

Denne tekst tjener udelukkende som dokumentationsværktøj og har ingen retsvirkning. EU's institutioner påtager sig intet ansvar for dens indhold. De autentiske udgaver af de relevante retsakter, inklusive deres betragtninger, er offentliggjort i den Europæiske Unions Tidende og kan findes i EUR-Lex. Disse officielle tekster er tilgængelige direkte via linkene i dette dokument

► **B** **EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS DIREKTIV 2005/29/EF**
af 11. maj 2005

om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004

(direktivet om urimelig handelspraksis)

(EØS-relevant tekst)

(EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22)

Ændret ved:

		Tidende		
		nr.	side	dato
► <u>M1</u>	Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2019/2161 af L 328		7	18.12.2019
	27. november 2019			

▼B**EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS DIREKTIV
2005/29/EF**

af 11. maj 2005

om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004

(direktivet om urimelig handelspraksis)

(EØS-relevant tekst)

KAPITEL 1

GENERELLE BESTEMMELSER

*Artikel 1***Formål**

Formålet med dette direktiv er at bidrage til et velfungerende indre marked og opnå et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser.

*Artikel 2***Definitioner**

I dette direktiv forstås ved:

- a) »forbruger«: en fysisk person, der i forbindelse med en af dette direktiv omfattet handelspraksis ikke udøver virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv
- b) »erhvervsdrivende«: en fysisk eller juridisk person, der i forbindelse med en af dette direktiv omfattet handelspraksis udøver virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv, og enhver, der handler i en erhvervsdrivendes navn eller på en erhvervsdrivendes vegne

▼M1

- c) »produkt«: en vare eller tjenesteydelse, herunder fast ejendom, digitale tjenester og digitalt indhold samt rettigheder og pligter

▼B

- d) »virksomheders handelspraksis over for forbrugerne« (i det følgende også benævnt »handelspraksis«): en handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovning, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne
- e) »væsentlig forvriddning af forbrugernes økonomiske adfærd«: anvendelse af en handelspraksis, som mærkbart indskrænker forbrugerens evne til at træffe en informeret beslutning, hvorved forbrugeren træffer en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet
- f) »adfærdskodeks«: en aftale eller et regelsæt, der ikke følger af en medlemsstats love eller administrative bestemmelser, hvorigennem den erhvervsdrivendes adfærd fastlægges, og ifølge hvilken denne

▼B

- forpligtes til at overholde kodeksen i forbindelse med en eller flere former for handelspraksis eller inden for en eller flere erhvervssektorer
- g) »kodeksindehaver«: et organ, herunder en erhvervsdrivende eller gruppe af erhvervsdrivende, som er ansvarlig for udformningen og opdateringen af en adfærdskodeks og/eller for at overvåge, at kodeksen overholdes af de parter, som har forpligtet sig i henhold til denne
- h) »erhvervsmæssig diligenpligt«: standarden for de særlige færdigheder og den omhu, som en erhvervsdrivende med rimelighed kan forventes at udvise over for forbrugerne, og som skal stå i et rimeligt forhold til hæderlig markedspraksis og/eller det generelle princip om god tro inden for den erhvervsdrivendes virkefelt
- i) »købsopfordring«: en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb
- j) »utilbørlig påvirkning«: udnyttelse af en magtposition i forhold til forbrugeren til at udøve pres selv uden anvendelse eller trusler om anvendelse af fysisk vold på en måde, som væsentligt begrænser forbrugers evne til at træffe en informeret beslutning
- k) »transaktionsbeslutning«: en beslutning, der træffes af en forbruger, om hvorvidt, hvordan og på hvilke betingelser han vil købe, foretage fuld eller delvis betaling for, beholde eller afhænde et produkt eller udøve en aftalemæssig rettighed i forbindelse med produktet, uanset om forbrugeren beslutter at foretage en transaktion eller at undlade dette
- l) »lovreguleret erhverv«: en eller flere former for erhvervsmæssig virksomhed, når der enten direkte eller indirekte ifølge love eller administrative bestemmelser kræves bestemte erhvervsmæssige kvalifikationer for at optage eller udøve denne virksomhed eller en form heraf

▼M1

- m) »rangordning«: den relative betydning, der tillægges produkter, som de præsenteres, opstilles eller kommunikerer af den erhvervsdrivende, uanset de teknologiske midler, der anvendes til en sådan præsentation, opstilling eller kommunikation
- n) »onlinemarkedsplads«: en tjenesteydelse, der gør brug af software, herunder et websted, en del af et websted eller en applikation, der drives af eller på vegne af den erhvervsdrivende, der giver forbrugere mulighed for at indgå fjernsalgsaftaler med andre erhvervsdrivende eller forbrugere.

▼B*Artikel 3***Anvendelsesområde**

1. Dette direktiv gælder for virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne, som fastlagt i artikel 5, før, under og efter en handelstransaktion i forbindelse med et produkt.

▼B

2. Dette direktiv berører ikke aftaleretten og navnlig ikke bestemmelserne om kontraktens gyldighed, indgåelse og virkning.
3. Dette direktiv berører ikke fællesskabsbestemmelser eller nationale bestemmelser vedrørende produkters sundheds- og sikkerhedsmæssige aspekter.
4. I tilfælde af uoverensstemmelse mellem dette direktivs bestemmelser og andre fællesskabsbestemmelser om særlige aspekter af urimelig handelspraksis, vil sidstnævnte gælde for de pågældende særlige aspekter.

▼M1

5. Dette direktiv forhindrer ikke medlemsstaterne i at vedtage bestemmelser med henblik på at beskytte forbrugernes legitime interesser for så vidt angår aggressiv eller vildledende markedsføring eller aggressive eller vildledende salgsmetoder i forbindelse med en erhvervsdrivendes besøg uden forudgående anmodning i en forbrugers hjem eller for så vidt angår udflugter, der organiseres af en erhvervsdrivende med det formål eller den virkning at reklamere for produkter eller sælge dem til forbrugerne. Sådanne regler skal stå i et rimeligt forhold til formålet, ikke give anledning til forskelsbehandling og være begrundet i hensynet til forbrugerbeskyttelse.
6. Medlemsstaterne underretter straks Kommissionen om vedtagelse af nationale bestemmelser på grundlag af stk. 5 samt om eventuelle senere ændringer. Kommissionen gør disse oplysninger let tilgængelige for forbrugere og erhvervsdrivende på et dertil indrettet websted.

▼B

7. Dette direktiv berører ikke bestemmelserne vedrørende retternes kompetence.
8. Dette direktiv berører ikke nogen etableringsbetingelser eller godkendelsesordninger eller fagetiske adfærdskodekser eller andre specifikke bestemmelser for lovregulerede erhverv, der skal opretholde høje standarder for virksomhedernes integritet, og som medlemsstaterne i overensstemmelse med fællesskabslovgivningen kan pålægge virksomheder.
9. I forbindelse med »finansielle tjenesteydelser«, som defineret i direktiv 2002/65/EF, samt fast ejendom kan medlemsstaterne på det område, hvor der med dette direktiv sker en tilnærmelse, stille krav, som er mere restriktive eller præskriptive end dette direktiv.
10. Dette direktiv berører ikke anvendelsen af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser vedrørende certificering og angivelse af lødighed for ædelmetalarbejder.

*Artikel 4***Det indre marked**

Medlemsstaterne må hverken begrænse friheden til at levere tjenesteydelser eller den frie bevægelighed for varer af grunde, der kan henføres til de områder, hvor der med dette direktiv sker en tilnærmelse.

KAPITEL 2

URIMELIG HANDELSPRAKSIS*Artikel 5***Forbud mod urimelig handelspraksis**

1. Urimelig handelspraksis forbydes.

▼B

2. En handelspraksis er urimelig, hvis:
 - a) den er i modstrid med kravet om erhvervsmæssig diligenspligt
og
 - b) væsentligt forvrider eller kan forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd i forhold til produktet hos gennemsnitsforbrugeren, som bliver genstand for den, eller som den er rettet mod, eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.
3. Handelspraksis, der på en måde, som den erhvervsdrivende med rimelighed kan forventes at forudse, må formodes kun at forvride den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, som er særligt sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt på grund af deres mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af gruppen. Dette berører ikke den almindelige og legale reklamepraksis, der består i at fremsætte overdrevne udtalelser eller udtalelser, som ikke er beregnet til at blive opfattet bogstaveligt.
4. En handelspraksis er i særdeleshed urimelig, hvis den er
 - a) vildledende, jf. artikel 6 og 7,
eller
 - b) aggressiv, jf. artikel 8 og 9.
5. I bilag I findes fortegnelsen over de former for handelspraksis, som under alle omstændigheder vil blive betragtet som urimelige. Den samme fortegnelse skal anvendes i alle medlemsstater og må kun ændres ved en revision af dette direktiv.

Afsnit 1

Vildledende handelspraksis*Artikel 6***Vildledende handlinger**

1. En handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den indeholder urigtige oplysninger og derfor er usandfærdig eller f.eks. i kraft af sin generelle fremstillingsform vildleder eller kan forventes at vildlede en gennemsnitsforbruger, selv om oplysningerne er faktisk korrekte, med hensyn til et eller flere af følgende elementer og under alle omstændigheder foranlediger eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet:
 - a) produktets eksistens eller art
 - b) de væsentligste egenskaber ved produktet, såsom det omfang, i hvilket det står til rådighed, dets fordele, risici, udførelse, sammensætning, tilbehør, eftersalgsservice og klagebehandling, måden og tidspunktet for fremstilling eller ydelse, levering, dets hensigtsmæssighed, anvendelse, mængde, specifikationer, geografiske eller handelsmæssige oprindelse eller de resultater, som kan forventes opnået ved brugen, eller resultaterne af og de vigtigste karakteristika ved afprøvning eller kontrol af produktet
 - c) omfanget af den erhvervsdrivendes forpligtelser, begrundelsen for den pågældende handelspraksis og arten af salgsprocessen, enhver erklæring eller ethvert symbol i forbindelse med direkte eller indirekte støtte eller godkendelse af den erhvervsdrivende eller produktet

▼B

- d) prisen eller den måde, hvorpå prisen beregnes, eller en særlig pris-mæssig fordel
- e) behov for eftersyn, reservedele, udskiftninger eller reparationer
- f) forhold, der vedrører den erhvervsdrivendes eller dennes agents egenskaber og rettigheder, såsom hans identitet og formue, hans kvalifikationer, status, godkendelse, tilhørsforhold eller tilknytning og immaterielle rettigheder eller de ham tilkendte prisbelønninger og udmærkelser.
- g) forbrugerens rettigheder, herunder retten til omlevering eller tilbagebetaling som fastsat i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 1999/44/EF af 25. maj 1999 om visse aspekter af forbrugerkøb og garantier i forbindelse hermed ⁽¹⁾, eller de risici, som han eventuelt løber.

2. En handelspraksis betragtes også som vildledende, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og betingelser, foranlediger gennemsnitsforbrugeren eller kan forventes at foranledige denne til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet, og den indebærer:

- a) en markedsføring, herunder sammenlignende reklame, vedrørende et produkt, som medfører, at det forveksles med et produkt, et varemærke, en handelsbetegnelse eller andre kendetegn, som tilhører en konkurrent
- b) at den erhvervsdrivende ikke overholder bestemmelserne i adfærds-kodekser, som han har forpligtet sig til at overholde, i de tilfælde hvor
 - i) der er tale om et fast tilsagn, som kan verificeres, og ikke om en forhåbning,

og hvor
 - ii) den erhvervsdrivende i en handelspraksis angiver, at han er bundet af kodeksen

▼M1

- c) enhver markedsføring af en vare i en medlemsstat som værende identisk med en vare, som markedsføres i andre medlemsstater, men hvor den pågældende vare med hensyn til sammensætning og karakteristika frembyder betydelige forskelle, medmindre det er begrundet i legitime og objektive faktorer.

▼B*Artikel 7***Vildledende udeladelser**

1. En handelspraksis betragtes som vildledende, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og forhold og begrænsningerne ved kommunikationsmediet, udelader væsentlige oplysninger, som gennemsnitsforbrugeren har behov for i den pågældende situation for at træffe en informeret transaktionsbeslutning, og derved foranlediger gennemsnitsforbrugeren eller kan forventes at foranledige denne til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.

⁽¹⁾ EFT L 171 af 7.7.1999, s. 12.

▼B

2. Det betragtes også som en vildledende udeladelse, hvis en erhvervsdrivende, skjuler eller på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde præsenterer væsentlige oplysninger, jf. stk. 1 og under hensyntagen til elementerne i dette stykke, eller undlader at angive den kommercielle hensigt med den pågældende handelspraksis, hvis den ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen, og hvis dette i nogen af disse tilfælde foranlediger gennemsnitsforbrugeren eller kan forventes at foranledige denne til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.

3. Når det medie, der anvendes til at formidle denne handelspraksis, indebærer begrænsninger i rum eller tid, skal der tages hensyn til disse begrænsninger og til foranstaltninger, som den erhvervsdrivende har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for forbrugerne på anden måde, når det afgøres, om oplysninger er blevet udeladt.

4. Ved en opfordring til køb betragtes følgende oplysninger som væsentlige, hvis de ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen:

- a) produktets vigtigste karakteristika i et omfang, der svarer til mediet og produktet
- b) den erhvervsdrivendes fysiske adresse og navn, som f.eks. hans firmanavn og, hvor det er relevant, den fysiske adresse og navnet på den erhvervsdrivende, på hvis vegne han handler
- c) prisen inklusive afgifter, eller, hvis produktets art gør, at prisen ikke med rimelighed kan udregnes på forhånd, den måde, hvorpå prisen udregnes, samt, hvor det er relevant, alle yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto eller, hvor sådanne omkostninger ikke med rimelighed kan udregnes på forhånd, oplysninger om, at der kan forekomme sådanne yderligere omkostninger

▼M1

- d) forhold vedrørende betaling, levering og udførelse, hvis disse afviger fra kravene i forbindelse med erhvervsmæssig dilignenspligt

▼B

- e) ved produkter og transaktioner, der omfatter fortrydelsesret eller annulleringsret, eksistensen af en sådan ret

▼M1

- f) for produkter, der tilbydes på onlinemarkedspladser, hvorvidt den tredjepart, der tilbyder produkterne, er erhvervsdrivende eller ej, på grundlag af den pågældende tredjeparts erklæring til udbyderen af onlinemarkedspladsen.

4a. Når forbrugerne gives mulighed for at søge efter produkter, der tilbydes af forskellige erhvervsdrivende eller af forbrugere på grundlag af en søgning i form af et nøgleord, en sætning eller et andet input, uanset hvor transaktionerne i sidste ende gennemføres, anses generelle oplysninger, som stilles til rådighed i et særligt afsnit af onlinegrænsefladen, der er direkte og let tilgængelig fra den side, hvor søgeresultatet præsenteres, om de vigtigste parametre, der afgør rangordningen af de

▼ M1

produkter, der præsenteres for forbrugeren som følge af søgningen og den relative betydning af disse parametre i forhold til andre parametre, for at være væsentlige. Dette finder ikke anvendelse på udbydere af onlinesøgemaskiner som defineret i artikel 2, nr. 6), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 ⁽¹⁾.

▼ B

5. Oplysningskrav, som er fastlagt i fællesskabslovgivningen i forbindelse med kommerciel kommunikation, herunder reklame eller markedsføring, og som er anført i en ikke-udtømmende fortegnelse i bilag II, betragtes som væsentlige.

▼ M1

6. Når en erhvervsdrivende giver adgang til forbrugeranmeldelser af produkter, anses oplysninger om, hvorvidt og hvordan den erhvervsdrivende sikrer, at de offentliggjorte anmeldelser stammer fra forbrugere, der faktisk har anvendt eller købt produkterne, for at være væsentlige.

▼ B

A f s n i t 2

A g g r e s s i v h a n d e l s p r a k s i s*Artikel 8***A g g r e s s i v h a n d e l s p r a k s i s**

En handelspraksis betragtes som aggressiv, hvis den i sin faktuelle sammenhæng, idet der tages hensyn til alle elementer og betingelser, ved chikane, tvang, herunder fysisk vold, eller utilbørlig påvirkning i væsentlig grad indskrænker eller kan forventes væsentligt at indskrænke gennemsnitsforbrugerens valgfrihed eller adfærd i forbindelse med produktet, og derved foranlediger ham til eller kan forventes at foranledige ham til at træffe en transaktionsbeslutning, som han ellers ikke ville have truffet.

*Artikel 9***A n v e n d e l s e a f c h i k a n e , t v a n g o g u t i l b ø r l i g p å v i r k n i n g**

Når det skal afgøres, hvorvidt der i en handelspraksis er anvendt chikane, tvang, herunder fysisk vold, eller utilbørlig påvirkning, skal der tages hensyn til

- a) tidspunktet for denne handelspraksis, stedet hvor den har fundet sted, dens karakter og vedholdenhed
- b) anvendelse af truende eller utilbørligt sprog eller adfærd
- c) den erhvervsdrivendes udnyttelse af en konkret uheldig situation eller omstændighed, der er af en så alvorlig karakter, at den indskrænker forbrugerens vurderingsevne, og som den erhvervsdrivende har kendskab til og udnytter til at påvirke forbrugerens beslutning i forbindelse med produktet
- d) byrdefulde eller uforholdsmæssigt omfattende hindringer af ikke-kontraktuel karakter, som den erhvervsdrivende opstiller, når en forbruger ønsker at udøve sine rettigheder i henhold til kontrakten, herunder retten til at ophæve kontrakten eller til at vælge et andet produkt eller en anden erhvervsdrivende
- e) trusler om at træffe foranstaltninger, som ifølge loven ikke kan træffes.

⁽¹⁾ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 af 20. juni 2019 om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for brugere af onlineformidlingstjenester (EUT L 186 af 11.7.2019, s. 57).



KAPITEL 3

ADFÆRDSKODEKSER

*Artikel 10***Adfærdskodekser**

Dette direktiv er ikke til hinder for, at kontrollen med urimelig handelspraksis, eventuelt på medlemsstaternes opfordring, kan udøves af kodeksindehavere, ligesom en klage kan indbringes for sådanne organer af de i artikel 11 omhandlede personer og organisationer, hvis der ud over de i nævnte artikel omhandlede retlige eller administrative procedurer er mulighed for at indbringe sagen for sådanne organer.

Klager til sådanne organer betragtes under ingen omstændigheder som et afkald på en retlig eller administrativ klageprocedure jf. artikel 11.

KAPITEL 4

AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

*Artikel 11***Håndhævelse**

1. Medlemsstaterne påser, at der findes tilstrækkelige og effektive midler til bekæmpelse af urimelig handelspraksis og til at sikre, at dette direktivs bestemmelser overholdes i overensstemmelse med forbrugernes interesse.

Disse midler skal omfatte retsforskrifter, hvorefter personer eller organisationer, herunder konkurrenter, der i henhold til medlemsstaternes lovgivning har en legitim interesse i at bekæmpe urimelig handelspraksis, får adgang til:

- a) at indbringe en sag for retten i anledning af sådan urimelig handelspraksis
- og/eller
- b) at indbringe sådan urimelig handelspraksis for en administrativ myndighed, som har kompetence til enten at træffe afgørelse om klager eller indlede passende retsforfølgning.

Den enkelte medlemsstat afgør selv, hvilke af disse midler der skal stå til rådighed, og om domstolene eller de administrative myndigheder skal have beføjelse til forudgående at kunne kræve sagen forelagt en anden eksisterende klageinstans, herunder de i artikel 10 omhandlede. Disse midler skal stå til rådighed, uanset om de berørte forbrugere befinder sig på den medlemsstats område, hvor den erhvervsdrivende er etableret, eller i en anden medlemsstat.

Den enkelte medlemsstat afgør selv:

- a) om disse retsmidler skal kunne rettes særskilt mod hver enkelt erhvervsdrivende eller samlet mod flere erhvervsdrivende inden for samme erhvervssektor,
- og
- b) om disse retsmidler skal kunne rettes mod en kodeksindehaver i tilfælde, hvor den relevante kodeks bidrager til, at de retlige krav ikke opfyldes

▼B

2. I henhold til de i stk. 1 omhandlede retsfor skrifter skal medlemsstaterne, hvis de finder, at sådanne foranstaltninger er nødvendige under hensyn til alle berørte interesser og navnlig offentlighedens interesse, tillægge domstolene eller de administrative myndigheder beføjelse til:

- a) at påbyde indstilling af den urimelige handelspraksis eller at indlede passende retsforfølgning for at få påbudt at den indstilles
- b) dersom den pågældende urimelige handelspraksis endnu ikke er iværksat, men vil blive det meget snart, at forbyde denne praksis eller indlede passende retsforfølgning for at få den forbudt

også selv om der ikke er ført bevis for, at der faktisk er lidt tab eller skade, eller at der er tale om forsæt eller uagtsomhed fra den erhvervsdrivendes side.

Medlemsstaterne træffer ligeledes bestemmelse om, at de i første afsnit omhandlede foranstaltninger kan træffes som led i en fremskyndet procedure:

— enten med foreløbig virkning,

eller

— med endelig virkning,

idet det tilkommer hver medlemsstat at afgøre, hvilken af disse to muligheder den vil vælge.

Endvidere kan medlemsstaterne med henblik på at fjerne eftervirkningerne af en urimelig handelspraksis, der er påbudt indstillet ved en endelig afgørelse, tillægge domstolene eller de administrative myndigheder beføjelse til:

- a) at kræve denne afgørelse offentliggjort, enten i sin helhed eller i uddrag og i en form, som domstolen eller myndighederne finder passende
- b) yderligere at kræve, at der offentliggøres en berigtigelse.

3. De i stk. 1 omhandlede administrative myndigheder skal:

- a) være sammensat på en sådan måde, at deres upartiskhed ikke kan drages i tvivl
- b) have sådanne beføjelser, at de, når de træffer afgørelse i sager, effektivt kan overvåge og håndhæve, at deres afgørelser overholdes, og
- c) i almindelighed begrunde deres afgørelser.

Når de i stk. 2 omhandlede beføjelser udelukkende udøves af en administrativ myndighed, skal dens afgørelser altid begrundes. Desuden skal der i dette tilfælde fastlægges en procedure, således at enhver uretmæssig eller utilbørlig udøvelse af den administrative myndigheds beføjelser eller enhver uretmæssig eller utilbørlig undladelse af at udøve disse beføjelser kan underkastes retslig prøvelse.

▼ M1*Artikel 11a***Adgang til retsmidler**

1. Forbrugere, der lider skade som følge af urimelig handelspraksis, skal have adgang til forholdsmæssige og effektive retsmidler, herunder skadeserstatning og, hvor det er relevant, et afslag i købesummen eller ophævelse af kontrakten. Medlemsstaterne kan fastsætte betingelserne for anvendelsen og virkningerne af disse retsmidler. Medlemsstaterne kan, hvor det er relevant, tage hensyn til grovheden og arten af den urimelige handelspraksis, skaden lidt af forbrugeren og andre relevante omstændigheder.

2. Disse retsmidler berører ikke anvendelsen af andre retsmidler, som er til rådighed for forbrugerne i henhold til EU-retten eller national ret.

▼ B*Artikel 12***Domstole og administrative myndigheder: dokumentation for påstande**

Medlemsstaterne tillægger domstolene eller de administrative myndigheder beføjelse til under civile eller administrative procedurer som omhandlet i artikel 11:

a) at kræve, at den erhvervsdrivende fremlægger beviser for rigtigheden af de faktiske forhold, der gøres gældende i forbindelse med en handelspraksis, hvis et sådant krav, under hensyn til de legitime interesser hos den erhvervsdrivende og enhver anden part i sagen, forekommer relevant under hensyn til omstændighederne i det pågældende tilfælde

og

b) at anse sådanne faktiske forhold for urigtige, hvis de beviser, der kræves i henhold til litra a), ikke fremlægges eller af domstolen eller den administrative myndighed skønnes utilstrækkelige.

▼ M1*Artikel 13***Sanktioner**

1. Medlemsstaterne fastsætter regler om sanktioner, der skal anvendes i tilfælde af overtrædelser af de nationale regler, der er vedtaget i medfør af dette direktiv, og træffer alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at de gennemføres. Sanktionerne skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelserne og have afskrækkende virkning.

2. Medlemsstaterne sikrer, at følgende ikkeudtømmende og vejledende kriterier tages i betragtning ved pålæggelse af sanktioner, hvor det er relevant:

- a) arten, grovheden, omfanget og varigheden af overtrædelserne
- b) eventuelle foranstaltninger, som den erhvervsdrivende har truffet for at begrænse eller afhjælpe den skade, som forbrugerne har lidt
- c) den erhvervsdrivendes eventuelle tidligere overtrædelser
- d) den erhvervsdrivendes opnåede økonomiske fordele eller undgåede tab som følge af overtrædelserne, hvis de relevante data er tilgængelige

▼ M1

e) sanktioner, der pålægges den erhvervsdrivende for den samme overtrædelse i andre medlemsstater i grænseoverskridende tilfælde, hvor oplysninger om sådanne sanktioner er tilgængelige via den mekanisme, der er etableret i medfør af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394 ⁽¹⁾

f) eventuelle andre skærpende eller formildende faktorer i sagen.

3. Medlemsstaterne sikrer, at når der pålægges sanktioner i overensstemmelse med artikel 21 i forordning (EU) 2017/2394, omfatter de muligheden for enten at pålægge bøder gennem administrative procedurer eller at indlede retsforfølgning med henblik på pålæggelse af bøder, eller begge dele, af en maksimumsstørrelse for sådanne bøder på mindst 4 % af den erhvervsdrivendes årlige omsætning i den eller de berørte medlemsstater. Uden at dette berører den pågældende forordning, kan medlemsstaterne af nationale forfatningsmæssige grunde begrænse pålæggelsen af bøder til:

a) overtrædelse af artikel 6, 7, 8, 9 og af bilag I til nærværende direktiv, og

b) en erhvervsdrivendes fortsatte anvendelse af handelspraksis, der er blevet anset for at være urimelig af den kompetente nationale myndighed eller domstol, når den pågældende handelspraksis ikke er en overtrædelse omhandlet i litra a).

4. For de tilfælde, hvor en bøde skal pålægges i overensstemmelse med stk. 3, men oplysninger om den erhvervsdrivendes årlige omsætning ikke er tilgængelige, indfører medlemsstaterne muligheden for at pålægge bøder af en maksimumsstørrelse på mindst EUR 2 mio.

5. Medlemsstaterne giver senest den 28. november 2021 Kommissionen meddelelse om de i stk. 1 omhandlede regler og foranstaltninger, og underretter den straks om alle senere ændringer, der berører dem.

▼ B*Artikel 14***Ændringer til direktiv 84/450/EØF**

I direktiv 84/450/EØF, foretages følgende ændringer:

1) Artikel 1 affattes således:

»Artikel 1

Formålet med dette direktiv er at beskytte erhvervsdrivende mod vildledende reklame og de urimelige følger heraf og at fastlægge, under hvilke omstændigheder sammenlignende reklame er tilladt.«

2) Artikel 2

— Stk. 3, affattes således:

⁽¹⁾ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394 af 12. december 2017 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse og om ophævelse af forordning (EF) nr. 2006/2004 (EUT L 345 af 27.12.2017, s. 1).

▼B

»3. »erhvervsdrivende«: en fysisk eller juridisk person, der udøver virksomhed som handlende, håndværker eller industridrivende eller som udøver et liberalt erhverv, og enhver der handler i en erhvervsdrivendes navn eller på en erhvervsdrivendes vegne.«

— Følgende stykke indsættes:

»4. »kodeksindehaver«: et organ, herunder en erhvervsdrivende eller gruppe af erhvervsdrivende, som er ansvarlig for udformningen og opdateringen af en adfærdskodeks og/eller for at overvåge, at kodeksen overholdes af de parter, som har forpligtet sig i henhold til denne.«

3) Artikel 3a affattes således:

»Artikel 3a

1. Sammenlignende reklame er tilladt, for så vidt angår sammenligningen, når følgende betingelser er opfyldt:
 - a) Den er ikke vildledende i henhold til artikel 2, stk. 2, artikel 3 og artikel 7, stk. 1, i dette direktiv eller artikel 6 og 7 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (*).
 - b) Den sammenligner varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller tjener samme formål.
 - c) Den sammenligner på objektiv vis en eller flere konkrete og relevante egenskaber, der kan dokumenteres, og som er repræsentative for disse varer eller tjenesteydelser, herunder prisen.
 - d) Den bringer ikke en konkurrents varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer, tjenesteydelser, aktiviteter eller situation i miskredit, eller udsætter dem for nedvurdering.
 - e) For produkter med oprindelsesbetegnelse vedrører den i hvert enkelt tilfælde produkter med samme betegnelse.
 - f) Den drager ikke utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn, eller af konkurrerende produkters oprindelsesbetegnelser.
 - g) Reklamen fremstiller ikke en vare eller tjenesteydelse som en imitation eller en kopi af en vare eller tjenesteydelse, der er dækket af et beskyttet varemærke eller firmanavn.
 - h) Den medfører ikke forveksling mellem erhvervsdrivende, mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens varemærker, firmanavne, andre karakteristiske kendetegn, varer og tjenesteydelser og en konkurrents.

(*) EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22.«

▼B

4) Artikel 4, stk. 1, affattes således:

»1. Medlemsstaterne påser, at der i de erhvervsdrivendes og konkurrenternes interesse findes tilstrækkelige og effektive midler til bekæmpelse af vildledende reklame og til at sikre, at bestemmelserne om sammenlignende reklame overholdes. Disse midler skal omfatte retsfor skrifter, hvorefter personer eller organisationer, der i henhold til medlemsstaternes lovgivning har en legitim interesse i at bekæmpe vildledende reklame eller at regulere sammenlignende reklame, får adgang til:

- a) at indbringe en sag for retten i anledning af en sådan reklame, eller
- b) at indbringe en sådan reklame for en administrativ myndighed, som har kompetence til enten at træffe afgørelse om klager eller indlede passende retsforfølgning.

Den enkelte medlemsstat afgør selv, hvilke af disse muligheder der skal stå til rådighed, og om domstolene eller de administrative myndigheder skal have beføjelse til forudgående at kunne kræve sagen forelagt en anden eksisterende klageinstans, herunder en sådan som omhandlet i artikel 5.

Den enkelte medlemsstat afgør selv:

- a) om disse retsmidler skal kunne rettes særskilt mod hver enkelt erhvervsdrivende eller samlet mod flere erhvervsdrivende inden for samme erhvervssektor, og
- b) om disse retsmidler skal kunne rettes mod en kodeksindehaver i de tilfælde, hvor den relevante kodeks bidrager til, at de retlige krav ikke opfyldes.«

5) Artikel 7, stk. 1, affattes således:

»1. Dette direktiv er ikke til hinder for, at medlemsstaterne opretholder eller vedtager bestemmelser med henblik på at sikre en mere vidtgående beskyttelse af erhvervsdrivende og konkurrenter i forbindelse med vildledende reklame.«

Artikel 15

Ændring af direktiv 97/7/EF og 2002/65/EF

1) Artikel 9 i direktiv 97/7/EF affattes således:

»*Artikel 9*

Levering uden forudgående anmodning

I betragtning af forbuddet mod levering uden forudgående anmodning, der er fastlagt i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (*) træffer medlemsstaterne de nødvendige foranstaltninger således, at forbrugeren fritages for enhver modydelse i tilfælde af levering uden forudgående anmodning, da manglende svar ikke er ensbetydende med samtykke.

(*) EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22.«

▼B

2) Artikel 9 i direktiv 2002/65/EF affattes således:

»Artikel 9

I betragtning af forbuddet mod levering uden forudgående anmodning, der er fastlagt i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (*) og med forbehold af medlemsstaternes lovbestemmelser om stiltiende forlængelse af fjernsalgsaftaler træffer medlemsstaterne, når deres lovbestemmelser hjemler stiltiende forlængelse, foranstaltninger med henblik på at fritage forbrugeren for enhver forpligtelse i tilfælde af levering uden forudgående anmodning, idet manglende reaktion fra forbrugerens side ikke er ensbetydende med samtykke.

(*) EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22.«

*Artikel 16***Ændring af direktiv 98/27/EF og forordning (EF) nr. 2006/2004**

1) I bilaget til direktiv 98/27/EF erstattes punkt 1 med følgende:

»1. Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked (EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22)«.

2) I bilaget til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 af 27. oktober 2004 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivningen om forbrugerbeskyttelse (»forordningen om forbrugerbeskyttelsessamarbejde«) ⁽¹⁾ tilføjes følgende punkt:

»16. Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22)«.

*Artikel 17***Oplysning**

Medlemsstaterne træffer passende foranstaltninger med henblik på at informere forbrugerne om national gennemførelseslovgivning til dette direktiv og tilskynder, hvor det er relevant, de erhvervsdrivende og kodeksindehavere til at oplyse forbrugerne om deres adfærdskodekser.

*Artikel 18***Revision**

1. Senest den 12.6.2011 forelægger Kommissionen Europa-Parlamentet og Rådet en samlet rapport om anvendelsen af direktivet, særlig artikel 3. stk. 9, artikel 4 og bilag I, mulighederne for yderligere harmonisering og forenkling af Fællesskabets lovgivning om forbrugerbeskyttelse, og, under hensyn til artikel 3, stk. 5, hvilke foranstaltninger

⁽¹⁾ EUT L 364 af 9.12.2004, s. 1.

▼B

der skal træffes på fællesskabsplan for at sikre opretholdelse af et passende forbrugerbeskyttelsesniveau. Rapporten ledsages om fornødent af forslag til revision af dette direktiv eller andre relevante dele af Fællesskabets lovgivning.

2. Europa-Parlamentet og Rådet bestræber sig i overensstemmelse med traktaten på senest to år efter Kommissionens forelæggelse at tage stilling til ethvert forslag, der forelægges i medfør af stk. 1.

*Artikel 19***Gennemførelse af direktivet**

Medlemsstaterne vedtager og offentliggør de nødvendige love og administrative bestemmelser for at efterkomme dette direktiv inden den 12.6.2007. De underretter straks Kommissionen herom samt om eventuelle efterfølgende ændringer.

Medlemsstaterne anvender disse bestemmelser fra den 12.12.2007. Disse love og bestemmelser skal ved vedtagelsen indeholde en henvisning til dette direktiv eller skal ved offentliggørelsen ledsages af en sådan henvisning. De nærmere regler for henvisningen fastsættes af medlemsstaterne.

*Artikel 20***Ikrafttræden**

Dette direktiv træder i kraft dagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.

*Artikel 21***Adressater**

Dette direktiv er rettet til medlemsstaterne.

▼B*BILAG I***FORMER FOR HANDELSPRAKSIS, SOM UNDER ALLE
OMSTÆNDIGHEDER ANSES SOM URIMELIGE**

Vildledende handelspraksis

- 1) Den erhvervsdrivende hævder at have underskrevet en adfærdskodeks, selv om det ikke er tilfældet.
- 2) Den erhvervsdrivende fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse.
- 3) Den erhvervsdrivende hævder, at en adfærdskodeks er godkendt af en offentlig myndighed eller anden myndighed, selv om det ikke er tilfældet.
- 4) Den erhvervsdrivende hævder, at en erhvervsdrivende (herunder dennes handelspraksis) eller et produkt er blevet godkendt eller tilladt af en offentlig eller privat instans, selv om det ikke er tilfældet, eller fremsætter en sådan påstand uden at opfylde betingelserne for godkendelse eller tilladelse.
- 5) Den erhvervsdrivende opfordrer til at købe produkter til en bestemt pris uden at gøre opmærksom på, at der kan være rimelige grunde til at antage, at han ikke vil være i stand til at levere eller få en anden erhvervsdrivende til at levere de pågældende eller tilsvarende produkter til den pågældende pris inden for en periode og i en mængde, som er rimelig i forhold til produktet, omfanget af den reklame, der er gjort for produktet, og den opgivne pris (bait advertising).
- 6) Den erhvervsdrivende opfordrer til køb af produkter til en bestemt pris, men
 - a) nægter at vise det averterede produkt for forbrugerne,

eller
 - b) nægter at tage imod bestilling af det eller levere det inden for et rimeligt tidsrum,

eller
 - c) fremviser en defekt udgave af det,

fordi han agter at promovere et andet produkt (bait and switch).
- 7) Det angives i modstrid med sandheden, at produktet kun vil være tilgængeligt i meget begrænset tid, eller at det kun vil være tilgængeligt på visse betingelser i meget begrænset tid, for at fremkalde en umiddelbar afgørelse og fratage forbrugerne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning.
- 8) Den erhvervsdrivende påtager sig at yde eftersalgsservice til en forbruger, med hvem han har kommunikeret forud for transaktionen på et sprog, som ikke er et officielt sprog i den medlemsstat, hvor den erhvervsdrivende er etableret, men yder kun en sådan service på et andet sprog uden tydeligt at have tilkendegivet dette over for forbrugeren, før denne forpligtede sig i forhold til transaktionen.
- 9) Det angives, eller der gives på anden måde indtryk af, at et produkt kan sælges lovligt, selv om dette ikke er tilfældet.
- 10) Rettigheder, som forbrugeren har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud.

▼B

- 11) Der anvendes redaktionelt indhold i medierne til at promovere produktet, hvor en erhvervsdrivende har betalt for en sådan reklame, uden at dette fremgår tydeligt af indholdet eller af billeder eller lyd, som tydeligt kan identificeres af forbrugeren. (Advertorial). Dette berører ikke direktiv 89/552/EØF ⁽¹⁾.

▼MI

- 11a) Levering af søgeresultater som svar på en forbrugers onlinesøgning uden tydelig oplysning om enhver form for betalt reklame eller betaling specifikt for at opnå højere rangordning af produkter i søgeresultaterne.

▼B

- 12) Der fremsættes en faktisk ukorrekt påstand vedrørende arten og omfanget af risikoen for forbrugeren eller dennes families personlige sikkerhed, hvis forbrugeren ikke køber produktet.
- 13) Der promoveres et produkt, der ligner et andet produkt fremstillet af en bestemt producent, på en sådan måde, at forbrugeren med overlæg forledes til at tro, at produktet er fremstillet af samme producent, uden at dette er tilfældet.
- 14) Etablering, drift eller promovning af en salgsfremmende pyramideordning, hvor forbrugeren erlægges et vederlag og til gengæld stilles kompensation i udsigt, som hovedsageligt er afhængig af, om han har introduceret andre for ordningen og i mindre grad af salg eller forbrug af produkter.
- 15) Det hævdes, at lukning af den erhvervsdrivendes virksomhed eller flytning til andre lokaler er forestående, selv om det ikke er tilfældet.
- 16) Det hævdes, at produkter kan gøre det lettere at vinde i hasardspil.
- 17) Det hævdes i modstrid med sandheden, at et produkt kan helbrede sygdomme, funktionsforstyrrelser eller misdannelser.
- 18) Der gives faktisk ukorrekte oplysninger om markedsvilkår eller om muligheden for at finde produktet med henblik på at få forbrugeren til at erhverve produktet på ringere vilkår end de normale markedsvilkår.
- 19) Det hævdes som led i handelspraksis, at der afholdes en konkurrence eller et salgsmæssigt med præmier, men uden de omtalte præmier eller andre rimeligt tilsvarende uddeles.
- 20) Et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selv om forbrugeren skal betale andet end de uundgåelige udgifter, der er forbundet med at reagere på den pågældende handelspraksis, samt afhentning eller betaling for levering af produktet.
- 21) I markedsføringsmaterialet indgår en faktura eller et lignende dokument, der opfordrer til betaling, og som giver forbrugeren indtryk af, at han allerede har bestilt det produkt, der markedsføres, selv om det ikke er tilfældet.
- 22) Den erhvervsdrivende, i modstrid med sandheden, hævder eller giver indtryk af, at han ikke handler som led i sit erhverv, sin forretning, sit håndværk eller sin profession, eller han, i modstrid med sandheden, udgiver sig for at være forbruger.
- 23) Der skabes det fejlagtige indtryk, at eftersalgsservicen i forbindelse med produktet er tilgængelig i en anden medlemsstat end den, hvor produktet sælges.

⁽¹⁾ Rådets direktiv 89/552/EØF af 3. oktober 1989 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af TV-radiospredningsvirksomhed (EFT L 298 af 17.10.1989, s. 23). Ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/36/EF (EFT L 202 af 30.7.1997, s. 60).

▼M1

- 23a) Videresalg til forbrugerne af billetter til arrangementer, hvis den erhvervsdrivende har erhvervet dem ved hjælp af automatiske midler til at omgå eventuelle pålagte begrænsninger for antallet af billetter, som en person kan købe, eller andre regler for køb af billetter.
- 23b) Angivelse af, at anmeldelser af et produkt er indsendt af forbrugere, som faktisk har anvendt eller købt produktet, uden at træffe rimelige og forholdsmæssige foranstaltninger til at sikre, at anmeldelsen stammer fra sådanne forbrugere.
- 23c) Indsendelse eller rekvirering fra anden juridisk eller fysisk person af falske forbrugeranmeldelser eller anprisninger eller forkert fremstilling af forbrugeranmeldelser eller sociale anprisninger for at fremme produkter.

▼B

Aggressiv handelspraksis

- 24) Forbrugeren bringes til at tro, at han ikke kan forlade lokalerne, før en kontrakt er indgået.
- 25) Der aflægges personlige besøg på forbrugers bopæl, uden at forbrugers ønske om, at den erhvervsdrivende skal forlade stedet eller blive væk, respekteres, idet der dog gælder en undtagelse for besøg med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning.
- 26) Der foretages vedholdende og uønskede henvendelser pr. telefon, telefax, e-mail eller andre fjernkommunikationsmedier, idet der dog gælder en undtagelse for henvendelser med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning. Dette berører ikke artikel 10 i direktiv 97/7/EF eller direktiv 95/46/EF ⁽¹⁾ og 2002/58/EF.
- 27) Den erhvervsdrivende kræver, at en forbruger, som ønsker at anmelde en fordring i henhold til en forsikringspolice, skal fremlægge dokumenter, som ikke med rimelighed kan anses for at være relevante i forhold til fordringens gyldighed, eller han systematisk undlader at svare på korrespondance vedrørende sagen, i den hensigt at afholde forbrugeren fra at udøve sine kontraktlige rettigheder.
- 28) En reklame opfordrer direkte børn til at købe eller til at overtale deres forældre eller andre voksne til at købe de produkter til dem, som reklamen vedrører. Denne bestemmelse berører ikke artikel 16 i direktiv 89/552/EØF om tv-radiospredningsvirksomhed.
- 29) Der afkræves omgående eller senere betaling for eller returnering eller oplagring af produkter, som den erhvervsdrivende har leveret, selv om forbrugeren ikke har anmodet herom, idet der dog gælder en undtagelse for erstatningsprodukter, der leveres i overensstemmelse med artikel 7, stk. 3, i direktiv 97/7/EF (levering uden forudgående anmodning).
- 30) Det meddeles udtrykkeligt forbrugeren, at hvis han ikke køber produktet eller tjenesteydelsen, vil den erhvervsdrivendes job eller levebrød være truet.
- 31) Der skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at der enten
- ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode,
 - eller
 - at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.

⁽¹⁾ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 95/46/EF af 24. oktober 1995 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger (EFT L 281 af 23.11.1995, s. 31). Ændret ved forordning (EF) nr. 1882/2003 (EUT L 284 af 31.10.2003, s. 1).

*BILAG II***FÆLLESSKABSRETLIGE BESTEMMELSER VEDRØRENDE
REKLAME OG KOMMERCIEL KOMMUNIKATION**

Artikel 4 og 5 i direktiv 97/7/EF

Artikel 3 i Rådets direktiv 90/314/EØF af 13. juni 1990 om pakkerejser, herunder pakkeferier og pakketure ⁽¹⁾

Artikel 3, stk. 3, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 94/47/EF af 26. oktober 1994 om beskyttelse af køber i forbindelse med visse aspekter ved kontrakter om brugsret til fast ejendom på timeshare-basis ⁽²⁾

Artikel 3, stk. 4, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/6/EF af 16. februar 1998 om forbrugerbeskyttelse i forbindelse med angivelse af priser på forbrugsvarer ⁽³⁾

Artikel 86-100 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/83/EF af 6. november 2001 om oprettelse af en fællesskabskodeks for humanmedicinske lægemidler ⁽⁴⁾

Artikel 5 og 6 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informations-samfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked (direktivet om elektronisk handel) ⁽⁵⁾

Artikel 1, litra d), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 98/7/EF af 16. februar 1998 om ændring af Rådets direktiv 87/102/EØF om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om forbrugerkredit ⁽⁶⁾

Artikel 3 og 4 i direktiv 2002/65/EF

Artikel 1, stk. 9, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/107/EF af 21. januar 2002 om ændring af Rådets direktiv 85/611/EØF om samordning af love og administrative bestemmelser om visse institutter for kollektiv investering i værdipapirer (investeringsinstitutter) med henblik på en regulering af administrationselskaber og forenklede prospekter ⁽⁷⁾

Artikel 12 og 13 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/92/EF af 9. december 2002 om forsikringsformidling ⁽⁸⁾

Artikel 36 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/83/EF af 5. november 2002 om livsforsikring ⁽⁹⁾

Artikel 19 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/39/EF af 21. april 2004 om markeder for finansielle instrumenter ⁽¹⁰⁾

⁽¹⁾ EFT L 158 af 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ EFT L 280 af 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ EFT L 80 af 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ EFT L 311 af 28.11.2001, s. 67. Senest ændret ved direktiv 2004/27/EF (EFT L 136 af 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ EFT L 178 af 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ EFT L 101 af 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ EFT L 41 af 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ EFT L 9 af 15.1.2003, s. 3.

⁽⁹⁾ EFT L 345 af 19.12.2002, s. 1. Ændret ved Rådets direktiv 2004/66/EF (EUT L 168 af 1.5.2004, s. 35).

⁽¹⁰⁾ EFT L 145 af 30.4.2004, s. 1.

▼B

Artikel 31 og 43 i Rådets direktiv 92/49/EØF af 18. juni 1992 om samordning af love og administrative bestemmelser vedrørende direkte forsikringsvirksomhed bortset fra livsforsikring ⁽¹⁾ (tredje skadesforsikringsdirektiv)

Artikel 5, 7 og 8 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2003/71/EF af 4. november 2003 om det prospekt, der skal offentliggøres, når værdipapirer udbydes til offentligheden eller optages til handel ⁽²⁾.

⁽¹⁾ EFT L 228 af 11.8.1992, s. 1. Senest ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/87/EF (EUT L 35 af 11.2.2003, s. 1).

⁽²⁾ EUT L 345 af 31.12.2003, s. 64.