

EUROOPA PARLAMENDI JA NÕUKOGU DIREKTIIV 2005/29/EÜ,

11. mai 2005,

mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul ning millega muudetakse nõukogu direktiivi 84/450/EMÜ, Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiive 97/7/EÜ, 98/27/EÜ ja 2002/65/EÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust (EÜ) nr 2006/2004 (ebausate kaubandustavade direktiiv)

(EMPs kohaldatav tekst)

EUROOPA PARLAMENT JA EUROOPA LIIDU NÕUKOGU,

võttes arvesse Euroopa Ühenduse asutamislepingut, eriti selle artiklit 95,

võttes arvesse komisjoni ettepanekut,

võttes arvesse Euroopa majandus- ja sotsiaalkomitee arvamust, ⁽¹⁾

toimides asutamislepingu artiklis 251 sätestatud korras ⁽²⁾

ning arvestades järgmist:

(1) Asutamislepingu artikli 153 lõige 1 ja lõike 3 punkt a näevad ette, et ühendus aitab kaasa kõrgetasemelise tarbijakaitse saavutamisele meetmetega, mida ta võtab vastavalt asutamislepingu artiklile 95.

(2) Vastavalt asutamislepingu artikli 14 lõikele 2 hõlmab siseturg sisepiirideta ala, mille ulatuses tagatakse kaupade ja teenuste vaba liikumine ning asutamisevabadus. Ausate kaubandustavade arendamine sisepiirideta alal on piiriülese kaubandustegevuse edendamisel äärmiselt oluline.

(3) Ebaausaid kaubandustavasid käsitlevad liikmesriikide õigusaktid erinevad üksteisest oluliselt, mis võib märgatavalt moonutada konkurentsi ning takistada siseturu tõrgeteta toimimist. Reklaami valdkonnas kehtestab nõukogu

10. septembri 1984. aasta direktiiv 84/450/EMÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta ⁽³⁾ miinimumkriteeriumid eksitava reklaami käsitlevate õigusaktide ühtlustamiseks, kuid ei takista liikmesriike säilitamast või vastu võtmast tarbijatele ulatuslikumat kaitset pakkuvaid meetmeid. Selle tulemusena erinevad liikmesriikide eksitava reklaami alased sätted üksteisest märkimisväärselt.

(4) Need erinevused põhjustavad ebakindlust siseriiklike eeskirjade kohaldamise osas tarbijate majandushuve kahjustavate ebausate kaubandustavade suhtes, ning tekitavad ettevõtjaid ja tarbijaid mõjutavaid mitmeid tõkkeid. Kõnealused tõkked suurendavad ettevõtete kulutusi siseturu vabaduste kasutamisel, eelkõige juhul kui ettevõtted soovivad tegeleda piiriülese turustamise, reklaamikampaaniate ning müügi edendamisega. Samuti muudavad sellised tõkked tarbijad ebakindlaks oma õiguste suhtes ning vähendavad nende usaldust siseturu vastu.

(5) Ühtsete eeskirjade puudumisel ühenduse tasandil saaks takistusi piiriülesele kaupade ja teenuste vabale liikumisele ning asutamisevabadusele põhjendada Euroopa Ühenduste Kohtu kohtupraktikaga niivõrd, kui takistustega püütakse kaitsta tunnustatud avalike huvide eesmarke ja kui nad on nimetatud eesmärkidega vastavuses. Pidades silmas asutamislepingu ja ühenduse teiseste õigusaktide liikumisvabadust käsitlevates sätetes ette nähtud ühenduse eesmarke ning vastavalt komisjoni komertsteadaannete poliitikale, nagu osutatud komisjoni teadaandes "Järg rohelisele raamatule siseturu komertsteadaannete kohta", tuleks kõnealused takistused kõrvaldada. Need takistused saab kõrvaldada üksnes ühenduse tasandil ühtsete eeskirjade kehtestamisega, mis tagavad tarbijakaitse kõrge taseme, ning täpsustades ühenduse tasandil teatavaid õiguslikke printsiipe määral, mida on vaja siseturu nõuetekohaseks toimimiseks ja õiguskindluse nõude täitmiseks.

⁽¹⁾ ELT C 108, 30.4.2004, lk 81.

⁽²⁾ Euroopa Parlamendi 20. aprilli 2004. aasta arvamuse (ELT C 104 E, 30.4.2004, lk 260), nõukogu 15. novembri 2004. aasta ühine seisukoht (ELT C 38 E, 15.2.2005, lk 1), Euroopa Parlamendi 24. veebruari 2005. aasta seisukoht (Euroopa Liidu Teatajas seni avaldamata) ja nõukogu 12. aprilli 2005. aasta otsus.

⁽³⁾ EÜT L 250, 19.9.1984, lk 17. Direktiivi on muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 97/55/EÜ (EÜT L 290, 23.10.1997, lk 18).

- (6) Seega ühtlustab käesolev direktiiv liikmesriikide õigusaktid, mis käsitlevad ebaausaid kaubandustavasid, sealhulgas ebaausat reklaami, mis kahjustavad otseselt tarbijate majandushuve ja seeläbi kaudselt seaduskuulekate konkurentide majandushuve. Vastavalt proportsionaalsuse põhimõttele kaitseb käesolev direktiiv tarbijaid kõnealuste ebaausate kaubandustavade oluliste tagajärgede eest, kuid tunnustab, et teatud juhtudel võib nende mõju olla tarbijatele tühine. Direktiiv ei hõlma ega mõjuta siseriiklikke õigusakte, mis käsitlevad ebaausaid kaubandustavasid, mis kahjustavad ainult konkurentide majandushuve või mis on seotud ettevõtjatevaheliste tehingutega; võttes täies ulatuses arvesse subsidiaarsuspõhimõtet, saavad liikmesriigid soovi korral neid tavasid kooskõlas ühenduse õigusega jätkuvalt reguleerida. Samuti ei hõlma ega mõjuta käesolev direktiiv direktiivi 84/450/EMÜ sätteid, mis käsitlevad ettevõtjaid, kuid mitte tarbijaid eksitavat reklaami ning võrdlevat reklaami. Samuti ei mõjuta käesolev direktiiv tunnustatud reklaami- ega turustustavasid, näiteks õiguspärasest tootepaigutusest, kaubamärgi eristamisest või stiimulite pakkumisest, mis võivad õiguspäraselt mõjutada tarbijate ettekujutust toodetest ning mõjutada tarbijate käitumist, kahjustamata nende võimet teha teadlikke valikuid.
- (7) Käesolev direktiiv käsitleb kaubandustavasid, mis on otseselt seotud tarbija poolt toodete suhtes tehtavate tehinguotsuste mõjutamisega. See ei käsitle kaubandustavasid, mida järgitakse eelkõige muudel eesmärkidel, sealhulgas seoses investoritele mõeldud kommertsteadaannetega, näiteks aastaaruannete ja ettevõtte reklaamväljaannetega. Direktiiv ei käsitle maitse ja moraalinormidega seotud õiguslikke nõudeid, mis on liikmesriigiti väga erinevad. Teatavad kaubandustavad, näiteks tänaval inimestele müügipakkumiste tegemine, võivad kultuurilistel põhjustel olla liikmesriikides soovimatud. Liikmesriikidele peaks seetõttu jääma võimalus vastavalt ühenduse õigusele jätkuvalt keelustada kaubandustavasid oma territooriumil maitsest ja moraalinormidest tulenevatel põhjustel isegi juhul, kui sellised tavad ei piira tarbijate valikuvabadust. Käesoleva direktiivi, eriti selle üldklauslite kohaldamisel tuleks asjaomase üksikjuhtumi konteksti täielikult arvesse võtta.
- (8) Käesolev direktiiv kaitseb otseselt tarbijate majandushuve ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausate kaubandustavade eest. Sellega kaitseb direktiiv kaudselt ka seaduskuulekaid ettevõtjaid konkurentide eest, kes käesolevas direktiivis sätestatud eeskirju ei järgi, ning garanteerib seega direktiiviga ühtlustatud valdkonnas ausa konkurentsi. Endastmõistetavalt on muid kaubandustavasid, mis kahjustamata tarbijaid, võivad tekitada kahju konkurentidele ning äriklientidele. Komisjon peaks hoolikalt uurima vajadust ühenduse meetmete järele väljapoole käesoleva direktiivi reguleerimisala jääva ebaausa konkurentsi valdkonnas ja tegema vajadusel seadusandliku ettepaneku nende ebaausa konkurentsi muude aspektide käsitlemiseks.
- (9) Käesolev direktiiv ei piira ebaausa kaubandustava tõttu kahju kannatanud üksikisikute poolt hagi esitamist. Samuti ei piira see lepinguõigust, intellektuaalomandi õigust, toodete tervisekaitse- ja ohutusnõudeid, asutamistingimusi ja lubade andmise korda käsitlevate ühenduse ja siseriiklike eeskirjade, sealhulgas vastavalt ühenduse õigusele hasartmänge käsitlevate eeskirjade ning ühenduse konkurentsi-eeskirjade ja nende siseriiklike rakendussätete kohaldamist. Seega saavad liikmesriigid sõltumata ettevõtja asukohast tarbijate ohutuse ja tervisekaitse eesmärgil oma territooriumil säilitada või kehtestada kaubandustavade piiranguid ja keelde näiteks alkoholi, tubaka või ravimite suhtes. Finantsteenuste ja kinnisvara puhul on nende kompleksuse ja nendega kaasneva suure riski tõttu vajalikud üksikasjalikud nõuded, sealhulgas ettevõtjate positiivsed kohustused. Sel põhjusel ei piira käesolev direktiiv liikmesriikide õigust kaitsta tarbijate majandushuve finantsteenuste ja kinnisvara valdkonnas käesoleva direktiivi sätetes ettenähtust ulatuslikumalt. Käesoleva direktiiviga ei ole asjakohane reguleerida väärismetallist toodete sisalduse tõendamist ja märkimist.
- (10) Tuleb tagada käesoleva direktiivi ja kehtiva ühenduse õiguse ühtsus, eelkõige juhul, kui üksikasjalikke ebaausaid kaubandustavasid käsitlevaid sätteid kohaldatakse konkreetsete valdkondade suhtes. Seetõttu muudetakse käesoleva direktiiviga direktiivi 84/450/EMÜ, Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. mai 1997. aasta direktiivi 97/7/EÜ tarbijakaitse kohta seoses kauglepingutega, ⁽¹⁾ Euroopa Parlamendi ja nõukogu 19. mai 1998. aasta direktiivi 98/27/EÜ tarbijate huve kaitsvate ettekirjutuste kohta ⁽²⁾ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 23. septembri 2002. aasta direktiivi 2002/65/EÜ, milles käsitletakse tarbijale suunatud finantsteenuste kaugturustust ⁽³⁾. Seepärast kohaldatakse käesolevat direktiivi ainult juhul, kui puuduvad ühenduse õiguse erisätted, millega reguleeritakse ebaausate kaubandustavade teatavaid aspekte, näiteks

⁽¹⁾ EÜT L 144, 4.6.1997, lk 19. Direktiivi on muudetud direktiiviga 2002/65/EÜ (EÜT L 271, 9.10.2002, lk 16).

⁽²⁾ EÜT L 166, 11.6.1998, lk 51. Direktiivi on viimati muudetud direktiiviga 2002/65/EÜ.

⁽³⁾ EÜT L 271, 9.10.2002, lk 16.

esitatavaid nõudeid ja tarbijale teabe esitamise viisi käsitlevaid eeskirju. Direktiiv tagab tarbijakaitse juhul, kui ühenduse tasandil puuduvad üksikasjalikud valdkondlikud õigusaktid ning keelab ettevõtjatel luua valet muljet toodete olemusest. See on eriti oluline komplekssete, tarbijatele kõrge riskiastmega toodete puhul, näiteks teatavate finantsteenustest toodete puhul. Seega täiendab käesolev direktiiv ühenduse *acquis*'d, mida kohaldatakse tarbijate majandushuve kahjustavate kaubandustavade suhtes.

- (11) Käesoleva direktiivi abil siseriiklike õigusnormide ühtlustamisega saavutatud lähenemise kõrge tase tagab tarbijakaitse ühtse kõrge taseme. Käesoleva direktiiviga kehtestatakse tarbijate majanduskäitumist moonutavate ebaausate kaubandustavade ühtne üldine keeld. Direktiiv sätestab ka eeskirjad agressiivsete kaubandustavade kohta, mis ei ole hetkel ühenduse tasandil reguleeritud.

- (12) Ühtlustamine suurendab tunduvalt nii tarbijate kui ettevõtjate õiguskindlust. Nii tarbijad kui ettevõtjad saavad lähendada ühtset, selgelt määratletud õiguslikel printsiipidel rajanevat regulatiivraamistikust, mis reguleerib ebaausate kaubandustavade kõiki aspekte kogu ELis. Selle tulemusena kõrvaldatakse tarbijate majandushuve kahjustavaid ebaausaid kaubandustavasid käsitlevate eeskirjade killustatusest tulenevad tõkked ja see võimaldab kõnealusel alal rajada siseturu.

- (13) Ühenduse eesmärkide saavutamiseks siseturu tõkete eemaldamise kaudu tuleb liikmesriikide kehtivad, üksteisest erinevad üldklauslid ja õiguslikud printsiibid asendada. Käesoleva direktiiviga kehtestatud ühtne üldine keeld hõlmab seetõttu tarbijate majanduskäitumist moonutavaid kaubandustavasid. Tarbijate usalduse suurendamiseks tuleks nimetatud üldist keeldu kohaldada võrdselt nii väljaspool ettevõtja ja tarbija vahelist lepingulist suhet järgitavate ebaausate kaubandustavade suhtes kui pärast lepingu sõlmimist ja lepingu täitmise ajal järgitavate ebaausate kaubandustavade suhtes. Üldist keeldu täpsustatakse eeskirjadega enimlevinud kahte tüüpi kaubandustavade kohta, nimelt eksitavate kaubandustavade ja agressiivsete kaubandustavade kohta.

- (14) On soovitatav, et eksitavad kaubandustavad hõlmaksid neid tavasid, sealhulgas eksitavat reklaami, mis tarbijat eksitusse viies takistavad teda tegemast teadlikke ja seega tõhusaid

valikuid. Kooskõlas eksitavat reklaami käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ja tavadega liigitab käesolev direktiiv eksitavad tavad eksitavaks tegevuseks ja eksitavaks tegevusetuseks. Tegevusetuse osas sätestab käesolev direktiiv piiratud hulga olulist teavet, mida tarbija vajab teadlike tehinguotsuste tegemiseks. Sellist teavet ei pea avaldama kõigis reklaamides, vaid ainult juhul, kui ettevõtja teeb ostukutse, mis on käesolevas direktiivis selgelt määratletud mõiste. Käesoleva direktiiviga võetud täieliku ühtlustamise lähenemisviisi ei takista liikmesriike sätestamast siseriiklikes õigusaktides konkreetsete toodete, näiteks kollektsiooniesemete või elektrikaupade, põhiomadusi, millest mitteteavitamist ostukutse tegemisel loetakse oluliseks. Käesoleva direktiivi eesmärgiks ei ole vähendada tarbijate valikuid, keelates muude toodetega sarnanevate toodete reklaami, välja arvatud juhul, kui nimetatud sarnasus tekitab tarbijates segadust toote kaubandusliku päritolu osas ja on seetõttu eksitav. Käesolev direktiiv ei tohiks piirata kehiva ühenduse õiguse kohaldamist, mis näeb liikmesriikidele kaubandustavade osas selgelt ette valiku tarbijakaitse mitme reguleerimismeetme vahel. Eelkõige ei piira käesolev direktiiv Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. juuli 2002. aasta direktiivi 2002/58/EÜ, milles käsitletakse isikuandmete töötlemist ja eraelu puutumatuset elektронilise side sektoris, ⁽¹⁾ artikli 13 lõike 3 kohaldamist.

- (15) Kui ühenduse õigusaktides on sätestatud kommertsteadaannete, reklaami ning turustamisega seotud teabele esitatavad nõuded, siis loetakse kõnealust teavet käesoleva direktiivi alusel oluliseks. Liikmesriigid saavad säilitada teabele esitatavad nõuded, mis on seotud lepinguõigusega või lepinguõiguslike tagajärgedega, või neid lisada, kui see on lubatud kehtivate ühenduse õigusaktide miinimumklauslitaga. Selliste *acquis*'s sisalduvate teabele esitatavate nõuete mittetäielik nimekirj on II lisas. Arvestades käesoleva direktiiviga võetud täieliku ühtlustamise lähenemisviisi, loetakse käesoleva direktiivi artikli 7 lõike 5 tähenduses oluliseks ainult ühenduse õigusaktide kohaselt nõutavat teavet, ühenduse õigusaktide miinimumklauslite alusel liikmesriikide poolt kehtestatud teabele esitatavate nõuete väljajätmine ei tähenda eksitavat tegevusetust käesoleva direktiivi alusel. Seevastu saavad liikmesriigid, kui seda lubavad ühenduse õigusaktide miinimumklauslid, kooskõlas ühenduse õigusaktidega säilitada või kehtestada rangemaid sätteid, et tagada tarbijate individuaalsete lepinguliste õiguste kaitse kõrgem tase.

⁽¹⁾ EÜT L 201, 31.7.2002, lk 37.

- (16) Agressiivseid kaubandustavasid käsitlevad sätted peaksid hõlmama neid tavasid, mis märkimisväärselt piiravad tarbijate valikuvabadust. Nende hulka kuuluvad tavad, mis hõlmavad ahistamist, sundi, sealhulgas füüsilise jõu kasutamist, ja liigset mõjutamist.
- (17) Suurema õiguskindluse tagamiseks on soovitatav määratleda need kaubandustavad, mis on ebaausad kõigil tingimustel. Seepärast on I lisas selliste tavade täielik nimekiri. Need on ainukesed kaubandustavad, mida võib lugeda ebaausateks, hindamata iga üksikjuhtumi vastavust artiklite 5–9 sätetele. Seda nimekirja saab muuta ainult käesolevat direktiivi läbi vaadates.
- (18) Kõiki tarbijaid tuleks kaitsta ebaausate kaubandustavade eest; Euroopa Kohus on alates direktiivi 84/450/EMÜ jõustamisest pidanud reklaamialaste kohtuasjade lahendamisel vajalikuks uurida mõju kujuteldavale tüüpilisele tarbijale. Vastavalt proportsionaalsuse põhimõttele ning võimaldamaks selles sisalduvate kaitsemehhanismide tõhusat rakendamist võtab käesolev direktiiv võrdluse aluseks mõõdukalt teavet omava ja mõõdukalt tähelepaneliku ning ettevaatliku keskmise tarbija vastavalt Euroopa Kohtu tõlgendusele, võttes samuti arvesse sotsiaalseid, kultuurilisi ja lingvistilisi näitajaid; kuid hõlmab samuti sätteid, millega välditakse nende tarbijate ärakasutamist, kes neile iseloomulike omaduste tõttu on iseäranis kahjustatavad ebaausate kaubandustavade tõttu. Kui kaubandustava on suunatud teatavale tarbijarühmale, näiteks lastele, on soovitatav, et hinnataks kaubandustava mõju selle rühma keskmisele liikmele. Seega tuleks nende kaubandustavade nimekirja, mis loetakse ebaausateks kõigil tingimustel, lisada lapsi otsese ostusurve eest kaitsev säte, samas täielikult keelamata lastele suunatud reklaami. Keskmise tarbija test ei ole statistiline test. Siseriiklikud kohtud või asutused peavad iga juhtumi puhul kasutama keskmise tarbija tüüpilise reaktsiooni kindlaksmääramisel oma otsustusvõimet, võttes arvesse Euroopa Kohtu kohtupraktikat.
- (19) Kui tarbijad on neile teatud iseloomulike omaduste, näiteks vanuse, füüsilise või vaimse puude või kergeusklikkuse tõttu eriti vastuvõtlikud kaubandustava või sellega seotud toote suhtes, ning kui nimetatud tava järgides moonutatakse tõenäoliselt ainult selliste tarbijate majanduskäitumist viisil, mida ettevõtja võib õigustatult ette näha, tuleks tagada nende tarbijate piisav kaitse, hinnates selleks kaubandustava mõju kõnealuse tarbijarühma keskmisele liikmele.
- (20) On vaja näha ette käitumiskoodeksid, mis võimaldavad ettevõtjatel käesoleva direktiivi põhimõtteid konkreetsetes majandusvaldkondades tõhusalt rakendada. Valdkondades, kus on kehtestatud ettevõtjate käitumist reguleerivad kohustuslikud erinõuded, on asjakohane, et need kajastaksid ka vastava valdkonna ametialase hoolikuse nõudeid. Käitumiskoodeksite omanike poolt ebaausate kaubandustavade kõrvaldamiseks siseriiklikul või ühenduse tasandil teostatava kontrolliga võib vältida vajadust haldus- või kohtumenetluse järele ning seepärast tuleks seda toetada. Tarbijakaitse kõrge taseme saavutamise eesmärgil võiks käitumiskoodeksitest teavitada ning nende koostamisse kaasata tarbijaorganisatsioone.
- (21) Isikute ja organisatsioonide, kellel on vastavalt siseriiklikele õigusaktidele küsimuse vastu õigustatud huvi, käsutuses peavad olema õiguskaitsevahendid menetluse algatamiseks ebaausate kaubandustavade vastu kas kohtus või sellises haldusasutuses, kes on pädev kaebuste üle otsustama või asjakohast kohtumenetlust algatama. Tõendamiskohustus määratakse kindlaks siseriikliku õiguse alusel, kuid kohtutel ja haldusasutustel tuleks võimaldada nõuda ettevõtjatel teendite esitamist nende poolt esitatud faktiliste väidete õigsuse kohta.
- (22) Liikmesriikidel tuleb kehtestada karistused käesoleva direktiivi sätete rikkumiste eest ja tagada nende jõustamine. Need karistused peavad olema tõhusad, proportsionaalsed ja hoiatavad.
- (23) Kuna käesoleva direktiivi eesmärke – kõrvaldada siseturu toimimise tõkked, milleks on siseriiklikud ebaausaid kaubandustavasid käsitlevad õigusaktid, ning tagada ühtne kõrge tarbijakaitse tase liikmesriikide ebaausaid kaubandustavasid käsitlevate õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kaudu – ei ole võimalik piisaval määral saavutada liikmesriikide tasandil ja need on seega paremini saavutatavad ühenduse tasandil, võib ühenduse vastu võtta meetmeid vastavalt asutamislepingu artiklis 5 sätestatud subsidiaarsuspõhimõttele. Vastavalt nimetatud artiklis sätestatud proportsionaalsuspõhimõttele ei lähe käesolev direktiiv kaugemale sellest, mis on vajalik siseturu toimimise tõkete kõrvaldamiseks ja ühtse kõrge tarbijakaitse taseme saavutamiseks.
- (24) Selleks et tagada siseturu toimimise tõkete kõrvaldamine ja tarbijakaitse kõrge taseme saavutamine, tuleks käesolev direktiiv uuesti läbi vaadata. Läbivaatamise tulemusena võib komisjon koostada ettepaneku käesoleva direktiivi muutmiseks, mis võib sisaldada artikli 3 lõikes 5 sätestatud erandi piiratud pikendamist ja/või muudatusi muudes

tarbijakaitset käsitlevates õigusaktides, mis kajastavad komisjoni tarbijapoliitika strateegiaga võetud kohustust kehtiv *acquis* ühtse kõrge tarbijakaitse taseme saavutamiseks läbi vaadata.

- (25) Käesolevas direktiivis austatakse põhiõigusi ja peetakse kinni iseäranis Euroopa Liidu põhiõiguste hartaga tunnustatud põhimõtetest,

ON VASTU VÕTNUD KÄESOLEVA DIREKTIIVI:

1. PEATÜKK

ÜLDSÄTTED

Artikkel 1

Eesmärk

Käesoleva direktiivi eesmärk on aidata kaasa siseturu nõuetekohasele toimimisele ja tarbijakaitse kõrge taseme saavutamisele, lähendades tarbijate majandushuve kahjustavad ebaausaid kaubandustavasid käsitlevad liikmesriikide õigus- ja haldusnormid.

Artikkel 2

Mõisted

Käesolevas direktiivis kasutatakse järgmisi mõisteid:

- a) *tarbija* – füüsiline isik, kes käesoleva direktiiviga hõlmatud kaubandustavade raames tegutseb eesmärkidel, mis ei ole seotud tema kaubandus-, majandus-, käsitöö- ega kutsetegevusega;
- b) *ettevõtja* – füüsiline või juriidiline isik, kes käesoleva direktiiviga hõlmatud kaubandustavade raames tegutseb eesmärkidel, mis on seotud tema kaubandus-, majandus-, käsitöö- või kutsetegevusega, ning ettevõtja nimel või huvides tegutsev isik;
- c) *toode* – kaubad või teenused, sealhulgas kinnisvara ning õigus- ja kohustused;
- d) *ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud kaubandustavad* (edaspidi ka *kaubandustavad*) – ettevõtjapoolne tegevus, tegevusetus, teguviis või esitusviis, kommertstedaanne, sealhulgas reklaam ja turustamine, mis on otseselt seotud toote reklaamimise, müügi või tarnimisega tarbijatele;
- e) *tarbijate majanduskäitumise oluline moonutamine* – kaubandustava järgimine eesmärgiga märgatavalt kahjustada tarbijate võimet teha teadlikke valikuid, pannes tarbija seetõttu tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud;
- f) *käitumiskodeks* – liikmesriikide õigus- või haldusnormidega kehtestamata kokkulepe või eeskirjade kogum, milles on määratletud nende ettevõtjate käitumine, kes kohustuvad seda käitumiskodeksit ühe või mitme konkreetse kaubandustava või ettevõtlusvaldkonna osas järgima;
- g) *käitumiskodeksi omanik* – üksus, sealhulgas ettevõtja või ettevõtjate grupp, kes vastutab käitumiskodeksi koostamise ja läbivaatamise eest ja/või kontrollib käitumiskodeksi täitmist seda järgima kohustunud isikute poolt;
- h) *ametialane hoolikus* – erioskuste tase ja hoolikus, mille kasutamist tarbijate suhtes võib ettevõtjalt õigustatult eeldada, ja mis on vastavuses ausate kaubandustavade ja/või hea usu üldpõhimõttega ettevõtja tegevusalal;
- i) *ostukutse* – kommertstedaanne, milles on nimetatud toote omadused ja hind kommertstedaande edastamisvahendile kohasel viisil ja mis seega võimaldab tarbijal ostu sooritada;
- j) *liigne mõjutamine* – tarbija suhtes jõupositsiooni ärakasutamise surve avaldamiseks (sealhulgas kasutamata füüsilist jõudu või ähvardamata seda kasutada) viisil, mis märkimisväärselt piirab tarbija võimet teha teadlikke valikuid;
- k) *tehinguotsus* – tarbija mis tahes otsus selle kohta, kas, kuidas ja millistel tingimustel ostu sooritada, kas selle eest täies ulatuses või osadena maksta, toode endale jätta või sellest loobuda või toote suhtes lepingujärgseid õigusi kasutada ning selle kohta, kas tarbija otsustab tegutseda või tegutsemisest hoiduda;
- l) *reguleeritud kutseala* – kutsetegevus või grupp kutsetegevusi, millele juurdepääsu või millel tegutsemise või millel tegutsemise viisidest ühe otseseks või kaudseks tingimuseks on kindla kutsevalifikatsiooni omamine vastavalt õigus- või haldusnormidele.

Artikkel 3
Reguleerimisala

1. Käesolevat direktiivi kohaldatakse artiklis 5 sätestatud ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausate kaubandustavade suhtes enne ja pärast tootega seonduva äritehingu sõlmimist ja selle ajal.

2. Käesolev direktiiv ei piira lepinguõiguse kohaldamist ja eelkõige lepingu kehtivust, koostamist ja mõju käsitlevate eeskirjade kohaldamist.

3. Käesolev direktiiv ei piira toodete tervisekaitse- ja ohutusnõudeid käsitlevate ühenduse või siseriiklike eeskirjade kohaldamist.

4. Kui käesoleva direktiivi sätted on vastuolus ebaausate kaubandustavade konkreetseid aspekte reguleerivate muude ühenduse eeskirjadega, siis on viimati nimetatud eeskirjad ülimuslikud ning neid kohaldatakse kõnealuste konkreetsete aspektide suhtes.

5. Kuue aasta jooksul alates 12.6.2007 saavad liikmesriigid käesoleva direktiiviga ühtlustatavas valdkonnas jätkuvalt kohaldada siseriiklike õigusnorme, mis on käesolevast direktiivist rangemad või üksikasjalikumad ning millega rakendatakse minimaalse ühtlustamise klausleid sisaldavaid direktiive. Kõnealused meetmed peavad tagama, et tarbijad on piisavalt kaitstud ebaausate kaubandustavade eest ning need peavad olema proportsionaalsed kõnealuse eesmärgi saavutamiseks. Artiklis 18 nimetatud läbivaatamine võib vajaduse korral sisaldada ettepanekut käesoleva erandi pikendamiseks täiendavaks piiratud perioodiks.

6. Liikmesriigid teatavad komisjonile viivitamata lõike 5 alusel kohaldatud siseriiklikest sätetest.

7. Käesolev direktiiv ei piira kohtute pädevust kindlaksmääravate eeskirjade kohaldamist.

8. Käesolev direktiiv ei piira asutamistingimuste või lubade andmise kordade või deontoloogiliste käitumiskoodeksite või muude reguleeritud kutsealadele kehtestatud erireeglite, mille eesmärk on tagada kutsealade esindajate usaldusväarsuse kõrge tase, kohaldamist, mida liikmesriigid võivad vastavalt ühenduse õigusele kutsealade esindajatele kehtestada.

9. Direktiivis 2002/65/EÜ määratletud "finantsteenuste" ja kinnisvara suhtes võivad liikmesriigid käesoleva direktiiviga ühtlustatavas valdkonnas kehtestada sellest rangemaid või üksikasjalikumaid nõudeid.

10. Käesolevat direktiivi ei kohaldata liikmesriikide nende õigus- ja haldusnormide kohaldamise suhtes, mis käsitlevad väärismetalltoodete väärismetalli proovi tõendamist ja märkimist.

Artikkel 4

Siseturg

Liikmesriigid ei piira teenuste osutamise vabadust ega kaupade vaba liikumist käesoleva direktiiviga lähendatava valdkonnaga seotud põhjustel.

2. PEATÜKK

EBAAUSAD KAUBANDUSTAVAD

Artikkel 5

Ebaausate kaubandustavade keeld

1. Ebaausad kaubandustavad on keelatud.

2. Kaubandustava on ebaaus, kui see:

a) on vastuolus ametialase hoolikuse nõuetega

ja

b) seoses mingi tootega moonutab oluliselt või tõenäoliselt moonutab oluliselt selle keskmise tarbija majanduskäitumist, kes tootega kokku puutub või kellele see on suunatud, või tarbijarühma keskmise liikme majanduskäitumist, kui kaubandustava on suunatud teatavale tarbijarühmale.

3. Kaubandustavasid, mis tõenäoliselt moonutavad oluliselt ainult selliste selgesti eristatavate tarbijarühmade majanduskäitumist, kes oma vaimse või füüsilise puude, vanuse või kergeusklikkuse tõttu on eriti vastuvõtlikud kaubandustava või sellega seotud toote suhtes viisil, mille ettenägemist võib ettevõtjalt õigustatult eeldada, hinnatakse lähtudes selle mõjust kõnealuse tarbijarühma keskmisele liikmele. See ei piira üldist ja seaduslikku reklaamitava esitada liialdavaid väiteid või väiteid, mida ei tule võtta sõna-sõnalt.

4. Eelkõige on ebaausad need kaubandustavad, mis:

a) on eksitavad vastavalt artiklitele 6 ja 7

või

b) on agressiivsed vastavalt artiklitele 8 ja 9.

5. I lisas on selliste kaubandustavade nimekiri, mida loetakse ebaausateks kõigil tingimustel. Kõikides liikmesriikides kohaldatakse sama ühtset nimekirja ja seda saab muuta ainult käesolevat direktiivi läbi vaadates.

1. Jagu

Eksitavad kaubandustavad

Artikkel 6

Eksitav tegevus

1. Kaubandustava loetakse eksitavaks, kui see sisaldab valeandmeid ja on seetõttu ebaõige või muul moel, sealhulgas oma üldise esitusviisi tõttu, petab või tõenäoliselt petab keskmist tarbijat ühe või mitme alltoodud punkti osas, isegi kui teave on faktiliselt õige, ning kui see mõlemal juhul paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muud ei oleks teinud:

a) toote olemasolu või olemus;

b) toote põhiomadused, näiteks selle kättesaadavus, sellest tulenev kasu või sellega kaasnevad riskid, toote teostus, koostis, juurdekuluvad lisandid, müügijärgne klienditeenindus ja kaebuste lahendamine, valmistamise või varumise viis ja kuu-päev, kättetoimetamine, sobivus ettenähtud otstarbeks, kasutamine, kogus, toote kirjeldus, geograafiline või kaubanduslik päritolu või toote kasutamise oodatavad tulemused või tootega seotud katsete või kontrollimiste tulemused ja olulised tunnused;

c) ettevõtja kohustuste ulatus, kaubandustava motiivid ja müügiprotsessi laad ning mis tahes avaldus või sümbol, mis on seotud otsese või kaudse sponsoriga või ettevõtja või toote tunnustamisega;

d) hind või hinna arvutamise viis või konkreetse hinnaeelise olemasolu;

e) hoolduse, varuosade, asendamise või parandamise vajadus;

f) ettevõtja või tema esindaja olemus, tema tunnused ja õigused, näiteks tema isik ja varad, kvalifikatsioon, staatus, tunnustamine, sidusus või seotus ja tööstus-, kaubandus- või intellektuaalomandi õigused või saadud auhinnad ja tunnustused;

g) tarbija õigused, sealhulgas õigus ümbervahetamisele või hüvitusele vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25. mai 1999. aasta direktiivile 1999/44/EÜ tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide teatavate aspektide kohta, ⁽¹⁾ või tema võimalikud riskid.

2. Kaubandustava loetakse samuti eksitavaks, kui see konkreetses olukorras, võttes arvesse kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid, paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud, ning see hõlmab:

a) toote turustamist, sealhulgas võrdlevat reklaami, mis tekitab segadust seoses konkurendi toodete, kaubamärkide, ärinimedega või muude eristatavate tunnustega;

b) käitumiskoodeksites, mida ettevõtja on kohustunud järgima, sisalduvate kohustuste mittetäitmist ettevõtja poolt, kui:

i) kohustus ei ole püüdluslik, vaid on kindel ja selle täitmist on võimalik kindlaks teha ning

ii) ettevõtja viitab kaubandustava järgides, et ta on seotud käitumiskoodeksiga.

Artikkel 7

Eksitav tegevusetus

1. Kaubandustava loetakse eksitavaks, kui see konkreetses olukorras, võttes arvesse kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid ning kommunikatsioonivahendiga seotud piiranguid, jätab välja olulise teabe, mida keskmise tarbija antud olukorras vajab teadliku tehinguotsuse tegemiseks ja seega paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks.

⁽¹⁾ EÜT L 171, 7.7.1999, lk 12.

2. Eksitavaks tegevusetuseks loetakse samuti seda, kui ettevõtja, võttes arvesse lõikes 1 kirjeldatud asjaolusid, varjab selles lõikes nimetatud olulist teavet või esitab seda ebaselgelt, arusaamatult, mitmetähenduslikult või ebaõigel ajal või ei määratle kaubandustava kaubanduslikku eesmärki, kui see ei ilmne juba kontekstist, ja juhul, kui see paneb või tõenäoliselt paneb keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei oleks teinud.

3. Kui kaubandustava järgimisel kasutatav kommunikatsioonivahend seab ruumilisi või ajalisi piiranguid, siis võetakse teabe väljajätmise üle otsustamisel arvesse nimetatud piiranguid ning meetmeid, mida ettevõtja on võtnud, et kõnealune teave tarbijale muul viisil kättesaadavaks teha.

4. Ostukutse puhul loetakse oluliseks alljärgnev teave, kui see ei ilmne juba kontekstist:

- a) toote põhiomadused kommunikatsioonivahendile ja tootele kohases ulatuses;
- b) ettevõtja geograafiline aadress ja isik, näiteks tema ärinimi, ja vajadusel selle ettevõtja geograafiline aadress ja isik, kelle huvides ta tegutseb;
- c) hind koos maksudega või juhul, kui toote olemusest tulenevalt ei ole hinda põhjendatult võimalik eelnevalt arvutada, hinna arvutamise viis ning vajadusel täiendavad veo-, kohaletoimetamise või postikulud või, kui neid kulusid ei ole põhjendatult võimalik eelnevalt arvutada, teave selle kohta, et võidakse nõuda selliste täiendavate kulude tasumist;
- d) maksmise, kohaletoimetamise, täitmise ja kaebuste lahendamise kord, kui see erineb ametialase hoolikuse nõuetest;
- e) toodete või tehingute puhul, mida on võimalik üles öelda või millest taganeda, sellise õiguse olemasolu.

5. Oluliseks loetakse kommertsteadaannetega, sealhulgas reklaami või turustamisega seotud teabele esitatavad ühenduse õigusaktidega kehtestatud nõuded, mille mittetäielik nimekiri on II lisas.

2. Jagu

Agressiivsed kaubandustavad

Artikkel 8

Agressiivsed kaubandustavad

Kaubandustava loetakse agressiivseks, kui see konkreetses olukorras, võttes arvesse kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid, ahistamise, sunni, sealhulgas füüsilise jõu kasutamise, või liigse mõjutamise kaudu kahjustab märkimisväärselt või tõenäoliselt kahjustab märkimisväärselt keskmise tarbija valikuvabadust või käitumist toote suhtes ning paneb või tõenäoliselt paneb ta seetõttu tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks.

Artikkel 9

Ahistamise, sunni ja liigse mõjutamise kasutamine

Otsustades, kas kaubandustava raames kasutatakse ahistamist, sunni, sealhulgas füüsilist jõudu, või liigset mõjutamist, võetakse arvesse:

- a) selle ajastust, asukohta, olemust või pealekäivust;
- b) ähvardava või solvava keelekasutuse või käitumise kasutamist;
- c) tarbija otsustusvõimet kahjustava tõsise õnnetusjuhtumi või eriliste asjaolude ärakasutamist ettevõtja poolt, millest ettevõtja on teadlik, eesmärgiga mõjutada tarbija otsust toote suhtes;
- d) koormavate või ebaproportsionaalsete lepinguväliste tõkete kehtestamist ettevõtja poolt, kui tarbija soovib kasutada lepingulisi õigusi, sealhulgas õigust leping lõpetada või vahetada toodet või ettevõtjat;
- e) ähvardust meetmete võtmiseks, mida seaduslikult pole võimalik võtta.

3. PEATÜKK

KÄITUMISKOODEKSID*Artikkel 10***Käitumiskoodeksid**

Käesolev direktiiv ei välista ebaausate kaubandustavade kontrollimist käitumiskoodeksite omanike poolt, mida liikmesriigid võivad toetada, ega artiklis 11 nimetatud isikute või organisatsioonide pöördumist selliste organite poole, kui küsimuse menetlemine sellistes organites täiendab kõnealuses artiklis nimetatud kohtu- või haldusmenetlusi.

Selliste kontrollorganite poole pöördumist ei peeta mingil juhul loobumiseks õigusest pöörduda kohtute või haldusasutuste poole, mis on ettenähtud artiklis 11.

4. PEATÜKK

LÕPPSÄTTED*Artikkel 11***Jõustamine**

1. Liikmesriigid tagavad piisavad ja tõhusad meetmed ebaausate kaubandustavade vastu võitlemiseks, et tugevdada käesoleva direktiivi sätete järgimist tarbijate huvides.

Selliste meetmete hulka kuuluvad õigusnormid, mille kohaselt isikud ja organisatsioonid, sealhulgas konkurendid, kellel on vastavalt siseriiklikele õigusaktidele ebaausate kaubandustavade vastu võitlemiseks õigustatud huvi, võivad:

a) võtta õiguslikke meetmeid selliste ebaausate kaubandustavade vastu

ja/või

b) pöörduda selliste ebaausate kaubandustavade asjus haldusasutuse poole, kes on pädev kaebuse üle otsustama või algatama asjakohase kohtumenetluse.

Iga liikmesriik otsustab, kumba nendest võimalustest rakendada ja kas kohtutel või haldusasutustel on õigus nõuda, et enne asja menetluse võtmist kasutataks kaebuse lahendamiseks muid olemasolevaid vahendeid, sealhulgas artiklis 10 nimetatud vahendid.

Need võimalused peavad olema kättesaadavad sõltumata sellest, kas mõjutatud tarbijad asuvad ettevõtjaga sama liikmesriigi territooriumil või teises liikmesriigis.

Iga liikmesriik otsustab:

a) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada eraldi või ühiselt sama majandusvaldkonna mitme ettevõtja vastu

ja

b) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada käitumiskoodeksi omaniku vastu, kui asjaomane käitumiskoodeks soodustab õiguslike nõuete rikkumist.

2. Lõikes 1 nimetatud õigusnormide kohaselt annavad liikmesriigid kohtutele või haldusasutustele järgmised volitused, kui nad kõiki asjaga seotud huve ja eelkõige avalikku huvi arvesse võttes peavad vajalikuks:

a) nõuda ebaausate kaubandustavade lõpetamist või algatada asjakohane kohtumenetlus nende lõpetamise nõudmiseks

või

b) kui ebaausat kaubandustava ei ole veel kasutatud, kuid seda kavatakse peatselt teha, nõuda selle tava keelamist või algatada asjakohane kohtumenetlus selle keelamise nõudmiseks,

isegi kui puuduvad tõendid tegeliku kahju või ettevõtja kavatsuse või hooletuse kohta.

Samuti näevad liikmesriigid ette kiirendatud korra, mille kohaselt võidakse esimeses lõigus nimetatud meetmeid rakendada:

— ajutistena

või

— lõplikena,

kokkuleppel, et iga liikmesriik valib nende kahe võimaluse vahel.

Lisaks võivad liikmesriigid anda kohtutele või haldusasutustele järgmised volitused, eesmärgiga kõrvaldada ebaausate kaubandustavade püsiv mõju, kui nende tavade lõpetamise kohta on tehtud lõplik otsus:

a) nõuda kõnealuse otsuse täielikku või osalist avaldamist nende poolt asjakohaseks peetud vormis;

b) nõuda lisaks õiendi avaldamist.

3. Lõikes 1 nimetatud haldusasutused peavad:

a) olema koosseisult sellised, et nende erapooletus oleks väljaspool kahtlust;

b) omama kaebuste üle otsustades asjakohaseid volitusi, et tõhusalt jälgida oma otsustest kinnipidamist ja tagada nende täitmine;

c) üldjuhul oma otsuseid põhjendada.

Kui lõikes 2 nimetatud volitusi kasutab eranditult haldusasutus, peab ta oma otsuseid alati põhjendama. Lisaks tuleb sellisel juhul ette näha kord, mille kohaselt haldusasutuse volituste ebaõige või põhjendamatu kasutamise või kasutamata jätmise korral võib juhtumi saata kohtulikule läbivaatusele.

Artikkel 12

Kohtud ja haldusasutused: nõuete põhjendamine

Liikmesriigid annavad kohtutele või haldusasutustele artiklis 11 ettenähtud tsiviil- või haldusmenetlustega seoses volitused:

a) nõuda, et ettevõtja esitaks tõendid kaubandustavaga seotud faktiliste väidete täpsuse kohta, kui selline nõue on konkreetse juhtumi asjaolude põhjal asjakohane ettevõtja ja teiste menetlusosaliste õigustatud huve arvesse võttes;

ja

b) lugeda faktilisi väiteid ebatäpseteks, kui punkti a kohaselt nõutud tõendeid ei ole esitatud või kui kohus või haldusasutus peab neid ebapiisavateks.

Artikkel 13

Karistused

Liikmesriigid näevad käesoleva direktiivi kohaldamisel vastuvõetud siseriiklike õigusnormide rikkumise eest ette karistused ja võtavad nende rakendamiseks kõik vajalikud meetmed. Need karistused peavad olema tõhusad, proportsionaalsed ja hoiatavad.

Artikkel 14

Direktiivi 84/450/EMÜ muutmine

Direktiivi 84/450/EMÜ muudetakse järgmiselt.

1) Artikkel 1 asendatakse järgmisega:

“Artikkel 1

Käesoleva direktiivi eesmärk on kaitsta ettevõtjaid eksitava reklaami ja selle ebaausate tagajärgede eest ning sätestada tingimused, mille kohaselt võrdlev reklaam on lubatud.”

2) Artiklis 2:

— punkt 3 asendatakse järgmisega:

“3. *ettevõtja* – füüsiline või juriidiline isik, kes tegutseb eesmärkidel, mis on seotud tema kaubandus-, käsitöö-, äri- või kutsetegevusega ning ettevõtja nimel või huvides tegutsev isik”;

— lisatakse järgmine punkt:

“4. *käitumiskodeksi omanik* – üksus, sealhulgas ettevõtja või ettevõtjate grupp, kes vastutab käitumiskodeksi koostamise ja läbivaatamise eest ja/või kontrollib käitumiskodeksi täitmist seda järgima kohustunud isikute poolt.”

3) Artikkel 3a asendatakse järgmisega:

“Artikkel 3a

1. Võrdlev reklaam on lubatud, kui võrdlemisel täidetakse järgmisi tingimusi:

- a) see ei ole eksitav käesoleva direktiivi artikli 2 lõike 2, artikli 3 ja artikli 7 lõike 1 või Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiivi 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul (*) artiklite 6 ja 7 tähenduses;
- b) võrreldakse kaupu või teenuseid, mis rahuldavad samu vajadusi või on mõeldud samaks otstarbeks;
- c) võrreldakse objektiivselt kõnealuste kaupade või teenuste ühte või mitut peamist, asjakohast, kontrollitavat ja tüüpilist omadust, milleks võib olla ka hind;
- d) reklaam ei halvusta ega solva konkurendi kaubamärke, ärinimesid, muid eristatavaid tunnuseid, kaupu, teenuseid, tegevust ega tingimusi;
- e) päritolunimetusega toodete puhul seostub reklaam alati toodetega, millel on sama päritolunimetus;
- f) reklaamis ei kasutata ebaausalt ära konkurendi kaubamärgi, ärinime või teiste eraldusmärkide mainet või konkureerivate toodete päritolunimetust;
- g) reklaamis ei esitata kaupa või teenuseid, mis imiteerivad või kopeerivad kaitstud kaubamärgi või ärinimega kaupa või teenuseid.
- h) reklaam ei tekita ettevõtjate hulgas segadust reklaami avalikustaja ja konkurendi vahel või reklaami avalikustaja ja konkurendi kaubamärkide, ärinimede, muude eristatavate tunnuste, kauba või teenuste vahel.

4) Artikli 4 lõige 1 asendatakse järgmisega:

“1. Liikmesriigid tagavad asjakohased ja tõhusad meetmed eksitava reklaami vastu võitlemiseks, et tugevdada võrdlevat reklaami käsitlevate sätete täitmist nii ettevõtjate kui ka konkurentide huvides. Selliste meetmete hulka kuuluvad õigusnormid, mille kohaselt isikud ja organisatsioonid, kellel on vastavalt siseriiklikele õigusaktidele eksitava reklaami vastu võitlemise või võrdleva reklaami reguleerimise osas õigustatud huvi, võivad:

a) võtta sellise reklaami vastu õiguslikke meetmeid

või

b) pöörduda sellise reklaami asjus haldusasutuse poole, kes on pädev kaebuste üle otsustama või algatama asjakohase kohtumenetluse.

Iga liikmesriik otsustab, kumba nendest võimalustest rakendada ja kas kohtutel või haldusasutustel on õigus nõuda, et enne asja menetlusse võtmist kasutataks kaebuse lahendamiseks muid olemasolevaid vahendeid, sealhulgas artiklis 5 nimetatud vahendid.

Iga liikmesriik otsustab:

a) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada eraldi või ühiselt sama majandusvaldkonna mitme ettevõtja vastu

ja

b) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada käitumiskodeksi omaniku vastu, kui asjaomane käitumiskodeks soodustab õiguslike nõuete rikkumist.”

5) Artikli 7 lõige 1 asendatakse järgmisega:

“1. Käesolev direktiiv ei takista liikmesriike säilitamast või vastu võtmast sätteid, mille eesmärk on tagada ettevõtjate ja nende konkurentide ulatuslikum kaitse eksitava reklaami eest.”

(*) ELT L 149, 11.6.2005, lk 22.”

Artikkel 15

Direktiivide 97/7/EÜ ja 2002/65/EÜ muutmine

- 1) Direktiivi 97/7/EÜ artikkel 9 asendatakse järgmisega:

“Artikkel 9

Inertsmüük

Arvestades Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiivis 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul, (*) sätestatud inertsmüügi keeldu, võtavad liikmesriigid vajalikud meetmed, et vabastada tarbija kõigist kohustustest nende tarnete puhul, mida ta ei ole tellinud, kusjuures tarbija vastamata jätmist ei saa käsitada nõusolekuna.

(*) ELT L 149, 11.6.2005, lk 22.”

- 2) Direktiivi 2002/65/EÜ artikkel 9 asendatakse järgmisega:

“Artikkel 9

Arvestades Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiivis 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul, (*) sätestatud inertsmüügi keeldu, ilma et see piiraks liikmesriikide õigusaktide nende sätete kohaldamist, mis käsitlevad sidevahendi abil sõlmitud lepingute automaatset uuendamist, kui selline automaatne uuendamine on nende sätetega lubatud, võtavad liikmesriigid vajalikud meetmed, et vabastada tarbija kõigist kohustustest nende tarnete puhul, mida ta ei ole tellinud, kusjuures tarbija vastamata jätmist ei saa käsitada nõusolekuna.

(*) ELT L 149, 11.6.2005, lk 22.”

Artikkel 16

Direktiivi 98/27/EÜ ja määruse (EÜ) nr 2006/2004 muutmine

- 1) Direktiivi 98/27/EÜ lisas asendatakse punkt 1 järgmisega:

“1. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiiv 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul (ELT L 149, 11.6.2005, lk 22).”

- 2) Euroopa Parlamendi ja nõukogu 27. oktoobri 2004. aasta määruse (EÜ) nr 2006/2004 tarbijakaitse seaduse jõustumise eest vastutavate siseriiklike asutuste vahelise koostöö kohta (tarbijakaitsealase koostöö määrus) (1) lisasse lisatakse järgmine punkt:

“16. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiiv 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul (ELT L 149, 11.6.2005, lk 22).”

Artikkel 17

Teave

Liikmesriigid võtavad vajalikud meetmed, et anda tarbijatele teavet siseriiklike õigusaktide kohta, millega käesolev direktiiv üle võetakse, ning ergutavad vajaduse korral ettevõtjaid ja käitumiskoodeksite omanikke oma käitumiskoodekseid tarbijatele tutvustama.

Artikkel 18

Läbivaatamine

1. Hiljemalt 12.6.2011 esitab komisjon Euroopa Parlamendile ja nõukogule üksikasjaliku aruande käesoleva direktiivi, eriti selle artikli 3 lõike 9 ja artikli 4 ning I lisa kohaldamise kohta, ühenduse tarbijakaitsealase õiguse edasise ühtlustamise ning lihtsustamise ulatuse kohta ning, võttes arvesse artikli 3 lõiget 5, meetmete kohta, mida on vaja ühenduse tasandil võtta tarbijakaitse nõuete kohase taseme säilitamise tagamiseks. Aruandele lisatakse vajadusel ettepanek käesoleva direktiivi või ühenduse õiguse muude asjakohaste osade läbivaatamiseks.

2. Euroopa Parlament ja nõukogu püüavad, kooskõlas asutamislepinguga, võtta meetmed kahe aasta jooksul komisjoni poolt lõike 1 alusel esitatud ettepaneku tegemisest.

Artikkel 19

Ülevõtmine

Liikmesriigid võtavad vastu ja avaldavad käesoleva direktiivi täitmiseks vajalikud õigus- ja haldusnormid hiljemalt 12.6.2007. Liikmesriigid teavitavad sellest ning kõigist hilisematest muudatustest viivitamata komisjoni.

(1) ELT L 364, 9.12.2004, lk 1.

Nad rakendavad need meetmed hiljemalt 12.12.2007. Kui liikmesriigid need meetmed vastu võtavad, lisavad nad nendesse või nende ametliku avaldamise korral nende juurde viite käesolevale direktiivile. Sellise viitamise viisi näevad ette liikmesriigid.

Artikkel 20

Jõustumine

Käesolev direktiiv jõustub järgmisel päeval pärast selle avaldamist *Euroopa Liidu Teatajas*.

Artikkel 21

Adressaadid

Käesolev direktiiv on adresseeritud liikmesriikidele.

Strasbourg, 11. mai 2005

Euroopa Parlamendi nimel
president
J. P. BORRELL FONTELLES

Nõukogu nimel
eesistuja
N. SCHMIT

I LISA

KAUBANDUSTAVAD, MIS LOETAKSE EBAAUSATEKS KÕIGIL TINGIMUSTEL

Eksitavad kaubandustavad

- 1) Ettevõtja väide, et ta on käitumiskoodeksiga liitunud, kuigi ta seda ei ole.
- 2) Usaldus-, kvaliteedi- või võrdväärse märgi esitamine ilma selleks vajaliku loata.
- 3) Väide, et käitumiskoodeks on heaks kiidetud avalik-õigusliku või muu asutuse poolt, kuigi ta seda ei ole.
- 4) Väide, et ettevõtja (sealhulgas tema kaubandustavad) või toode on heaks kiidetud, kinnitatud või lubatud avalik-õigusliku või eraõigusliku asutuse poolt, kuigi ta seda ei ole, või sellise väite esitamine ilma heakskiiduks, kinnitamiseks või loa saamiseks vajalikele tingimustele vastamata.
- 5) Ostukutse esitamine toodete ostmiseks kindlaksmääratud hinnaga ilma sealjuures avaldamata, et ettevõtjal on põhjust arvata, et ta ei ole sellise hinnaga suuteline neid tooteid või võrdväärseid tooteid tarnimiseks pakkuma, ega korraldama nende tarnimist teise ettevõtja poolt, sellisel ajavahemikul ja sellistes kogustes, mis on mõistlikud seda toodet, toote reklaamimise ulatust ja pakutud hinda arvestades (peibutusreklaam).
- 6) Ostukutse esitamine toodete ostmiseks kindlaksmääratud hinnaga ja seejärel:
 - a) keeldumine tarbijale reklaamitud toote näitamisest

või
 - b) keeldumine kõnealuse toote tellimuste vastuvõtmisest või selle mõistliku aja jooksul tarnimisest

või
 - c) defektse tootenäidise näitamine

teistsuguse toote reklaamimise eesmärgil (peibutusmüük).
- 7) Vale väide, et toode on saadaval ainult väga piiratud aja jooksul või et see on saadaval eritingimustel ainult väga piiratud aja jooksul, eesmärgiga panna tarbija koheselt otsustama ja jätta ta ilma teadliku valiku tegemise võimalusest või selleks vajalikust ajast.
- 8) Ettevõtja kohustus osutada müüjijärgset teenust tarbijatele, kellega ta on enne tehingu sõlmimist suhelnud keeles, mis ei ole selle liikmesriigi riigikeel, kus ettevõtja asub, ning seejärel sellise teenuse kättesaadavaks tegemine ainult muus keeles, ilma tarbijale seda enne tehingu sõlmimist selgelt avaldamata.
- 9) Väitmine või muul moel ettekujutluse loomine, et toote müük on seaduslik, kui see seda ei ole.

- 10) Tarbijatele õigusaktidega antud õiguste esitlemine ettevõtja eripakkumisena.
- 11) Toote reklaamimiseks reklaamiga mitteseostatavate tekstide kasutamine meedias, kui ettevõtja on maksnud reklaami eest, ilma tarbijale sellest sisu või selgelt eristatava kujutise või heli kaudu selgelt teada andmata. (Reklaamtekst). See ei piira direktiivi 89/552/EMÜ⁽¹⁾ kohaldamist.
- 12) Oluliste valeandmete esitamine tarbija isiklikku või tema perekonna turvalisust ohustava riski olemuse ja ulatuse kohta, kui tarbija toodet ei osta.
- 13) Teatud teise tootja tootega sarnase toote reklaamimine viisil, mis tahtlikult eksitab tarbijat pannes ta uskuma, et toote valmistas nimetatud teine tootja, kuigi see nii ei ole.
- 14) Müügiendenduse püramiidskeemi loomine, kasutamine ja edendamine, mille puhul tarbija maksab võimaluse eest saada kompensatsiooni pigem teiste tarbijate skeemi kaasamisest, kui toodete müügist või tarbimisest.
- 15) Väide, et ettevõtja hakkab kauplemist lõpetama või asukohta vahetama, kui ta seda ei tee.
- 16) Väide, et tooted aitavad õnnemängudes võita.
- 17) Tõele mittevastav väide, et toode parandab haigusi, talitlushäireid või väärarenguid.
- 18) Oluliste valeandmete edastamine turutingimuste kohta või võimaluse kohta toodet turult leida, eesmärgiga sundida tarbijat toodet omandama tema jaoks tavapärastest turutingimustest ebasoodsamatel tingimustel.
- 19) Kaubandustavas võistluse või auhinnaga reklaampakkumise tegemine, ilma kirjeldatud auhindu või mõistlikke samaväärseid auhindu välja andmata.
- 20) Toote kirjeldamine kui "prii", "tasuta", "ilma rahata" või samalaadse tootena, kui tarbija peab maksma muu, kui kaubandustavale reageerimise ja kauba kättesaamise või kohaletoometamise vältimatute kulude eest.
- 21) Turundusmaterjalidesse arve või samalaadse maksmist eeldava dokumendi lisamine, mis jätab tarbijale mulje, et ta on turustatava toote juba tellinud, kuigi ta seda ei ole.
- 22) Vale väide või mulje loomine, et ettevõtja ei tegutse oma kaubandus-, majandus-, käsitöö- või kutsetegevusega seotud eesmärkidel või vääralt enda tarbijana esitlemine.
- 23) Vale mulje loomine, et tootega seotud müügijärgsed teenused on kättesaadavad lisaks toote müügiirrigile ka muudes liikmesriikides.

⁽¹⁾ Nõukogu 3. oktoobri 1989. aasta direktiiv 89/522/EMÜ teleringhäälingutegevust käsitlevate liikmesriikide teatavate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (EÜT L 298, 17.10.1989, lk 23). Direktiivi on muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 97/36/EÜ (EÜT L 202, 30.7.1997, lk 60).

Agressiivsed kaubandustavad

- 24) Mulje loomine, et tarbija ei saa ruumist enne lepingu sõlmimist lahkuda.
- 25) Tarbija külastamine tema enda kodus, ignoreerides tarbija palvet lahkuda või mitte tagasi tulla, välja arvatud lepingulise kohustuse sissenõudmiseks siseriiklike õigusaktidega õigustatud tingimustel ja ulatuses.
- 26) Järjekindlate ja soovimatute pakkumiste tegemine telefoni, faksi, e-posti või muu kaugside vahendi abil, välja arvatud lepingulise kohustuse sissenõudmiseks siseriiklike õigusaktidega õigustatud tingimustel ja ulatuses. See ei piira direktiivi 97/7/EÜ artikli 10 and direktiivide 95/46/EÜ ⁽¹⁾ ja 2002/58/EÜ kohaldamist.
- 27) Kindlustuspoliisi alusel nõuet esitavalt tarbijalt selliste dokumentide nõudmine, mida ei saa põhjendatult lugeda asjakohasteks nõude põhjendatuse seisukohalt või süstemaatiline vastamata jätmine asjassepuutuvatele kirjadele, eesmärgiga panna tarbija loobuma oma lepingujärgsete õiguste kasutamisest.
- 28) Reklaamis otse laste poole pöördumine, et veenda neid või nende vanemaid või teisi täiskasvanuid neile reklaamitud toodet ostma. Käesolev säte ei piira teleringhäälingut käsitleva direktiivi 89/552/EMÜ artikli 16 kohaldamist.
- 29) Ettevõtja poolt tarnitud toodete, mida tarbija ei tellinud, eest kohese või hilisema tasumise või toodete tagastamise või hoiule võtmise nõudmine, välja arvatud juhul, kui nimetatud toode on kooskõlas direktiivi 97/7/EÜ artikli 7 lõikega 3 tarnitud asendustoodet (inertsmüük).
- 30) Tarbijale selgesõnaliselt teatamine, et kui ta toodet või teenust ei osta, on ettevõtja töö või elatise teenimine ohus.
- 31) Vale mulje loomine, et tarbija on juba võitnud, võidab või võidab pärast teatud tegevust auhinna või saab muud samaväärset kasu, kui tegelikult:
 - auhind või samaväärne kasu puudub
 - või
 - mis tahes tegevus seoses auhinna või muu samaväärse kasu kättesaamisega toob tarbijale kaasa raha maksmise või muude kulude kandmise.

⁽¹⁾ Euroopa Parlamendi ja nõukogu 24. oktoobri 1995. aasta direktiiv 95/46/EÜ üksikisikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise kohta (EÜT L 281, 23.11.1995, lk 31). Direktiivi on muudetud määrusega (EÜ) nr 1882/2003 (ELT L 284, 31.10.2003, lk 1).

II LISA

ÜHENDUSE ÕIGUSE SÄTTED, MILLEGA KEHTESTATAKSE REKLAAMI- JA
KOMMERTSTEADAANNETE EESKIRJAD

Direktiivi 97/7/EÜ artiklid 4 ja 5

Nõukogu 13. juuni 1990. aasta direktiivi 90/314/EMÜ reisirakettide, puhkusepakettide ja ekskursioonipakettide kohta ⁽¹⁾ artikkel 3

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 26. oktoobri 1994. aasta direktiivi 94/47/EÜ ostjate kaitse kohta, mis puudutab kinnisvara osaaajalise kasutamise õiguse ostulepingute teatavaid aspekte, ⁽²⁾ artikli 3 lõige 3

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. veebruari 1998. aasta direktiivi 98/6/EÜ tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel ⁽³⁾ artikli 3 lõige 4

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 6. novembri 2001. aasta direktiivi 2001/83/EÜ inimtervishoiu kasutatavaid ravimeid käsitlevate ühenduse eeskirjade kohta ⁽⁴⁾ artiklid 86–100

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 8. juuni 2000. aasta direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta) ⁽⁵⁾ artiklid 5 ja 6

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. veebruari 1998. aasta direktiivi 98/7/EÜ, millega muudetakse nõukogu direktiivi 87/102/EMÜ liikmesriikide tarbijakrediiti käsitlevate õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta, ⁽⁶⁾ artikli 1 punkt d

Direktiivi 2002/65/EÜ artiklid 3 ja 4

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 21. jaanuari 2002. aasta direktiivi 2001/107/EÜ, millega muudetakse avatud investeerimisfondide (UCITS) käsitlevate õigus- ja haldusnormide kooskõlastamist käsitlevat nõukogu direktiivi 85/611/EMÜ, et reguleerida fondivalitsejate ja lihtsustatud emissiooniprojektidega seonduvat, ⁽⁷⁾ artikli 1 lõige 9

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 9. detsembri 2002. aasta direktiivi 2002/92/EÜ kindlustusvahenduse kohta ⁽⁸⁾ artiklid 12 ja 13

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 5. novembri 2002. aasta direktiivi 2002/83/EÜ elukindlustuse kohta ⁽⁹⁾ artikkel 36

⁽¹⁾ EÜT L 158, 23.6.1990, lk 59.

⁽²⁾ EÜT L 280, 29.10.1994, lk 83.

⁽³⁾ EÜT L 80, 18.3.1998, lk 27.

⁽⁴⁾ EÜT L 311, 28.11.2001, lk 67. Direktiivi on viimati muudetud direktiiviga 2004/27/EÜ (ELT L 136, 30.4.2004, lk 34).

⁽⁵⁾ EÜT L 178, 17.7.2000, lk 1.

⁽⁶⁾ EÜT L 101, 1.4.1998, lk 17.

⁽⁷⁾ EÜT L 41, 13.2.2002, lk 20.

⁽⁸⁾ EÜT L 9, 15.1.2003, lk 3.

⁽⁹⁾ EÜT L 345, 19.12.2002, lk 1. Direktiivi on muudetud nõukogu direktiiviga 2004/66/EÜ (ELT L 168, 1.5.2004, lk 35).

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 21. aprilli 2004. aasta direktiiv 2004/39/EÜ finantsinstrumentide turgude kohta ⁽¹⁾ artikkel 19

Nõukogu 18. juuni 1992. aasta direktiivi 92/49/EMÜ otsekindlustustegevusega, välja arvatud elukindlustustegevusega seotud õigus- ja haldusnormide kooskõlastamise kohta (kolmas kahjukindlustuse direktiiv) ⁽²⁾ artiklid 31 ja 43

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 4. novembri 2003. aasta direktiivi 2003/71/EÜ, mis käsitleb väärtpaberite üldsusele pakumisel või kauplemisele lubamisel avaldatavat prospekti, ⁽³⁾ artiklid 5, 7 ja 8

⁽¹⁾ ELT L 145, 30.4.2004, lk 1.

⁽²⁾ EÜT L 228, 11.8.1992, lk 1. Direktiivi on viimati muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 2002/87/EÜ (ELT L 35, 11.2.2003, lk 1).

⁽³⁾ ELT L 345, 31.12.2003, lk 64.