jednotlivých členských státech značně rozdílné. Obchodní praktiky, jako je nevyžádaný pouliční prodej, mohou být v členských státech z kulturních důvodů nežádoucí. Členské státy by proto měly mít možnost na svém území zachovat zákaz obchodních praktik v souladu s právem Společenství z důvodu vkusu a slušnosti i u praktik, které neomezují svobodnou volbu spotřebitelů. Při uplatňování této směrnice, a zejména jejích obecných ustanovení, je třeba brát plně v úvahu souvislosti daného jednotlivého případu.
- (8) Tato směrnice přímo chrání ekonomické zájmy spotřebitele před nekalými obchodními praktikami vůči spotřebitelům. Tím také nepřímo chrání oprávněné podniky před soutěžiteli, kteří nedodržují pravidla této směrnice, a zaručuje korektní hospodářskou soutěž v oblastech jí koordinovaných. Je zřejmé, že existují jiné obchodní praktiky, jež sice nepoškozují spotřebitele, ale mohou poškozovat soutěžitele a zákazníky z řad podniků. Komise by měla pečlivě posuzovat potřebu akce Společenství v oblasti nekalé hospodářské soutěže nad rámec této směrnice a v případě nutnosti vypracovat legislativní návrh zahrnující další hlediska nekalé hospodářské soutěže.
- (9) Touto směrnicí není dotčeno uplatňování individuálních nároků, které vznášejí osoby poškozené nekalými obchodními praktikami. Rovněž jí nejsou dotčena pravidla Společenství a vnitrostátní pravidla smluvního práva, práv duševního vlastnictví, zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti produktů, podmínek pro usazování a režimů vydávání povolení, včetně pravidel, jež se v souladu s právem Společenství vztahují na sázkové činnosti, ani pravidla Společenství pro hospodářskou soutěž a vnitrostátní předpisy je provádějící. Členské státy tak budou moci zachovat nebo zavést omezení a zákazy obchodních praktik z důvodu ochrany zdraví a bezpečnosti spotřebitelů na svém území bez ohledu na sídlo obchodníka, například ve vztahu k alkoholu, tabáku nebo léčivům. Finanční služby a nemovitý majetek vyžadují pro svou složitost a vážná rizika plynoucí z jejich podstaty podrobné požadavky včetně stanovení pozitivních povinností obchodníků. Z tohoto důvodu není v oblasti finančních služeb a nemovitostí touto směrnicí dotčeno právo členských států překročit při ochraně ekonomických zájmů spotřebitelů její rámec. Není vhodné zde upravovat vydávání osvědčení a stanovení ryzosti předmětů z drahých kovů.
- (10) Je nutné zajistit soulad mezi touto směrnicí a stávajícím právem Společenství, zejména pokud se předpisy týkající se nekalých obchodních praktik vztahují na konkrétní odvětví. Tato směrnice proto mění směrnici 84/450/EHS, směrnici Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku ⁽¹⁾, směrnici Evropského parlamentu a Rady 98/27/ES ze dne 19. května 1998 o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů ⁽²⁾ a směrnici Evropského parlamentu a Rady 2002/65/ES ze dne 23. září 2002 o uvádění finančních služeb pro spotřebitele na trh na dálku ⁽³⁾. Tato směrnice se proto použije, pouze pokud neexistují zvláštní právní předpisy Společenství upravující konkrétní hlediska nekalých

(1) Úř. věst. L 144, 4.6.1997, s. 19. Směrnice ve znění směrnice 2002/65/ES (Úř. věst. L 271, 9.10.2002, s. 16).

(2) Úř. věst. L 166, 11.6.1998, s. 51. Směrnice naposledy pozměněná směrnicí 2002/65/ES.

(3) Úř. věst. L 271, 9.10.2002, s. 16.

- obchodních praktik, například požadavky na informovanost a pravidla upravující způsob předkládání informací spotřebiteli. Zajišťuje ochranu spotřebitelů tam, kde na úrovni Společenství neexistují žádné zvláštní odvětvové právní předpisy, a zakazuje obchodníkům vytvářet klamnou představu o povaze produktů. Toto je zejména důležité u složitých produktů s vysokou mírou rizika pro spotřebitele, například některých produktů finančních služeb. Směrnice následně doplňuje *acquis communautaire* platné pro obchodní praktiky poškozující ekonomické zájmy spotřebitelů.
- (11) Vysoká úroveň sjednocení dosažená sblížením vnitrostátních právních předpisů prostřednictvím této směrnice vytváří vysokou společnou úroveň ochrany spotřebitele. Tato směrnice zavádí jednotný obecný zákaz těch nekalých obchodních praktik, které narušují ekonomické chování spotřebitelů. Rovněž stanoví pravidla pro agresivní obchodní praktiky, které dosud nejsou na úrovni Společenství upraveny.
- (12) Harmonizace značně zvýší právní jistotu spotřebitelů i podniků. Spotřebitelé i podniky se budou moci spolehnout na jednotný právní rámec vycházející z jasně vymezených právních pojmů upravujících veškerá hlediska nekalých obchodních praktik v celé Evropské unii. Výsledkem bude odstranění překážek vyplývajících z rozdílnosti předpisů o nekalých obchodních praktikách poškozujících ekonomické zájmy spotřebitele a umožnění dosažení vnitřního trhu v této oblasti.
- (13) Pro dosažení cíle Společenství pomocí odstranění překážek vnitřního trhu je nutné nahradit stávající rozdílná obecná ustanovení a právní zásady členských států. Jednotný a společný obecný zákaz stanovený touto směrnicí se proto vztahuje na nekalé obchodní praktiky, které narušují ekonomické chování spotřebitelů. Za účelem podpory důvěry spotřebitele by se obecný zákaz měl vztahovat rovněž na nekalé obchodní praktiky jak mimo smluvní vztah mezi obchodníkem a spotřebitelem, tak i po uzavření smlouvy nebo během jejího plnění. Obecný zákaz je zpracován na základě pravidel pro dva nejběžnější typy obchodních praktik, totiž klamavé obchodní praktiky a agresivní obchodní praktiky.
- (14) Je žádoucí, aby klamavé obchodní praktiky zahrnovaly i takové praktiky, včetně klamavé reklamy, jež uvedením spotřebitele v omyl brání tomu, aby uskutečnil informovanou, a tedy účelnou volbu. V souladu s právními předpisy a zvyklostmi členských států v oblasti klamavé reklamy dělí tato směrnice klamavé praktiky na klamavá jednání a klamavá opomenutí. Ve vztahu k opomenutí stanoví tato směrnice určitý počet zásadních informací, které potřebuje spotřebitel znát, aby mohl učinit informované rozhodnutí o obchodní transakci. Tyto informace nemusí být uvedeny ve všech reklamách, ale jen v těch, kde obchodník vyzývá ke koupi, což je pojem jasně vymezený v této směrnicí. Přístup úplné harmonizace přijatý v této směrnicí nebrání členským státům stanovit ve vnitrostátním právu hlavní znaky konkrétních produktů, jako jsou například sběratelské předměty nebo elektrospotřebiče, jejichž opomenutí by při výzvě ke koupi bylo podstatné. Záměrem této směrnice není omezit volbu spotřebitele zákazem reklamy na produkty vypadající podobně jako jiné produkty, nemate-li taková podobnost spotřebitele, pokud jde o obchodní původ produktu, a není-li tedy klamavá. Touto směrnicí by neměly být dotčeny stávající právní předpisy Společenství, jež členským státům výslovně ponechávají výběr z několika možností úpravy ochrany spotřebitelů v oblasti obchodních praktik. Touto směrnicí by zejména neměl být dotčen čl. 13 odst. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/58/ES ze dne 12. července 2002 o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací ⁽¹⁾.
- (15) Pokud právní předpisy Společenství stanoví požadavky na informace pro obchodní komunikaci, reklamu a uvádění na trh, jsou tyto informace pokládány za podstatné podle této směrnice. Členské státy budou moci zachovat nebo doplnit požadavky na informace, které se týkají smluvního práva a mají dopad na smluvní právo, pokud to umožňují ustanovení stávajících právních nástrojů Společenství o minimální harmonizaci. Příloha II uvádí demonstrativní výčet těchto požadavků na informace v *acquis*. Při úplné harmonizaci na základě této směrnice se za podstatné ve smyslu čl. 7 odst. 5 této směrnice pokládají pouze informace požadované právními předpisy Společenství. Pokud členské státy zavedly požadavky na informace nad rámec stanovený právem Společenství na základě ustanovení o minimální harmonizaci, nebude opomenutí těchto dodatečných informací pokládáno za klamavé opomenutí podle této směrnice. Členské státy však budou moci zachovat nebo zavést pro zajištění vyšší míry ochrany individuálních smluvních práv spotřebitelů přísnější předpisy v souladu s právními předpisy Společenství, pokud to ustanovení právních předpisů Společenství o minimální harmonizaci umožňují.

(1) Úř. věst. L 201, 31.7.2002, s. 37.

- (16) Ustanovení o agresivních obchodních praktikách by se měla vztahovat na takové praktiky, které výrazně narušují možnost svobodné volby spotřebitelů. Jsou to praktiky, které používají obtěžování, donucování včetně použití fyzické síly a nepatřičné ovlivňování.
- (17) Pro zajištění vyšší právní jistoty je žádoucí určit takové obchodní praktiky, jež jsou za všech okolností nekalé. Příloha I proto uvádí taxativní výčet všech takových praktik. Pouze tyto obchodní praktiky lze pokládat za nekalé, aniž by bylo třeba provádět hodnocení jednotlivých případů podle článků 5 až 9. Tento seznam lze změnit pouze revizí této směrnice.
- (18) Je vhodné chránit před nekalými obchodními praktikami všechny spotřebitele; nicméně Soudní dvůr při rozhodování ve věcech týkajících se reklamy od přijetí směrnice 84/450/EHS shledal nezbytným posuzovat vliv na pomyslného běžného spotřebitele. Tato směrnice, v souladu se zásadou proporcionality a pro zajištění účinné ochrany v ní obsažené, vychází z pojmu průměrného spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory, jak je vykládán Soudním dvorem; tato směrnice však obsahuje také ustanovení, jejichž účelem je předcházet zneužívání spotřebitelů, kteří jsou svým charakterem obzvláště zranitelní nekalými obchodními praktikami. Zaměřuje-li se určitá obchodní praktika na určitou skupinu spotřebitelů, jako jsou například děti, je žádoucí, aby se dopad takové obchodní praktiky hodnotil z pohledu průměrného člena dané skupiny. Proto je vhodné zařadit do seznamu praktik, jež jsou za všech okolností nekalé, ustanovení, které, aniž by ukládalo obecný zákaz reklamy zaměřené na děti, chrání děti před přímým naváděním k nákupu. Pojem průměrného spotřebitele není statistickým pojmem. Pro stanovení typické reakce průměrného spotřebitele v daném případě budou muset vnitrostátní soudy a orgány vycházet z vlastního úsudku, s přihlédnutím k judikatuře Soudního dvora.
- (19) Pokud určité vlastnosti, jako je například věk, fyzická nebo duševní slabost nebo důvěřivost, vedou k snadnějšímu ovlivnění spotřebitelů obchodními praktikami nebo propagací produktů a pokud taková praktika může narušit ekonomické chování pouze u těchto spotřebitelů způsobem, který může obchodník rozumně očekávat, je vhodné zajistit přiměřenou ochranu těchto spotřebitelů posuzováním dané praktiky z pohledu průměrného člena této skupiny.
- (20) Je vhodné stanovit úlohu kodexu chování, který obchodníkům umožní účinně uplatňovat zásady této směrnice v konkrétních hospodářských oblastech. Existují-li v určitém odvětví zvláštní závazné požadavky upravující chování obchodníků, je vhodné, aby rovněž zahrnovaly požadavky na náležitou profesionální péči v daném odvětví. Kontrola vykonávaná držiteli kodexu na vnitrostátní úrovni nebo úrovni Společenství zaměřená na potírání nekalých obchodních praktik může zamezit podávání návrhů na zahájení správního nebo soudního řízení, a proto je třeba ji podporovat. Pro dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele by spotřebitelské organizace mohly být informovány a zapojeny do vypracování kodexů chování.
- (21) Osoby nebo organizace považované vnitrostátním právem za ty, které mají oprávněný zájem na této záležitosti, musí mít právní prostředky pro zahájení řízení proti nekalým obchodním praktikám buď u soudu, nebo u správního orgánu, který má pravomoc rozhodovat o stížnostech nebo dát podnět k příslušnému soudnímu řízení. Ačkoli stanovení důkazního břemene přísluší vnitrostátním právu, je vhodné umožnit soudům a správním orgánům, aby od obchodníků požadovaly prokázání správnosti jejich skutkových tvrzení.
- (22) Je nutné, aby členské státy stanovily sankce za porušení ustanovení této směrnice a zajistily jejich vymahatelnost. Tyto sankce musí být účinné, přiměřené a odrazující.
- (23) Jelikož cílů této směrnice, totiž odstranění překážek fungování vnitřního trhu představovaných vnitrostátními právními předpisy o nekalých obchodních praktikách a zajištění vysoké společné úrovně ochrany spotřebitele prostřednictvím sblížení právních a správních předpisů členských států o nekalých obchodních praktikách, nemůže být dosaženo uspokojivě na úrovni členských států, a proto jich může být lépe dosaženo na úrovni Společenství, může Společenství přijmout opatření v souladu se zásadou subsidiarity stanovenou v článku 5 Smlouvy. V souladu se zásadou proporcionality stanovenou v uvedeném článku nepřekračuje tato směrnice rámec toho, co je nezbytné pro odstranění překážek vnitřního trhu a dosažení vysoké společné úrovně ochrany spotřebitele.
- (24) Je vhodné tuto směrnici přezkoumat, aby bylo zajištěno, že překážky vnitřnímu trhu byly řešeny a že bylo dosaženo vysoké úrovně ochrany spotřebitele. Přezkum by mohl vést k návrhu Komise na změnu této směrnice, který by mohl zahrnovat omezené prodloužení odchylky v čl. 3 odst. 5, nebo ke změnám jiných právních předpisů týkajících

se ochrany spotřebitele, odrážejícím závazek vyplývající ze strategie Komise pro politiku ochrany spotřebitele, jímž je přezkum stávajícího *acquis* s cílem dosáhnout vysoké společné úrovně ochrany spotřebitele.

(25) Tato směrnice ctí základní práva a zachovává zásady uznané zejména v Listině základních práv Evropské unie,

PŘIJALY TUTO SMĚRNICI:

KAPITOLA 1

OBECNÁ USTANOVENÍ

Článek 1

Účel

Účelem této směrnice je přispět k řádnému fungování vnitřního trhu a dosáhnout vysoké úrovně ochrany spotřebitele sblížením právních a správních předpisů členských států týkajících se nekalých obchodních praktik, které poškozují ekonomické zájmy spotřebitelů.

Článek 2

Definice

Pro účely této směrnice se rozumí:

- a) „spotřebitelem“ fyzická osoba, jež v obchodních praktikách spadajících do oblasti působnosti této směrnice jedná za účelem, který nelze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání;
- b) „obchodníkem“ fyzická nebo právnická osoba, jež v obchodních praktikách spadajících do oblasti působnosti této směrnice jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení;
- c) „produktem“ zboží nebo služby včetně nemovitosti, práva a závazku;
- d) „obchodními praktikami vůči spotřebiteli“ (dále také jen „obchodní praktiky“) jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikace včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodáním produktu spotřebiteli;
- e) „podstatným narušením ekonomického chování spotřebitele“ použití obchodní praktiky, která významně zhoršuje schopnost spotřebitele učinit informované rozhodnutí, což vede k tomu, že učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil;
- f) „kodexem chování“ dohoda nebo soubor pravidel, který není uložen právním nebo správním předpisem členského státu a který vymezuje chování obchodníků, kteří se zaváží k jeho dodržování, v souvislosti s jednou nebo více obchodními praktikami nebo odvětvími podnikání;
- g) „držitelem kodexu“ subjekt, včetně obchodníka nebo skupiny obchodníků, který odpovídá za vypracování a revizi kodexu chování nebo za dohled nad jeho dodržováním těmi, kdo se jím zavázali řídit;
- h) „náležitou profesionální péčí“ úroveň zvláštních dovedností a péče, kterou lze od obchodníka ve vztahu ke spotřebiteli rozumně očekávat a která odpovídá poctivým obchodním praktikám nebo obecným zásadám dobré víry v oblasti obchodníkovy činnosti;
- i) „výzvou ke koupi“ obchodní komunikace, která uvádí základní znaky produktu a cenu způsobem vhodným pro použitý typ obchodní komunikace, a umožňuje tak spotřebiteli uskutečnit koupi;
- j) „nepatřičným ovlivňováním“ využívání pozice síly vůči spotřebiteli k činění nátlaku, a to i bez použití fyzické síly nebo hrozby jejího použití, způsobem, který významně omezuje schopnost spotřebitele učinit informované rozhodnutí;
- k) „rozhodnutím o obchodní transakci“ rozhodnutí spotřebitele o tom, zda, jak a za jakých podmínek produkt koupí, zaplatí za něj najednou nebo částečně, ponechá si jej nebo se jej zbaví anebo ve vztahu k němu uplatní právo vyplývající ze smlouvy, ať již se spotřebitel rozhodne jednat nebo zdržet se jednání;
- l) „regulovanou profesí“ odborná činnost nebo skupina odborných činností, u kterých je přístup k nim, jejich výkon nebo určitý způsob jejich výkonu přímo nebo nepřímo podmíněn zvláštní odbornou způsobilostí stanovenou právními nebo správními předpisy.

Článek 3

Oblast působnosti

1. Tato směrnice se vztahuje na nekalé obchodní praktiky vůči spotřebitelům, jak je stanoveno v článku 5, před obchodní transakcí týkající se produktu, v jejím průběhu a po ní.

2. Touto směrnicí není dotčeno smluvní právo, zejména pravidla týkající se platnosti, vzniku nebo účinků smlouvy.

3. Touto směrnicí nejsou dotčena pravidla Společenství ani vnitrostátní pravidla týkající se zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti produktů.

4. V případě rozporu mezi ustanoveními této směrnice a jinými pravidly Společenství, která upravují určité aspekty nekalých obchodních praktik, jsou tato jiná pravidla Společenství pro tyto určité aspekty rozhodná a použijí se.

5. Po dobu šesti let ode dne 12.6.2007 mohou členské státy v oblasti harmonizované touto směrnicí i nadále uplatňovat vnitrostátní předpisy, které stanoví více omezení nebo požadavků než tato směrnice a kterými se provádějí směrnice obsahující ustanovení o minimální harmonizaci. Tato opatření musí být zásadní pro zajištění náležité ochrany spotřebitelů před nekalými obchodními praktikami a musí být přiměřená pro dosažení tohoto cíle. Přezkum podle článku 18 může zahrnovat návrh na prodloužení této odchylky o další omezenou dobu, bude-li to pokládáno za vhodné.

6. Členské státy neprodleně oznámí Komisi veškeré vnitrostátní předpisy uplatňované na základě odstavce 5.

7. Touto směrnicí nejsou dotčena pravidla určující příslušnost soudů.

8. Touto směrnicí nejsou dotčeny žádné podmínky pro usazování nebo režimy vydávání osvědčení ani deontologické kodexy chování nebo jiná zvláštní pravidla, která se vztahují na regulované profese v zájmu udržování vysokých profesních standardů osobami vykonávajícími tyto profese a které mohou členské státy v souladu s právem Společenství osobám vykonávajícím tyto profese uložit.

9. Ve vztahu k „finančním službám“ vymezeným ve směrnici 2002/65/ES a k nemovitostem mohou členské státy uložit požadavky, které obsahují více omezení nebo požadavků než tato směrnice v oblasti, kterou sblížuje.

10. Tato směrnice se nevztahuje na uplatňování právních a správních předpisů členských států, které se týkají vydávání osvědčení a stanovení ryozosti předmětů z drahých kovů.

Článek 4

Vnitřní trh

Členské státy neomezí svobodu poskytování služeb ani volný pohyb zboží z důvodů spadajících do oblasti, kterou tato směrnice sblížuje.

KAPITOLA 2

NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY

Článek 5

Zákaz nekalých obchodních praktik

1. Nekalé obchodní praktiky jsou zakázány.

2. Obchodní praktika je nekalá, pokud

a) je v rozporu s požadavky náležité profesionální péče

a

b) podstatně narušuje nebo je schopná podstatně narušit ekonomické chování průměrného spotřebitele, který je jejímu působení vystaven nebo kterému je určena, nebo průměrného člena skupiny, pokud se obchodní praktika zaměřuje na určitou skupinu spotřebitelů, ve vztahu k danému produktu.

3. Obchodní praktiky, jež mohou podstatně narušit ekonomické chování pouze určité jednoznačně vymezené skupiny spotřebitelů, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvlášť zranitelní takovou praktikou nebo produktem, který propaguje, způsobem, který může obchodník rozumně očekávat, se hodnotí z pohledu průměrného člena dané skupiny. Tím nejsou dotčeny běžné a oprávněné reklamní praktiky zveličených prohlášení nebo prohlášení, která nejsou míněna doslovně.

4. Obchodní praktiky jsou nekalé zejména tehdy, jsou-li

a) klamavé ve smyslu článků 6 a 7

nebo

b) agresivní ve smyslu článků 8 a 9.

5. V příloze I je uveden výčet obchodních praktik, které jsou považovány za nekalé za všech okolností. Tento jednotný výčet platí ve všech členských státech a může být změněn pouze revizí této směrnice.

Oddíl 1

Klamavé obchodní praktiky

Článek 6

Klamavá jednání

1. Obchodní praktika je považována za klamavou, pokud obsahuje nesprávné informace, a je tedy nepravdivá, nebo pokud jakýmkoli způsobem, včetně celkového předvedení, uvádí nebo je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl ve vztahu k jednomu nebo k více z níže uvedených bodů, i když informace jsou věcně správné, což v obou případech vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil:

a) existence nebo podstata produktu;

b) hlavní znaky produktu, jako je jeho dostupnost, výhody, rizika, provedení, složení, příslušenství, poprodejní služby zákazníkům a vyřizování reklamací a stížností, výrobní postup a datum výroby nebo dodání, způsob dodání, způsobilost k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikace, zeměpisný nebo obchodní původ, očekávané výsledky jeho použití nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo kontrol provedených na produktu;

c) rozsah závazků obchodníka, motivy pro obchodní praktiku a podstata prodejního postupu, prohlášení nebo symbol týkající se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení obchodníka nebo produktu;

d) cena nebo způsob výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody;

e) nutnost servisu, náhradních dílů, výměny nebo opravy;

f) podstata, charakteristické rysy a práva obchodníka nebo jeho zástupce, například jeho totožnost a majetek, způsobilost, postavení, schválení, přidružení nebo vztahy, práva průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání;

g) práva spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES ze dne 25. května 1999 o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží⁽¹⁾, nebo rizika, kterým může být vystaven.

2. Obchodní praktika je rovněž považována za klamavou, pokud ve věcných souvislostech, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, vede nebo může vést k tomu, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil, a zahrnuje:

a) jakékoli uvádění produktu na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jinými produkty, ochrannými známkami, obchodními firmami nebo jinými rozlišovacími znaky jiného soutěžitele;

b) skutečnost, že obchodník nedodrжуje závazky obsažené v kodexu chování, k jejichž dodržování se zavázal, pokud

i) se nejedná o záměr závazku, ale o jednoznačný závazek, který lze ověřit,

a

ii) obchodník v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem.

Článek 7

Klamavá opomenutí

1. Obchodní praktika je považována za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést závažné informace, které v dané souvislosti průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí o obchodní transakci, čímž způsobí nebo může způsobit, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 171, 7.7.1999, s. 12.

2. Za klamavé opomenutí je také považováno, pokud obchodník závažné informace uvedené v odstavci 1 zatají nebo poskytně nejasným, nesrozumitelným nebo dvojznačným způsobem nebo v nevhodný čas vzhledem k okolnostem popsáním v uvedeném odstavci anebo neuvede obchodní záměr obchodní praktiky, není-li patrný ze souvislosti a pokud to v obou případech vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

3. Pokud sdělovací prostředek, jímž se obchodní praktika šíří, klade omezení na prostor a čas, je třeba při rozhodování o tom, zda došlo k opomenutí informací, vzít v úvahu tato omezení i veškerá opatření, která obchodník přijal k zajištění přístupu spotřebitelů k informacím jinými prostředky.

4. V případě výzvy ke koupi se za závažné považují tyto informace, nejsou-li patrné ze souvislosti:

- a) hlavní znaky produktu v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku a produktu;
- b) adresa a totožnost obchodníka, například jeho obchodní firma, a případně adresa a totožnost obchodníka, jehož jménem jedná;
- c) cena včetně daní, nebo pokud z povahy produktu vyplývá, že cenu nelze rozumně stanovit předem, způsob jejího výpočtu, a případně i veškeré další poplatky za dopravu, dodání nebo poštovné, nebo pokud tyto poplatky nelze rozumně stanovit předem, skutečnost, že k ceně mohou být účtovány takové další poplatky;
- d) ujednání o platebních podmínkách, dodání, plnění a vyřizování reklamací a stížností, pokud se odchylují od požadavků náležité profesionální péče;
- e) u produktů a obchodních transakcí, u kterých existuje právo na odstoupení nebo zrušení, existence takového práva.

5. Požadavky na informace stanovené právními předpisy Společenství v souvislosti s obchodní komunikací, včetně reklamy a uvádění na trh, jejichž demonstrativní výčet je uveden v příloze II, jsou považovány za podstatné.

Oddíl 2

Agresivní obchodní praktiky

Článek 8

Agresivní obchodní praktiky

Obchodní praktika je považována za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodnou volbu nebo chování průměrného spotřebitele ve vztahu k produktu, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

Článek 9

Použití obtěžování, donucování a nepatřičného ovlivňování

Při určení, zda obchodní praktika používá obtěžování, donucování včetně použití fyzické síly nebo nepatřičného ovlivňování, se bere v úvahu:

- a) její načasování, místo, povaha nebo doba trvání;
- b) použití výhrůžného nebo urážlivého jazyka nebo chování;
- c) vědomé využití obchodníkem jakéhokoli konkrétního neštěstí nebo takových závažných okolností, které vedou ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění rozhodnutí spotřebitele ve vztahu k produktu;
- d) veškeré obtížné nebo neúměrné mimosmluvní překážky uložené obchodníkem v případě, že spotřebitel chce uplatnit svá smluvní práva, včetně práv na vypovězení smlouvy nebo na přechod na jiný produkt nebo k jinému obchodníkovi;
- e) výhrůžka právně nepřipustným jednáním.

KAPITOLA 3

KODEXY CHOVÁNÍ

Článek 10

Kodexy chování

Tato směrnice nevyklučuje kontrolu nekalých obchodních praktik prováděnou držiteli kodexu, kterou mohou členské státy podporovat, ani možnost osob nebo organizací uvedených v článku 11 obrátit se na držitele kodexu, jsou-li vedle toho přípustná i soudní nebo správní řízení podle uvedeného článku.

Opravný prostředek podaný těmito kontrolními orgány nelze považovat za rovnocenný podání k soudu nebo správnímu orgánu, jež jsou uvedeny v článku 11.

KAPITOLA 4

ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

Článek 11

Vynucování

1. Členské státy zajistí, aby v zájmu spotřebitelů existovaly vhodné a účinné prostředky pro boj proti nekalým obchodním praktikám v zájmu zajištění souladu s touto směrnicí.

Tyto prostředky zahrnují právní předpisy, jež umožní osobám nebo organizacím, které mají podle vnitrostátních právních předpisů oprávněný zájem na boji proti nekalým obchodním praktikám, včetně soutěžitelů, aby

a) podaly žalobu pro používání nekalých obchodních praktik

nebo

b) napadly tyto nekalé obchodní praktiky u správního orgánu, který je příslušný k rozhodování o stížnostech nebo k podání podnětu k zahájení příslušného soudního řízení.

Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí o tom, která z těchto možností bude dostupná a zda umožní soudům nebo správním orgánům požadovat, aby byly nejprve využity jiné stanovené prostředky pro vyřizování stížností, včetně prostředků uvedených v článku 10. Tyto možnosti existují bez ohledu na to,

zda jsou postižení spotřebitelé na území členského státu, v němž se obchodník nachází, nebo v jiném členském státě.

Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí,

a) zda mohou být tyto právní možnosti použity samostatně nebo společně proti určitému počtu obchodníků působících ve stejném hospodářském odvětví

a

b) zda mohou být tyto právní možnosti použity proti držiteli kodexu, pokud tento kodex podporuje porušování zákonných požadavků.

2. Na základě právních předpisů uvedených v odstavci 1 udělí členské státy soudům nebo správním orgánům pravomoci, které je zmocňují, aby v nezbytných případech s ohledem na všechny dotčené zájmy, a zejména veřejný zájem,

a) nařídily zastavení nekalých obchodních praktik nebo zahájily příslušné soudní řízení směřující k nařízení jejich zastavení,

nebo

b) pokud nekalá obchodní praktika zatím neproběhla, avšak má k ní bezprostředně dojít, zakázaly takovou praktiku nebo zahájily příslušné soudní řízení směřující k jejímu zákazu,

a to i bez důkazu o skutečně vzniklé ztrátě nebo újmě nebo úmyslu nebo nedbalosti na straně obchodníka.

Členské státy dále stanoví, že opatření uvedená v prvním pododstavci mohou být přijata ve zkráceném řízení jako

— opatření předběžná

nebo

— opatření konečná,

přičemž každý členský stát sám rozhodne, kterou z těchto dvou možností zvolí.

Nadto mohou členské státy udělit soudům nebo správním orgánům pravomoci, aby k odstranění přetrvávajících vlivů nekalých obchodních praktik, jejichž zastavení bylo nařízeno pravomocným rozhodnutím, mohly vyžadovat

a) zveřejnění tohoto rozhodnutí v plném nebo zkráceném znění a ve formě, kterou považují za vhodnou,

b) kromě toho zveřejnění opravného prohlášení.

3. Správní orgány uvedené v odstavci 1 musí:

a) být složeny tak, aby nevznikaly pochybnosti o jejich nestrannosti;

b) mít při rozhodování o stížnostech dostatečné pravomoci k tomu, aby mohly účinně kontrolovat a vymáhat dodržování svých rozhodnutí;

c) zpravidla svá rozhodnutí odůvodňovat.

Jsou-li pravomoci uvedené v odstavci 2 vykonávány výhradně správním orgánem, musí být jeho rozhodnutí vždy odůvodněno. V tomto případě musí dále existovat řízení, jejichž prostřednictvím se předmětem soudního přezkumu může stát nesprávný nebo nevhodný výkon pravomocí správním orgánem nebo nesprávné nebo nevhodné opomenutí výkonu uvedených pravomocí.

Článek 12

Soudy a správní orgány: prokazování tvrzení

Členské státy udělí soudům nebo správním orgánům pravomoci, které je v občanském soudním řízení nebo správním řízení uvedeném v článku 11 zmocňují

a) požadovat na obchodníkovi, aby prokázal správnost skutkových tvrzení v souvislosti s obchodní praktikou, jestliže se takový požadavek, s ohledem na oprávněné zájmy obchodníka a kteréhokoli jiného účastníka řízení, jeví jako přiměřený vzhledem k okolnostem daného případu,

a

b) považovat skutková tvrzení za nesprávná, není-li důkaz požadovaný v souladu s písmenem a) předložen nebo je-li soudem nebo správním orgánem považován za nedostatečný.

Článek 13

Sankce

Členské státy stanoví sankce za porušení vnitrostátních předpisů přijatých na základě této směrnice a přijmou veškerá opatření nezbytná pro jejich uplatňování. Tyto sankce musí být účinné, přiměřené a odrazující.

Článek 14

Změny směrnice 84/450/EHS

Směrnice 84/450/EHS se mění takto:

1. Článek 1 se nahrazuje tímto:

„Článek 1

Účelem této směrnice je chránit obchodníky proti klamavé reklamě a jejím nekalým účinkům a stanovit podmínky, za nichž je povolena srovnávací reklama.“

2. V článku 2:

— se bod 3 nahrazuje tímto:

„3. ‚obchodníkem‘ rozumí fyzická nebo právnická osoba, jež jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení;“

— se doplňuje se nový bod, který zní:

„4. ‚držitelem kodexu‘ rozumí subjekt, včetně obchodníka nebo skupiny obchodníků, který odpovídá za vypracování a revizi kodexu chování nebo za dohled nad jeho dodržováním těmi, kdo se jím zavázali řídit.“

3. Článek 3a se nahrazuje tímto:

„Článek 3a

1. Srovnávací reklama je, pokud jde o srovnání, dovolena při splnění těchto podmínek:

- a) není klamavá ve smyslu čl. 2 odst. 2, článku 3 a čl. 7 odst. 1 této směrnice nebo článků 6 a 7 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (*);
- b) srovnává zboží nebo služby, jež slouží stejným potřebám nebo jsou zamýšleny pro stejný účel;
- c) objektivně srovnává jeden nebo více základních, důležitých, ověřitelných a charakteristických rysů tohoto zboží nebo těchto služeb, mezi nimiž může být i cena;
- d) nemá za následek oslabení důvěryhodnosti nebo znevážení ochranné známky, obchodní firmy, jiného rozlišovacího znaku, zboží, služeb, činností nebo postavení soutěžitele;
- e) u produktů s označením původu se vždy odvolává na produkty se stejným označením;
- f) netežší protiprávně z dobré pověsti ochranné známky, obchodní firmy nebo jiných rozlišovacích znaků soutěžitele anebo označení původu konkurujících produktů;
- g) nepředstavuje zboží nebo službu jako napodobeninu nebo reprodukci jiného zboží nebo služeb nesoucích ochrannou známku nebo obchodní firmu;
- h) nevede k záměně mezi obchodníky, mezi zadavatelem reklamy a soutěžitelem nebo k záměně ochranných známek, obchodních firem, jiných rozlišovacích znaků, zboží a služeb zadavatele reklamy s ochrannými známkami, obchodními firmami, jinými rozlišovacími znaky, zbožím a službami soutěžitele.

4. V článku 4 se odstavec 1 nahrazuje tímto:

„1. Členské státy zajistí, aby v zájmu obchodníků a soutěžitelů existovaly přiměřené a účinné prostředky pro boj proti klamavé reklamě a pro dodržování předpisů o srovnávací reklamě. Tyto prostředky zahrnují právní předpisy, jež umožní osobám nebo organizacím, které mají podle vnitrostátních právních předpisů oprávněný zájem na potírání klamavé reklamy nebo na regulaci srovnávací reklamy, aby

- a) podaly žalobu ohledně takové reklamy

nebo

- b) napadly takovou reklamu u správního orgánu, který je příslušný k rozhodování o stížnostech nebo k podání podnětu k zahájení příslušného soudního řízení.

Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí o tom, která z těchto možností bude dostupná a zda umožní soudům nebo správním orgánům požadovat, aby byly nejprve využity jiné stanovené prostředky pro vyřizování stížností, včetně prostředků uvedených v článku 5.

Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí,

- a) zda mohou být tyto právní možnosti použity samostatně nebo společně proti určitému počtu obchodníků působících ve stejném hospodářském odvětví

a

- b) zda mohou být tyto právní možnosti použity proti držitelům kodexu, pokud tento kodex podporuje porušování zákonných požadavků.“

5. V článku 7 se odstavec 1 nahrazuje tímto:

„1. Tato směrnice nebrání členským státům, aby v oblasti klamavé reklamy zachovaly nebo přijaly ustanovení zajišťující rozsáhlejší ochranu obchodníků a soutěžitelů.“

(*) Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.“

Článek 15

Změny směrnice 97/7/ES a 2002/65/ES

1. Článek 9 směrnice 97/7/ES se nahrazuje tímto:

„Článek 9

Setrvačný prodej

S ohledem na zákaz setrvačného prodeje, stanovený ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (*), přijmou členské státy nezbytná opatření ke zproštění spotřebitele povinnosti zaplatit cenu v případě nevyžádaného dodání, přičemž neexistenci odpovědi nelze vykládat jako souhlas.

(*) Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.“

2. Článek 9 směrnice 2002/65/ES se nahrazuje tímto:

„Článek 9

S ohledem na zákaz setrvačného prodeje, stanovený ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (*), a aniž jsou dotčena ustanovení právních předpisů členských států o konkludentním prodloužení smluv uzavřených na dálku, pokud je tato pravidla dovolují, přijmou členské státy nezbytná opatření ke zproštění spotřebitele jakýchkoli závazků v případě nevyžádaných dodávek, přičemž neexistenci odpovědi nelze vykládat jako souhlas.

(*) Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.“

Článek 16

Změny směrnice 98/27/ES a nařízení (ES) č. 2006/2004

1. V příloze směrnice 98/27/ES se bod 1 nahrazuje tímto:

„1. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22).“

2. V příloze nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele (nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele) ⁽¹⁾ se doplňuje nový bod, který zní:

„16. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22).“

Článek 17

Informace

Členské státy přijmou vhodná opatření k informování spotřebitelů o vnitrostátních právních předpisech, kterými se provádí tato směrnice, a případně vyzvou obchodníky a držitele kodexu, aby informovali spotřebitele o svých kodexech chování.

Článek 18

Přezkum

1. Komise do 12.6.2011 předloží Evropskému parlamentu a Radě souhrnnou zprávu o uplatňování této směrnice, zejména čl. 3 odst. 9, článku 4 a přílohy I, o rozsahu další harmonizace a zjednodušení práva Společenství v oblasti ochrany spotřebitele a s přihlédnutím k čl. 3 odst. 5 o opatřeních, které je nutné přijmout na úrovni Společenství pro zachování náležité úrovně ochrany spotřebitele. V případě potřeby bude zpráva doplněna návrhem na revizi této směrnice nebo jiných souvisejících částí práva Společenství.

2. V souladu se Smlouvou vyvinou Evropský parlament a Rada úsilí, aby bylo o návrhu Komise předloženém podle odstavce 1 rozhodnuto do dvou let.

Článek 19

Provedení

Členské státy přijmou a zveřejní právní a správní předpisy nezbytné pro dosažení souladu s touto směrnicí nejpozději do 12.6.2007. Neprodleně o nich uvědomí Komisi, stejně jako o všech následných změnách.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 364, 9.12.2004, s. 1.

Budou tyto předpisy používat ode dne 12. 12. 2007. Tyto předpisy přijaté členskými státy musí obsahovat odkaz na tuto směrnici nebo musí být takový odkaz učiněn při jejich úředním vyhlášení. Způsob odkazu si stanoví členské státy.

Článek 20

Vstup v platnost

Tato směrnice vstupuje v platnost prvním dnem po vyhlášení v *Úředním věstníku Evropské unie*.

Článek 21

Určení

Tato směrnice je určena členskými státy.

Ve Štrasburku dne 11. května 2005.

Za Evropský parlament
předseda
J. P. BORRELL FONTELLES

Za Radu
předseda
N. SCHMIT

PŘÍLOHA I

OBCHODNÍ PRAKTIKY, JEŽ JSOU ZA VŠECH OKOLNOSTÍ POVAŽOVÁNY ZA NEKALÉ

Klamavé obchodní praktiky

1. Tvrzení, že obchodník podepsal kodex chování, ačkoli tomu tak není.
2. Používání značky důvěry, značky jakosti nebo rovnocenné značky bez získání potřebného povolení.
3. Tvrzení, že kodex chování byl schválen veřejným nebo jiným subjektem, ačkoli tomu tak není.
4. Tvrzení, že obchodníku (jakož i jeho obchodním praktikám) nebo produktu bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení veřejného nebo soukromého subjektu, ačkoli tomu tak není nebo takové tvrzení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení.
5. Výzva ke koupi produktů za určitou cenu, aniž by obchodník zveřejnil důvody, na základě kterých se může domnívat, že nebude sám nebo prostřednictvím jiného obchodníka schopen zajistit dodávku uvedených nebo rovnocenných produktů za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze produktu, rozsahu reklamy a nabízené ceny (vábívá reklama).
6. Výzva ke koupi produktu za určitou cenu a poté
 - a) odmítnutí ukázat inzerovaný předmět spotřebitelům

nebo
 - b) odmítnutí přijetí objednávek produktu nebo dodání produktu v přiměřené lhůtě

nebo
 - c) předvedení vadného vzorku produktu

s úmyslem propagovat jiný produkt (reklama typu „přivábit a zaměnit“).
7. Nepravdivé tvrzení, že produkt bude dostupný pouze po omezenou dobu nebo že bude dostupný pouze po omezenou dobu za určitých podmínek, za účelem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí bez příležitosti nebo času potřebného k učinění informované volby.
8. Závazek poskytnout poprodejní servis spotřebitelům, s nimiž obchodník před uzavřením obchodní transakce komunikoval jazykem, který není úředním jazykem členského státu, v němž se obchodník nachází, a následné poskytování servisu pouze v jiném jazyce, aniž to bylo spotřebiteli jasně sděleno předtím, než se spotřebitel zavázal k obchodní transakci.
9. Tvrzení nebo jiné vytváření dojmů, že prodej produktu je dovolený, i když tomu tak není.

10. Uvádění práv, která spotřebitelům vyplývají ze zákona, jako přednosti obchodníkovy nabídky.
11. Využití prostoru ve sdělovacích prostředcích k propagaci produktu, za kterou obchodník zaplatil, aniž by to byl spotřebitel schopen z obsahu, obrázků nebo zvuků jednoznačně poznat. (Placená reklama ve formě novinových článků, advertorial). Tím není dotčena směrnice 89/552/EHS⁽¹⁾.
12. Věcně nesprávné tvrzení o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si produkt nezakoupí.
13. Propagace výrobku podobného výrobku konkrétního výrobce způsobem, jenž cíleně vede k uvedení spotřebitele v omyl tak, že uvěří, že daný výrobek je vyroben tímž výrobcem, i když tomu tak není.
14. Zahájení, provozování nebo propagace pyramidového programu, kdy spotřebitel zaplatí za možnost získat odměnu, která závisí především na získávání nových spotřebitelů do programu, a nikoli na prodeji nebo spotřebě produktů.
15. Tvrzení, že obchodník zamýšlí ukončit obchodování nebo se stěhuje, ačkoli tomu tak není.
16. Tvrzení, že produkty usnadní výhru ve hrách založených na náhodě.
17. Nepravdivé tvrzení, že produkt může vyléčit nemoci, poruchu nebo tělesné postižení.
18. Poskytování věcně nesprávných informací o tržních podmínkách nebo o možnosti opatřit si produkt s úmyslem přimět zákazníka k jeho pořízení za méně výhodných podmínek, než jsou běžné tržní podmínky.
19. Obchodní praktika, v níž se tvrdí, že v rámci propagace probíhá soutěž o ceny, aniž by byly uděleny ceny, které odpovídají uvedenému popisu, nebo jejich odpovídající náhrada.
20. Popis produktu slovy „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ a podobnými, pokud musí spotřebitel zaplatit jakékoli jiné náklady, než jen nevyhnutelné náklady spojené s reakcí na obchodní praktiku a s vyzvednutím nebo doručením věci.
21. Příložením faktury nebo podobných dokladů pro provedení platby k marketingovým materiálům, čímž se ve spotřebiteli vyvolá dojem, že si inzerovaný produkt již objednal, ačkoli tomu tak není.
22. Nepravdivé tvrzení nebo vyvolávání dojmu, že obchodník nejedná za účelem spojeným s jeho obchodní nebo podnikatelskou činností, řemeslem nebo povoláním, nebo klamná prezentace obchodníka jako spotřebitele.
23. Vyvolávání klamného dojmu, že poprodejní servis k výrobku je dostupný v jiném členském státu, než ve kterém je výrobek prodáván.

⁽¹⁾ Směrnice Rady 89/552/EHS ze dne 3. října 1989 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání (Úř. věst. L 298, 17.10.1989, s. 23). Směrnice ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/36/ES (Úř. věst. L 202, 30.7.1997, s. 60).

Agresivní obchodní praktiky

24. Vytvoření dojmu, že spotřebitel nemůže provozovnu opustit bez uzavření smlouvy.
25. Osobní návštěvy u spotřebitele a nedbání požadavku spotřebitele opustit jeho byt a nevracet se, kromě situací a v rozsahu odůvodněném podle vnitrostátních právních předpisů za účelem vymáhání smluvních závazků.
26. Vytrvalé a nevyžádané nabídky prostřednictvím telefonu, faxu, e-mailu nebo jiných prostředků přenosu na dálku, kromě situací a v rozsahu odůvodněném podle vnitrostátních právních předpisů za účelem vymáhání smluvních závazků. Tím nejsou dotčeny články 10 směrnice 97/7/ES a směrnice 95/46/ES⁽¹⁾ a 2002/58/ES.
27. Požadavek, aby spotřebitel žádající plnění z důvodu pojistné události předložil doklady, které nelze odůvodněně pokládat za důležité pro stanovení oprávněnosti nároku, nebo systematické neodpovídání na související korespondenci za účelem odradit spotřebitele od uplatnění práv vyplývajících ze smlouvy.
28. Začlenění do reklamy přímého nabádání určeného dětem, aby si inzerované produkty koupily nebo aby přesvědčily své rodiče nebo jiné dospělé, aby jim je koupili. Tímto ustanovením není dotčen článek 16 směrnice 89/552/EHS o televizním vysílání.
29. Požadování okamžité nebo odložené platby za produkty dodané obchodníkem, avšak nevyžádané spotřebitelem, nebo vrácení nebo uschování takových produktů, kromě případů, kdy se jedná o náhradní produkt dodaný v souladu s čl. 7 odst. 3 směrnice 97/7/ES (setrvačný prodej).
30. Výslovné sdělení spotřebiteli, že pokud si produkt nebo službu nekoupí, ohrozí to pracovní místo nebo živobytí obchodníka.
31. Vytváření klamného dojmu, že spotřebitel již vyhrál nebo vyhraje, popřípadě že vyhraje, pokud bude jednat určitým způsobem, cenu nebo jinou obdobnou výhodu, ačkoli ve skutečnosti
 - neexistuje žádná taková cena ani obdobná výhoda,
 - nebo
 - pro získání ceny nebo jiné obdobné výhody musí spotřebitel vynaložit finanční prostředky nebo mu vznikají výdaje.

⁽¹⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 95/46/ES ze dne 24. října 1995 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů (Úř. věst. L 281, 23.11.1995, s. 31). Směrnice ve znění nařízení (ES) č. 1882/2003 (Úř. věst. L 284, 31.10.2003, s. 1).

PŘÍLOHA II

USTANOVENÍ PRÁVNÍCH PŘEDPISŮ SPOLEČENSTVÍ, KTERÁ STANOVÍ
PRAVIDLA PRO REKLAMU A OBCHODNÍ KOMUNIKACI

Články 4 a 5 směrnice 97/7ES

Článek 3 směrnice Rady 90/314/EHS ze dne 13. června 1990 o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy ⁽¹⁾

Čl. 3 odst. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES ze dne 26. října 1994 o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitostí ⁽²⁾

Čl. 3 odst. 4 směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli ⁽³⁾

Články 86 až 100 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES ze dne 6. listopadu 2001 o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků ⁽⁴⁾

Články 5 a 6 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“) ⁽⁵⁾

Čl. 1 písm. d) směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/7/ES ze dne 16. února 1998, kterým se mění směrnice Rady 87/102/EHS o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se spotřebitelského úvěru ⁽⁶⁾

Články 3 a 4 směrnice 2002/65/ES

Čl. 1 bod 9 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/107/ES ze dne 21. ledna 2002, kterou se mění směrnice Rady 85/611/EHS o koordinaci právních a správních předpisů týkajících se subjektů kolektivního investování do převoditelných cenných papírů (SKIPCP) s ohledem na regulaci správcovských společností a zjednodušené prospekty ⁽⁷⁾

Články 12 a 13 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/92/ES ze dne 9. prosince 2002 o zprostředkování pojištění ⁽⁸⁾

Článek 36 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/83/ES ze dne 5. listopadu 2002 o životním pojištění ⁽⁹⁾

⁽¹⁾ Úř. věst. L 158, 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ Úř. věst. L 280, 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ Úř. věst. L 80, 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ Úř. věst. L 311, 28.11.2001, s. 67. Směrnice naposledy pozměněná směrnicí 2004/27/ES (Úř. věst. L 136, 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ Úř. věst. L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ Úř. věst. L 101, 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ Úř. věst. L 41, 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ Úř. věst. L 9, 15.1.2003, s. 3.

⁽⁹⁾ Úř. věst. L 345, 19.12.2002, s.1. Směrnice ve znění směrnice Rady 2004/66/ES (Úř. věst. L 168, 1.5.2004, s. 35).

Článek 19 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích finančních nástrojů ⁽¹⁾

Články 31 a 43 směrnice Rady 92/49/EHS ze dne 18. června 1992 o koordinaci právních a správních předpisů týkajících se přímého pojištění jiného než životního ⁽²⁾ (třetí směrnice o jiném než životním pojištění)

Články 5, 7 a 8 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/71/ES ze dne 4. listopadu 2003 o prospektu, který má být zveřejněn při veřejné nabídce nebo přijetí cenných papírů k obchodování ⁽³⁾

⁽¹⁾ Úř. věst. L 145, 30.4.2004, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. L 228, 11.8.1992, s. 1. Směrnice naposledy pozměněná směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2002/87/ES (Úř. věst. L 35, 11.2.2003, s. 1).

⁽³⁾ Úř. věst. L 345, 31.12.2003, s. 64.