

▼B**EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA
2005/29/EK**

(2005. gada 11. maijs),

kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004

(“Negodīgas komercprakses direktīva”)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

1. NODAĻA

VISPĀRĪGIE NOTEIKUMI

*1. pants***Mērķis**

Šīs direktīvas mērķis ir dot ieguldījumu iekšējā tirgus pareizā darbībā un sasniegt augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzību, tuvinot dalībvalstu normatīvos un administratīvos aktus, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, kura rada kaitējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm.

*2. pants***Definīcijas**

Šajā direktīvā:

- a) “patērētājs” ir jebkura fiziska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas neattiecas uz tās uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju;
- b) “tirgotājs” ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kas komercpraksē, uz ko attiecas šī direktīva, darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā;

▼M1

- c) “produkts” ir jebkura prece vai pakalpojums, tostarp nekustamais īpašums, digitāls pakalpojums un digitāls saturs, kā arī tiesības un pienākumi;

▼B

- d) “uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem” (turpmāk – arī “komercprakse”) ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem;
- e) “būtiski kropļot patērētāju saimniecisko rīcību” nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādus lēmumus par darbījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis;
- f) “rīcības kodekss” ir vienošanās vai tādu noteikumu kopums, kas nav ietverts dalībvalsts normatīvos vai administratīvos tiesību aktos un

▼B

- kas nosaka to tirgotāju uzvedību, kuri uzņemas kodeksā minētos pienākumus attiecībā uz vienu vai vairākiem komercprakses paveidiem vai uzņēmējdarbības nozarēm;
- g) “par kodeksu atbildīgā persona” ir jebkurš subjekts, tostarp tirgotājs vai tirgotāju grupa, kas ir atbildīga par rīcības kodeksa izstrādi un pārskatīšanu un/vai par uzraudzību attiecībā uz to, kā tie, kas ir uzņēmušies kodeksā paredzētos pienākumus, tos ievēro;
- h) “profesionālā rūpība” ir īpašas prasmes un rūpības līmenis, kādu var pamatotī sagaidīt tirgotāju izrādām pret patērētājiem un kurš ir samērīgs ar godīgu tirgus praksi un/vai vispārēju labas ticības principu tirgotāja darbības jomā;
- i) “uzaicinājums veikt pirkumu” ir komerciālās saziņas forma, kas norāda produkta īpašības un cenu izmantotajai komerciālās saziņas formai piemērotā veidā un tādējādi dod iespēju patērētājam veikt pirkumu;
- j) “nesamērīga ietekme” ir varas pozīcijas izmantošana attiecībā pret patērētāju, izdarot spiedienu, pat neizmantojot fizisku spēku un nedraudot ar tā izmantošanu, lai ievērojami ierobežotu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu;
- k) “lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties;
- l) “reglamentēta profesija” ir profesionāla darbība vai profesionālu darbību kopums, kam var pievērsties vai kurā var darboties, vai kuras vienā darbošanās veidā var darboties ar tiešu vai netiešu nosacījumu, ka ir iegūta īpaša profesionāla kvalifikācija saskaņā ar normatīviem vai administratīviem tiesību aktiem;

▼M1

- m) “ranžējums” ir produktiem piešķirtā relatīvā pamanāmība, kā to prezentējis, organizējis vai paziņojis tirgotājs, neatkarīgi no tehnoloģiskajiem līdzekļiem, kas izmantoti šādai prezentācijai, organizēšanai vai paziņošanai;
- n) “tiešsaistes tirdzniecības vieta” ir tāds pakalpojums, izmantojot programmatūru, tostarp tīmekļa vietni, tīmekļa vietnes daļu vai lietotni, ko uztur tirgotājs vai kas tiek uzturēta tirgotāja vārdā, kas ļauj patērētājiem slēgt distances līgumus ar citiem tirgotājiem vai patērētājiem.

▼B*3. pants***Piemērošanas joma**

1. Šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā.

▼B

2. Šī direktīva neskar līgumtiesības un jo īpaši noteikumus par līguma spēkā esamību, tā veidošanu vai sekām.
3. Šī direktīva neskar Kopienas vai valsts noteikumus par produktu veselīguma un drošības aspektiem.
4. Ja šī direktīva un citi Kopienas noteikumi, kas reglamentē konkrētus negodīgas komercprakses aspektus, nonāk pretrunā, priekšroku dod minētajiem citiem Kopienas noteikumiem, un tos piemēro attiecībā uz šiem konkrētiem aspektiem.

▼M1

5. Šī direktīva neliedz dalībvalstīm pieņemt noteikumus, lai aizsargātu patērētāju likumīgās intereses attiecībā uz agresīvu vai maldinošu tirgvedības vai pārdošanas praksi saistībā ar nelūgtiem apmeklējumiem, ko tirgotājs veic patērētāja mājās, vai ekskursijām, ko tirgotājs organizē ar mērķi reklamēt vai pārdot produktus patērētājiem. Minētie noteikumi ir samērīgi, nediskriminējoši un pamatoti ar patērētāju tiesību aizsardzības apsvērumiem.
6. Dalībvalstis tūlīt ziņo Komisijai par jebkuriem valsts noteikumiem, ko pieņem saskaņā ar 5. punktu, kā arī par jebkurām turpmākām pārmaiņām. Komisija šo informāciju dara viegli pieejamu patērētājiem un tirgotājiem īpašā tīmekļa vietnē.

▼B

7. Šī direktīva neskar noteikumus, ar ko nosaka tiesu jurisdikciju.
8. Šī direktīva neskar nekādus uzņēmējdarbības veikšanas vai atļauju izsniegšanas sistēmu nosacījumus vai ētikas kodeksus, vai citus konkrētus noteikumus, ar ko reglamentē reglamentētas profesijas, lai uzturētu augstus profesionāla godīguma standartus, ko dalībvalstis atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem var noteikt profesionāļiem.
9. Attiecībā uz “finanšu pakalpojumiem”, kā definēts Direktīvā 2002/65/EK, un nekustamo īpašumu dalībvalstis var piemērot noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, jomā, uz ko tā paredz tuvināšanu.
10. Šī direktīva neattiecas uz tādu dalībvalstu normatīvo un administratīvo tiesību aktu piemērošanu, kuri attiecas uz dārgmetālu priekšmetu raudzes standarta sertifikāciju un norādēm.

*4. pants***Iekšējais tirgus**

Dalībvalstis neierobežo nedz pakalpojumu sniegšanas brīvību, nedz brīvu preču apriti tādu iemeslu dēļ, kas ir šīs direktīvas tuvinātajā jomā.

2. NODAĻA

NEGODĪGA KOMERCPRAKSE*5. pants***Negodīgas komercprakses aizliegums**

1. Negodīga komercprakse ir aizliegta.

▼B

2. Komerccprakse ir negodīga, ja:
- a) tā ir pretrunā profesionālās rūpības prasībām
- un
- b) tā attiecībā uz produktu būtiski kropļo vai var būtiski kropļot tā vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību, kuru produkts sasniedz vai kuram tas adresēts, vai vidusmēra grupas pārstāvja saimniecisko rīcību attiecībā uz produktu, ja komercprakse ir vērsta uz īpašu patērētāju grupu.
3. Tādu komercpraksi, kas var būtiski kropļot tikai precīzi nosakāmas patērētāju grupas saimniecisko rīcību, kuri garīgu vai fizisku traucējumu, vecuma vai lētticības dēļ ir īpaši neaizsargāti pret tādu praksi vai attiecīgo produktu, tādējādi, ka varētu saprātīgi paredzēt, ka tirgotājam tas būtu bijis jāprognozē, vērtē no tādas grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa. Tas neskar parasto un likumīgo reklāmas praksi lietot pārspīlētus izteicienus vai izteicienus, ko nav paredzēts uztvert burtiski.
4. Jo īpaši komercprakse ir negodīga, ja:
- a) tā maldina, kā izklāstīts 6. un 7. pantā,
- vai
- b) tā ir agresīva, kā izklāstīts 8. un 9. pantā.
5. Šīs direktīvas I pielikumā dotajā sarakstā ietverti komercprakses veidi, kas visos apstākļos uzskatāmi par negodīgiem. To pašu vienotu sarakstu piemēro visās dalībvalstīs, un to var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.

1. Iedaļa

Maldinoša komercprakse*6. pants***Maldinošas darbības**

1. Komerccpraksi uzskata par maldinošu, ja tajā sniedz nepareizu informāciju un tādēļ tā ir nepatiesa vai ja tā jebkādā veidā, tostarp vispārējā sniegumā, maldina vai var maldināt vidusmēra patērētāju, pat ja informācija ir faktiski pareiza, attiecībā uz vienu vai vairākiem šeit turpmāk uzskaitītajiem elementiem un jebkādā gadījumā liek vai var likt patērētājam pieņemt lēmumu veikt darījumu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis:
- a) produkta esamība vai īpašības;
- b) produkta galvenās īpašības, piemēram, tā pieejamība, labumi, riski, izpildījums, sastāvs, piederumi, garantijas apkalpošana un sūdzību izskatīšanas procedūra, izgatavošanas vai sniegšanas metode un laiks, piegāde, atbilde nolūkam, pielietojums, daudzums, sīks apraksts, ģeogrāfiskā un komerciālā izcelsme vai rezultāti, ko var gaidīt, to lietojot, vai ar šo produktu veikto testu vai pārbaūžu rezultāti vai būtiskas īpašības;
- c) tirgotāja saistību apjoms, attiecīgās komercprakses motīvi un pārdošanas procesa īpašības, jebkurš paziņojums vai simbols attiecībā uz tiešu vai netiešu tirgotāja vai produkta sponsorēšanu vai atbalstu;

▼B

- d) cena vai cenas aprēķināšanas veids vai konkrēta cenas atvieglojuma esamība;
- e) vajadzību pēc apkopes, detaļas, tās nomaiņas vai labošanas;
- f) tirgotāja vai viņa pārstāvja iedaba, īpašības un tiesības, piemēram, viņa identitāte un aktīvi, kvalifikācija, statuss, atzīšana, piederība vai sakari, rūpnieciskā, komerciālā vai intelektuālā īpašuma tiesības vai saņemtas godalgas un atzinības;
- g) patērētāja tiesības, tostarp tiesības precī nomainīt vai saņemt atlīdzinājumu atbilstīgi Eiropas Parlamenta un Padomes 1999. gada 25. maija Direktīvai 1999/44/EK par dažiem patēriņa preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām⁽¹⁾, vai risks, kas varētu viņu apdraudēt.

2. Komerccpraksi uzskata par maldinošu, ja, attiecībā uz tā faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus, tā vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis, un tas ietver:

- a) jebkuru tirgdarbību attiecībā uz produktu, tostarp salīdzinošu reklāmu, kas izraisa jebkādu reklāmas devēja un konkurenta produktu, preču zīmju, tirdzniecības nosaukumu un citu atšķirības zīmju sajaukšanu;
- b) gadījumus, ja tirgotājs neievēro rīcības kodeksā ietvertos pienākumus, ko viņš ir uzņēmis, ja:
 - i) pienākums nav tikai vēlmju līmenī, bet ir stingrs un pierādāms,

un
 - ii) tirgotājs, veicot komercpraksi, norāda, ka rīcības kodekss viņam ir saistošs;

▼M1

- c) tādas preces, kura ir identiska precei, kas tiek laista tirgū citās dalībvalstīs, tirgvedību vienā dalībvalstī, ja šai precei ir ievērojami atšķirīgs sastāvs vai īpašības un ja vien tas nav pamatots ar leģitīmiem un objektīviem faktoriem.

▼B*7. pants***Maldinoša noklusēšana**

1. Komerccpraksi uzskata par maldinošu, ja, attiecībā uz tās faktiem, ņemot vērā visas īpašības un apstākļus un saziņas līdzekļa nepilnības, tā noklusē būtisku informāciju, kas vidusmēra patērētājam ir vajadzīga, lai varētu pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tādējādi vidusmēra patērētājam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

⁽¹⁾ OV L 171, 7.7.1999., 12. lpp.

▼B

2. Par maldinošu noklusēšanu arī uzskata gadījumus, ja tirgotājs, ņemot vērā 1. punktā aprakstīto, tajā minēto būtisko informāciju slēpj vai sniedz neskaidri, nesaprotami, divdomīgi vai nepiemērotā laikā vai nenorāda uz komercprakses komercnolūku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs, un ja tas jebkurā no minētajiem gadījumiem liek vai var likt vidusmēra patērētājam pieņemt tādu lēmumu par darījuma veikšanu, kādu viņš citādi nebūtu pieņēmis.

3. Ja komercpraksē izmantotā saziņas līdzekļa dēļ rodas vietas vai laika ierobežojumus, tad, konstatējot to, vai informācija ir noklusēta, ņem vērā tādus ierobežojumus un jebkurus tirgotāja veiktus pasākumus, lai informētu patērētājus ar citiem līdzekļiem.

4. Ja īsteno uzaicinājumu veikt pirkumu, šādu informāciju uzskata par būtisku, ja tas jau no konteksta nav skaidrs:

- a) produkta galvenās īpašības, ciktāl tas ir piemērots saistībā ar saziņas līdzekli un pašu produktu;
- b) tirgotāja ģeogrāfiskā adrese un identitāte, piemēram, viņa tirdzniecības nosaukums un vajadzības gadījumā tā tirgotāja ģeogrāfiskā adrese un identitāte, kura uzdevumā viņš darbojas;
- c) cena, tostarp visi nodokļi, vai, ja produkta iedabas dēļ cenu nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, cenas aprēķināšanas veids, kā arī vajadzības gadījumā visi papildu kravas, piegādes vai pasta maksājumi, vai, ja tādus maksājumus nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, fakts, ka šādi papildu maksājumi var būt iekasējami;

▼M1

- d) maksāšanas, piegādes un darbības procedūras, ja tās ir citādas, nekā to paredz profesionālā rūpība;

▼B

- e) atcelšanas vai atsaukšanas tiesību esamība, ja tās saistītas ar produktiem vai darījumiem;

▼M1

- f) vai trešā persona, kas piedāvā produktus tiešsaistes tirdzniecības vietās, ir tirgotājs vai nav, pamatojoties uz minētās trešās personas deklarāciju tiešsaistes tirdzniecības vietas nodrošinātājam.

4.a Ja patērētājiem sniedz iespēju meklēt dažādu tirgotāju vai patērētāju piedāvātus produktus pēc atslēgvārda, frāzes vai citas ievades, neatkarīgi no tā, vai darījumi galu galā tiek noslēgti, vispārīgu informāciju, kas attiecas gan uz galvenajiem parametriem tādu produktu ranžējuma noteikšanai, kuri nosaka piedāvājumu sarindošanas kārtību, kas patērētājam tiek norādīta pēc meklēšanas vaicājuma, gan uz minēto

▼M1

parametru relatīvo nozīmi salīdzinājumā ar citiem parametriem un kas pieejama īpašā tiešsaistes saskarnes sadaļā, kura ir tieši un viegli pieejama no lapas, kurā izvietoti piedāvājumi, uzskata par būtisku. Šis punkts neattiecas uz tiešsaistes meklētājprogrammu pakalpojumu sniedzējiem, kā definēts Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2019/1150 ⁽¹⁾ 2. panta 6. punktā.

▼B

5. Kopienas tiesību aktos noteiktās prasības informācijai, kuras attiecas uz komerciālo saziņu, tostarp reklāmu un tirgdarbību, un kuru nepilnīgs uzskaitījums atrodams II pielikumā, uzskata par būtiskām.

▼M1

6. Gadījumos, kad tirgotājs nodrošina piekļuvi patērētāju atsauksmēm par produktiem, informāciju par to, vai un kā tirgotājs nodrošina, ka publicētās atsauksmes ir snieguši patērētāji, kuri produktus patiešām ir izmantojuši vai iegādājušies, uzskata par būtisku.

▼B

2. Iedaļa

Agresīva komercprakse

8. pants

Agresīva komercprakse

Komercpraksi uzskata par agresīvu, ja faktiski, ņemot vērā visas tās īpašības un visus apstākļus, tā ar uzmākšanos, piespiešanu, tostarp fiziska spēka izmantošanu vai nesamērīgu ietekmi, būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz produktu un tādējādi liek vai var likt viņam pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

9. pants

Uzmākšanās, piespiešanas un nesamērīgas ietekmes izmantošana

Konstatējot to, vai komercpraksē izmantota uzmākšanās, piespiešana vai nesamērīga ietekme, ņem vērā:

- a) notikuma laiku, vietu, iedabu vai ilgumu;
- b) draudīgas vai aizvainojošas runas vai uzvedības izmantošanu;
- c) to, vai tirgotājs izmanto jebkuru konkrētu nelaimi vai tik nopietnus apstākļus, kas mazina patērētāja spriestspējas, ja tirgotājs apzinās tādas nelaimes un apstākļus, lai ietekmētu patērētāju lēmumu par produktu;
- d) jebkurus apgrūtinājošus vai nesamērīgus nelīgumiskus šķēršļus, ko tirgotājs uzliek, ja patērētājs vēlas izmantot līgumiskas tiesības, tostarp tiesības līgumu izbeigt vai izvēlēties citu produktu vai citu tirgotāju;
- e) jebkurus draudus veikt jebkuras darbības, ko likumīgi nedrīkst veikt.

⁽¹⁾ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2019/1150 (2019. gada 20. jūnijs) par taisnīguma un pārredzamības veicināšanu komerciālajiem lietotājiem paredzētos tiešsaistes starpniecības pakalpojumos (OV L 186, 11.7.2019., 57. lpp.).



3. NODAĻA

RĪCĪBAS KODEKSI*10. pants***Rīcības kodeksi**

Šī direktīva pieļauj negodīgas komercprakses kontroli, ko dalībvalstis var veicināt un ko veic par rīcības kodeksu atbildīgās personas, un 11. pantā minēto personu vai organizāciju vēršanās pie tādām struktūrām, ja lietu izskatīšana šādās struktūrās ir paredzēta papildus lietu izskatīšanai tiesā vai administratīvās iestādēs, kā minēts tajā pantā.

Vēršanos šādās kontroles struktūrās nedrīkst uzskatīt par līdzvērtīgu tiesu vai administratīvās pārsūdzības līdzekļiem, kas noteikti 11. pantā.

4. NODAĻA

NOBEIGUMA NOTEIKUMI*11. pants***Izpilde**

1. Dalībvalstis nodrošina piemērotus un efektīvus līdzekļus, lai apkarotu negodīgu komercpraksi nolūkā nodrošināt šīs direktīvas prasību ievērošanu patērētāju interesēs.

Tādi līdzekļi ietver tiesību normas, saskaņā ar ko tādas personas vai organizācijas, kurām saskaņā ar attiecīgo valstu tiesību aktiem ir likumīgas intereses apkarot negodīgu komercpraksi, tostarp konkurenti, var:

a) celt prasību tiesā pret šādu negodīgu komercpraksi

un/vai

b) ierosināt šādas negodīgas komercprakses izskatīšanu administratīvā iestādē, kas ir kompetenta vai nu pieņemt lēmumus par sūdzībām, vai ierosināt attiecīgu tiesvedību.

Katra dalībvalsts nosaka, kuru no šīm iespējām izmantot, kā arī to, vai dot iespēju tiesām vai administratīvām iestādēm pieprasīt, lai pirms lietas ierosināšanas būtu izmantoti citi noteikti līdzekļi sūdzību izskatīšanai, tostarp 10. pantā minētie līdzekļi. Šīs iespējas ir pieejamas neatkarīgi no tā, vai ietekmētie patērētāji atrodas dalībvalsts teritorijā, kur atrodas tirgotājs, vai citā dalībvalstī.

Katra dalībvalsts nosaka:

a) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst atsevišķi vai kopā pret vairākiem tirgotājiem vienā tautsaimniecības nozarē

un

b) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst pret par kodeksu atbildīgo personu, ja attiecīgais kodekss veicina tiesisko prasību neievērošanu.

▼B

2. Saskaņā ar 1. punktā minētajām tiesību normām dalībvalstis tiesām vai administratīvām iestādēm piešķir pilnvaras, kas ļauj gadījumos, kad tās uzskata šādus pasākumus par vajadzīgiem, ņemot vērā visu iesaistīto intereses, it sevišķi sabiedrības intereses:

a) likt pārtraukt negodīgu komercpraksi vai ierosināt attiecīgu tiesvedību, lai panāktu negodīgas komercprakses pārtraukšanu,

vai

b) aizliegt negodīgu komercpraksi vai ierosināt attiecīgu tiesvedību, lai panāktu negodīgas komercprakses aizliegšanu, ja negodīga komercprakse vēl nav sākusies, bet tās īstenošana ir paredzama,

pat nepierādot tirgotāja faktiski nodarītos zaudējumus vai kaitējumu, nodomu vai nolaidību.

Dalībvalstis arī paredz paātrinātu procedūru, lai veiktu pirmajā daļā minētos pasākumus:

— vai nu pagaidu kārtā,

vai

— ar galīgo spēku,

zinot, ka katra dalībvalsts nosaka, kuru no abām iespējām izvēlēties.

Dalībvalstis turklāt var piešķirt tiesām vai administratīvām iestādēm pilnvaras, lai likvidētu sekas, ko rada negodīga komercprakse, par kuras izbeigšanu ir pieņemts galīgs lēmums:

a) prasīt attiecīgā lēmuma pilnīgu vai daļēju publicēšanu tādā formā, kādu uzskata par piemērotu;

b) papildus pieprasīt publicēt paziņojumu ar labojumu.

3. Panta 1. punktā minētās administratīvās iestādes:

a) ir izveidotas tā, lai neizraisītu šaubas par to objektivitāti;

b) pieņemot lēmumus par sūdzībām, ir attiecīgi pilnvarotas efektīvi pārraudzīt un panākt savu lēmumu efektīvu ievērošanu;

c) parasti paskaidro savu lēmumu iemeslus.

Ja administratīvā iestāde ekskluzīvi īsteno 2. punktā minētās pilnvaras, tā vienmēr paskaidro savu lēmumu iemeslu. Turklāt tādā gadījumā jāparedz norma par procedūrām, ar ko var tiesā pārsūdzēt administratīvās iestādes pilnvaru nepareizu vai nepamatotu īstenošanu vai tādu pilnvaru nepareizu vai nepamatotu neizmantošanu.

▼ **M1***11.a pants***Tiesiskā aizsardzība**

1. Patērētājiem, kuriem kaitējumu nodarījusi negodīga komercprakse, ir pieejami samērīgi un efektīvi tiesiskās aizsardzības līdzekļi, tostarp kompensācija par kaitējumu, kas nodarīts patērētājam, un attiecīgā gadījumā – cenas samazināšana vai līguma izbeigšana. Dalībvalstis var noteikt šo tiesiskās aizsardzības līdzekļu piemērošanas nosacījumus un sekas. Dalībvalstis vajadzības gadījumā var ņemt vērā negodīgās komercprakses smaguma pakāpi un būtību, patērētājam nodarītos zaudējumus un citus attiecīgos apstākļus.

2. Minētie tiesiskās aizsardzības līdzekļi neskar citu tiesiskās aizsardzības līdzekļu piemērošanu, kas pieejami patērētājiem saskaņā ar Savienības vai valstu tiesību aktiem.

▼ **B***12. pants***Tiesas un administratīvās iestādes: prasību pamatojums**

Dalībvalstis pilnvaro tiesas vai administratīvās iestādes, lai, izskatot 11. pantā paredzētās civillietas vai administratīvās lietas, tās varētu:

a) pieprasīt tirgotājam sagādāt pierādījumus par komercpraksē apgalvoto faktu patiesumu, ja, ņemot vērā tirgotāja un jebkuras procesa puses likumīgās intereses, tāda prasība šķiet atbilstīga, ievērojot konkrētās lietas apstākļus,

un

b) uzskatīt apgalvotos faktus par nepatiesiem, ja saskaņā ar a) apakšpunktu pieprasītie pierādījumi nav sagādāti vai ja tiesa vai administratīvā iestāde tos uzskata par nepietiekamiem.

▼ **M1***13. pants***Sankcijas**

1. Dalībvalstis paredz noteikumus par sankcijām, ko piemēro par to valsts noteikumu pārkāpumiem, kuri pieņemti saskaņā ar šo direktīvu, un veic visus vajadzīgos pasākumus, lai nodrošinātu to piemērošanu. Paredzētās sankcijas ir iedarbīgas, samērīgas un atturošas.

2. Dalībvalstis nodrošina, ka, piemērojot sankcijas, attiecīgajos gadījumos ņem vērā šādus neizsmeļošus un indikatīvus kritērijus:

a) pārkāpuma būtība, smaguma pakāpe, apmērs un ilgums;

b) jebkura rīcība, kuru tirgotājs veicis, lai mazinātu vai novērstu kaitējumu, kas nodarīts patērētājiem;

c) tirgotāja visi iepriekšējie pārkāpumi;

d) tirgotāja pārkāpuma rezultātā gūtais finansiālais labums vai novērstie zaudējumi, ja ir pieejami attiecīgie dati;

▼ M1

- e) sankcijas, kas tirgotājam piemērotas par to pašu pārkāpumu citās dalībvalstīs pārrobežu gadījumos, ja informācija par šādām sankcijām ir pieejama, izmantojot ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/2394 ⁽¹⁾ izveidoto mehānismu;
- f) jebkuri citi vainu pastiprinoši vai mīkstinoši faktori, kas piemērojami lietas apstākļiem.

3. Dalībvalstis nodrošina, ka gadījumos, kad jāpiemēro sankcijas saskaņā ar Regulas (ES) 2017/2394 21. pantu, ir paredzēta iespēja vai nu piemērot naudas sodus, izmantojot administratīvas procedūras, vai arī uzsākt tiesvedību naudas soda piemērošanai, vai abas iespējas, šādu naudas sodu maksimālais apmērs ir vismaz 4 % no tirgotāja gada apgrozījuma attiecīgajā dalībvalstī vai dalībvalstīs. Neskarot minēto regulu, dalībvalstis valsts konstitucionālu iemeslu dēļ var noteikt, ka naudas sodu piemērošana aprobežojas ar:

- a) šīs direktīvas 6., 7., 8., 9. panta un I pielikuma pārkāpumiem; un
- b) gadījumiem, kad tirgotājs turpina komercpraksi, ko kompetentā valsts iestāde vai tiesa konstatējusi kā negodīgu, ja minētā komercprakse nav pārkāpums, kas minēts a) apakšpunktā.

4. Gadījumos, kad jāpiemēro naudas sods saskaņā ar 3. punktu, bet informācija par tirgotāja gada apgrozījumu nav pieejama, dalībvalstis ievieš iespēju piemērot naudas sodu, kura maksimālā summa ir vismaz 2 miljoni EUR.

5. Dalībvalstis līdz 2021. gada 28. novembrim 1. punktā minētos noteikumus un pasākumus dara zināmus Komisijai un nekavējoties paziņo tai par jebkādiem turpmākiem grozījumiem, kas tos ietekmē.

▼ B*14. pants***Grozījumi Direktīvā 84/450/EEK**

Ar šo Direktīvu 84/450/EEK groza šādi:

1. Direktīvas 1. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“1. pants

Šīs direktīvas mērķis ir aizsargāt tirgotājus pret maldinošu reklāmu un tās negodīgām sekām, kā arī paredzēt nosacījumus, ar kādiem salīdzinoša reklāma ir atļauta.”

2. Direktīvas 2. pantā:

— ar šādu punktu aizstāj 3. punktu:

⁽¹⁾ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2017/2394 (2017. gada 12. decembris) par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbild par tiesību aktu izpildi patērētāju tiesību aizsardzības jomā, un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (OV L 345, 27.12.2017., 1. lpp.).

▼B

“3. “Tirgotājs” ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kas darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā.”

— papildina ar šādu punktu:

“4. “Par kodeksu atbildīgā persona” ir jebkurš subjekts, tostarp tirgotājs vai tirgotāju grupa, kas ir atbildīga par rīcības kodeksa izstrādi un pārskatīšanu un/vai par uzraudzību attiecībā uz to, kā tie, kas ir uzņēmušies kodeksā paredzētos pienākumus, tos ievēro.”

3. Direktīvas 3.a pantu aizstāj ar šādu pantu:

“3.a pants

1. Salīdzinoša reklāma tiktāl, cik tā attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā atbilst šādiem nosacījumiem:

- a) tā nav maldinoša atbilstīgi šīs direktīvas 2. panta 2. punktam, 3. pantam un 7. panta 1. punktam vai 6. un 7. pantam Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (*);
- b) tā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas apmierina vienādas vajadzības vai ir paredzēti vienam un tam pašam nolūkam;
- c) tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas šo preču un pakalpojumu būtiskas, attiecīgas, pārbaudāmas un reprezentatīvas pazīmes, pie kā var piederēt cena;
- d) tā nediskreditē vai nenomelno konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces, pakalpojumus, darbības vai apstākļus;
- e) reklamējot produktus ar izcelsmes vietas norādi, tā katrā konkrētā gadījumā attiecas uz produktiem ar vienādām norādēm;
- f) tā negodīgi neizmanto konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputāciju vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputāciju;
- g) tā neuzdod preces vai pakalpojumus par tādu preču vai pakalpojumu imitācijām vai atdarinājumiem, kam ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums;
- h) tā neliek tirgotājiem jaukt reklāmas devējus ar konkurentiem vai reklāmas devēja preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces vai pakalpojumus ar konkurenta preču zīmēm, tirdzniecības nosaukumiem, citām atšķirības zīmēm, precēm vai pakalpojumiem.

(*) OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.”

▼B

4. Direktīvas 4. panta 1. punktu aizstāj ar šādu punktu:

“1. Dalībvalstis nodrošina piemērotus un efektīvus līdzekļus, lai apkarotu maldinošu reklāmu un nolūkā nodrošināt salīdzinošas reklāmas noteikumu ievērošanu tirgotāju un konkurentu interesēs. Tādi līdzekļi ietver tiesību normas, saskaņā ar ko tādas personas vai organizācijas, kurām saskaņā ar attiecīgo valstu tiesību aktiem ir likumīgas intereses apkarot maldinošu reklāmu vai reglamentēt salīdzinošu reklāmu, var:

a) celt tiesā prasību pret tādu reklāmu

vai

b) ierosināt šādas reklāmas izskatīšanu administratīvā iestādē, kas ir kompetenta vai nu pieņemt lēmumus par sūdzībām, vai ierosināt attiecīgu tiesvedību.

Katra dalībvalsts nosaka, kuru no šīm iespējām izmantot, kā arī to, vai dot iespēju tiesām vai administratīvām iestādēm pieprasīt, lai pirms lietas ierosināšanas būtu izmantoti citi noteikti līdzekļi sūdzību izskatīšanai, tostarp 5. pantā minētie līdzekļi.

Katra dalībvalsts nosaka:

a) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst atsevišķi vai kopā pret vairākiem tirgotājiem vienā un tajā pašā tautsaimniecības nozarē

un

b) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst pret par kodeksu atbildīgo personu, ja attiecīgais kodekss veicina tiesisko prasību neievērošanu.”

5. Direktīvas 7. panta 1. punktu aizstāj ar šādu punktu:

“1. Šī direktīva neliedz dalībvalstīm paturēt vai pieņemt noteikumus, kuru nolūks ir tirgotājiem un konkurentiem nodrošināt plašāku aizsardzību pret maldinošu reklāmu.”

15. pants

Grozījumi Direktīvās 97/7/EK un 2002/65/EK

1. Direktīvas 97/7/EK 9. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“9. pants

Nepasūtītu preču pārdošana

Ņemot vērā nepasūtīto preču pārdošanas prakses aizliegšanu, kura paredzēta Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (*), dalībvalstis paredz vajadzīgos pasākumus, lai atbrīvotu patērētājus no jebkādas atlīdzības sniegšanas nepasūtītas piegādes gadījumos, un atbildes nesniegšana nav uzskatāma par piekrišanu.

(*) OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.”

▼B

2. Direktīvas 2002/65/EK 9. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“9. pants

Ņemot vērā nepasūtītu preču pārdošanas prakses aizliegšanu, kura paredzēta Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīvā 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (*), un neskarot dalībvalstu tiesību aktu noteikumus par distances līgumu automātisku atjaunošanu, ja šādi noteikumi pieļauj automātisku atjaunošanu, dalībvalstis veic pasākumus, lai atbrīvotu patērētājus no jebkurām saistībām nepasūtītas piegādes gadījumos, un atbildes nesniegšana nav uzskatāma par piekrišanu.

(*) OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.”

*16. pants***Grozījumi Direktīvā 98/27/EK un Regulā (EK) Nr. 2006/2004**

1. Direktīvas 98/27/EK pielikumā 1. punktu aizstāj ar šādu punktu:

“1. Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.).”

2. Pielikumu Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regulā (EK) Nr. 2006/2004 par to valsts iestāžu sadarbību, kas ir atbildīgas par tiesību aktu izpildi patērētāju tiesību aizsardzības jomā (“Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā”)⁽¹⁾, papildina ar šādu punktu:

“16. Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.).”

*17. pants***Informācija**

Dalībvalstis veic attiecīgus pasākumus, lai informētu patērētājus par saviem tiesību aktiem, ar kuriem pārņem šo direktīvu, un vajadzības gadījumā mudina tirgotājus un par kodeksu atbildīgās personas informēt patērētājus par viņu rīcības kodeksiem.

*18. pants***Pārskatīšana**

1. Komisija vēlākais līdz 2011. gada 12. jūnijam iesniedz Eiropas Parlamentam un Padomei vispusīgu ziņojumu par šīs direktīvas, un jo

⁽¹⁾ OV L 364, 9.12.2004., 1. lpp.

▼B

īpaši tās 3. panta 9. punkta, 4. panta un I pielikuma, piemērošanu, par turpmākas to Kopienas tiesību saskaņošanas un vienkāršošanas iespējām, kas attiecas uz patērētāju tiesību aizsardzību, un, ņemot vērā 3. panta 5. punktu, par pasākumiem, kas jāveic Kopienas līmenī, lai nodrošinātu to, ka saglabājas atbilstīga līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība. Ziņojumam vajadzības gadījumā pievieno priekšlikumu pārskatīt šo direktīvu vai citas attiecīgas Kopienas tiesību aktus.

2. Eiropas Parlaments un Padome saskaņā ar Līgumu cenšas pieņemt lēmumu divu gadu laikā pēc tam, kad Komisija ir iesniegusi kādu priekšlikumu saskaņā ar 1. punktu.

*19. pants***Pārņemšana**

Dalībvalstis pieņem un publicē normatīvos un administratīvos tiesību aktus, kas vajadzīgi, lai panāktu atbilstību šai direktīvai, vēlākais 2007. gada 12. jūnijā. Tās tūlīt par to informē Komisiju, kā arī neka vēloties informē Komisiju par jebkādiem vēlākiem grozījumiem.

Tās piemēro šos pasākumus vēlākais 2007. gada 12. decembrī. Kad dalībvalstis paredz minētos pasākumus, tajos ietver atsauci uz šo direktīvu vai arī šādu atsauci pievieno to oficiālai publikācijai. Dalībvalstis nosaka, kā izdarāma šāda atsauce.

*20. pants***Stāšanās spēkā**

Šī direktīva stājas spēkā nākamajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

*21. pants***Adresāti**

Šī direktīva ir adresēta dalībvalstīm.

*I PIELIKUMS***KOMERCPRAKSE, KAS JEBKUROS APSTĀKĻOS UZSKATĀMA PAR NEGODĪGU**

Maldinoša komercprakse

- 1) Ja tirgotājs uzdodas par rīcības kodeksa parakstītāju, bet tas neatbilst patiesībai.
- 2) Ja izstāda uzticības zīmes, kvalitātes zīmes vai līdzīgas zīmes bez vajadzīgās atļaujas iegūšanas.
- 3) Ja apgalvo, ka rīcības kodeksu apstiprināja valsts vai citas struktūras, bet tas neatbilst patiesībai.
- 4) Ja apgalvo, ka tirgotāju (tostarp viņa komercpraksi) vai produktu ir sertificējusi, ieteikusi vai atļāvuši lietot valsts vai privāta struktūra, bet tas neatbilst patiesībai, vai ja tādu apgalvojumu izsaka neatbilstīgi sertifikācijas, ieteikuma vai lietojuma atļaujas nosacījumiem.
- 5) Ja aicina iegādāties produktus par noteiktu cenu, neatklājot kādus saprātīgus iemeslus, kas tirgotājam varētu būt, lai domātu, ka viņš varētu nespēt šos vai līdzvērtīgus produktus piedāvāt, piegādāt vai nodrošināt iepirkumu no cita tirgotāja, par tādu pašu cenu, pieņemamā laikposmā un pieņemamos daudzumos, ņemot vērā produktu, reklāmas apjomu un piedāvāto cenu (ēsmas reklāma).
- 6) Ja aicina iegādāties produktus par noteiktu cenu un tad:
 - a) atsakās parādīt reklamēto priekšmetu patērētājiem

vai
 - b) atsakās pieņemt par to pasūtījumus vai piegādāt pieņemamā laikā,

vai
 - c) demonstrē tā bojātu eksemplāru,

lai veicinātu cita produkta pārdošanu (ēsmā un apmaiņā).
- 7) Ja nepatiesi apgalvo, ka produkts būs pieejams tikai ļoti ierobežotu laiku vai ka tas būs pieejams ar īpašiem noteikumiem tikai ļoti ierobežotu laika posmā, lai izvilinātu no patērētājiem tūlītēju lēmumu un atņemtu pietiekamu iespēju vai laiku pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu.
- 8) Ja uzņemas nodrošināt garantijas apkalpošanu patērētājiem, ar ko tirgotājs pirms darījuma ir sazinājies valodā, kas nav tās dalībvalsts oficiālā valoda, kurā tirgotājs atrodas, un tad piedāvā šo pakalpojumu, tikai citā valodā, skaidri neatklājot to patērētājam pirms viņa piekrišanas darījumam.
- 9) Ja apgalvo vai kā citādi rada iespaidu, ka ražojumu var pārdot legāli, bet tā nav.
- 10) Ja patērētāja likumīgās tiesības pasniedz kā īpašu tirgotāja piedāvājuma iezīmi.

▼B

- 11) Ja saziņas līdzekļos izmanto redakcionālu saturu produkta pārdošanas veicināšanai, ja tirgotājs ir samaksājis par pārdošanas veicināšanu, nenorādot uz to saturā vai ar patērētājiem skaidri saprotamu attēlu vai skaņu palīdzību (reklāmraksts). Tas neskar Direktīvu 89/552/EEK ⁽¹⁾.

▼M1

- 11a) Ja, atbildot uz patērētāja tiešsaistes meklēšanas vaicājumu, meklēšanas rezultāti tiek sniegti, skaidri neatklājot, ka tā ir apmaksāta reklāma vai ka ir veikti maksājumi par to, lai produktiem nodrošinātu augstāku ranžējumu meklēšanas rezultātos.

▼B

- 12) Ja izdara būtiski nepareizu apgalvojumu par patērētāja vai tā ģimenes personīgās drošības riska iedabu un apjomu, ja patērētājs neiegādājas produktu.
- 13) Ja produktu, kas ir līdzīgs kāda konkrēta ražotāja produktam, reklamē tā, lai apzināti maldinātu patērētāju, liekot viņam domāt, ka produktu ražojis tas pats ražotājs, lai gan tā nav.
- 14) Ja veido, veic vai veicina pārdošanas veicināšanas piramīdveida shēmu, saskaņā ar ko patērētāji maksā par iespēju saņemt kompensāciju, kas izriet galvenokārt no citu patērētāju iekļaušanas shēmā, nevis no produktu pārdošanas vai lietošanas.
- 15) Ja apgalvo, ka tirgotājs grasās pārtraukt tirdzniecību vai pārvākties uz citām telpām, bet tas neatbilst patiesībai.
- 16) Ja apgalvo, ka produkti spēj nodrošināt spēju laimēt azartspēlēs.
- 17) Ja nepatiesi apgalvo, ka produkts spēj izārstēt slimības, disfunkcijas vai defektus.
- 18) Ja sniedz būtiski nepatiesu informāciju par tirgus apstākļiem vai iespējām atrast produktu, lai pamudinātu patērētājus iegādāties produktu ar nosacījumiem, kas ir neizdevīgāki nekā normālos tirgus apstākļos.
- 19) Ja komercpraksē apgalvo, ka piedāvā konkursu vai balvas, bet aprakstītās balvas vai pieņemamu to ekvivalentu nesniedz.
- 20) Ja apraksta produktu kā “bezmaksas”, “par velti”, “bez atlīdzības” vai līdzīgi, ja patērētājam ir jāmaksā vēl kas vairāk par obligātajām izmaksām, kas rodas, reaģējot uz komercpraksi un saņemot produktu vai maksājot par tā piegādi.
- 21) Ja reklāmas materiālā iekļauj fakturrēķinu vai līdzīgu dokumentu, kas prasa samaksu, radot patērētājam iespaidu, ka viņš jau ir pasūtījis reklamēto produktu, bet tā nav.
- 22) Ja sniedz nepatiesu apgalvojumu vai rada nepatiesu priekšstatu, ka tirgotājs nedarbojas nolūkā, kas saistīts ar tā tirdzniecības, uzņēmējdarbības interesēm, amatu vai darba pienākumiem, vai nepatiesi uzdodas par patērētāju.
- 23) Ja rada nepatiesu priekšstatu, apgalvojot, ka produkta tehniskās apkopes pakalpojumi ir pieejami citā dalībvalstī, nevis tajā, kur produkts ticis pārdots.

⁽¹⁾ Padomes 1989. gada 3. oktobra Direktīva 89/552/EEK par dažu tādu televīzijas raidījumu veidošanas un apraides noteikumu koordinēšanu, kas ietverti dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos (OV L 298, 17.10.1989., 23. lpp.). Direktīvā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/36/EK (OV L 202, 30.7.1997., 60. lpp.).

▼ M1

- 23a) Pasākumu biļešu tālākpārdošana patērētājiem, ja tirgotājs tās iegādājies, izmantojot automatizētus līdzekļus, lai apietu noteiktos ierobežojumus attiecībā uz biļešu skaitu, ko viena persona var iegādāties, vai jebkurus citus noteikumus, kuri attiecas uz biļešu iegādi.
- 23b) Apgalvojums, ka atsauksmes par produktiem ir snieguši patērētāji, kuri faktiski lietojuši vai iegādājušies produktu, neveicot pamatotus un samērīgus pasākumus, lai pārbaudītu, vai šīs atsauksmes ir snieguši šādi patērētāji.
- 23c) Ja tiek sniegtas nepatiesas patērētāju atsauksmes vai ieteikumi vai cita juridiska vai fiziska persona tiek algota, lai sniegtu šādas atsauksmes vai ieteikumus, kā arī, ja patērētāju atsauksmes vai sociāli ieteikumi tiek sagrozīti, lai reklamētu produktus.

▼ B

Agresīva komercprakse

- 24) Ja rada iespaidu, ka patērētājs nevar atstāt telpas pirms līguma noslēgšanas.
- 25) Ja veic personīgas vizītes patērētāja mājās, ignorējot patērētāja lūgumu aiziet un neatgriezties, izņemot gadījumos, ciktāl tas pamatots ar attiecīgas valsts tiesību aktiem, lai piespiestu pildīt līgumiskus pienākumus.
- 26) Ja nāk klajā ar uzstājīgiem un nevēlamiem piedāvājumiem ar telefona, faksa, e-pasta vai cita saziņas līdzekļa starpniecību, izņemot gadījumos, ciktāl tas pamatots attiecīgo valsts tiesību aktos, lai piespiestu pildīt līgumiskus pienākumus. Tas neskar Direktīvas 97/7/EK 10. pantu, Direktīvu 95/46/EK ⁽¹⁾ un Direktīvu 2002/58/EK.
- 27) Ja patērētājam, kas vēlas izdarīt prasību par apdrošināšanas polisi, prasa iesniegt dokumentus, ko saprātīgi nevar uzskatīt par tādiem, kas attiecas uz prasības pamatotību, vai sistemātiski izvairās no atbildes uz attiecīgo saraksti ar mērķi atturēt patērētāju no līgumisku tiesību izmantošanas.
- 28) Ja reklamā iekļauj tiešu pārliecināšanu bērniem pirkt vai pierunāt vecākus vai citus pieaugušos pirkt viņiem reklamēto produktu. Šis noteikums neskar 16. pantu Direktīvā 89/552/EEK par televīzijas apraidi.
- 29) Ja prasa tūlītēju vai atliktu maksājumu par tirgotāja piegādātiem produktiem, ko patērētājs nav pasūtījis, vai prasa tos atdot vai glabāt, izņemot gadījumus, ja produkts ir aizstājējs, kas piegādāts saskaņā ar Direktīvas 97/7/EK 7. panta 3. punktu (nepasūtītu preču pārdošana).
- 30) Ja skaidri informē patērētāju, ka gadījumā, ja patērētājs neiegādāsies produktu vai pakalpojumu, tirgotāja darbs vai iztika būs briesmās.
- 31) Ja rada nepatiesu priekšstatu, ka patērētājs jau ir ieguvis, iegūs vai pēc noteiktas darbības veikšanas iegūs balvu vai citu priekšrocību, lai gan patiesībā:
- nekādas balvas vai citas priekšrocības nav
 - vai
 - iespēja pieprasīt balvu vai citu priekšrocību rodas, ja patērētājs samaksā naudu vai viņam rodas izmaksas.

⁽¹⁾ Eiropas Parlamenta un Padomes 1995. gada 24. oktobra Direktīva 95/46/EK par personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti (OV L 281, 23.11.1995., 31. lpp.). Direktīvā grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 1882/2003 (OV L 284, 31.10.2003., 1. lpp.).



II PIELIKUMS

KOPIENAS TIESĪBU AKTU NOTEIKUMI, AR KO PAREDZ REKLĀMAS UN KOMERCSAZIŅAS NOTEIKUMUS

4. un 5. pants Direktīvā 97/7/EK

3. pants Padomes 1990. gada 13. jūnija Direktīvā 90/314/EEK par kompleksiem ceļojumiem, kompleksām brīvdienām un kompleksām ekskursijām ⁽¹⁾

3. panta 3. punkts Eiropas Parlamenta un Padomes 1994. gada 26. oktobra Direktīvā 94/47/EK par pircēju aizsardzību attiecībā uz dažiem aspektiem līgumos, saskaņā ar kuriem pērk tiesības uz laiku izmantot nekustamo īpašumu ⁽²⁾

3. panta 4. punkts Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 16. februāra Direktīvā 98/6/EK par patērētāju aizsardzību, norādot patērētājiem piedāvāto produktu cenas ⁽³⁾

86. līdz 100. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2001. gada 6. novembra Direktīvā 2001/83/EK par Kopienas kodeksu, kas attiecas uz cilvēkiem paredzētām zālēm ⁽⁴⁾

5. un 6. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīvā 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību) ⁽⁵⁾

1.d pants Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 16. februāra Direktīvā 98/7/EK, ar ko groza Padomes Direktīvu 87/102/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz patēriņa kredītu ⁽⁶⁾

3. un 4. pants Direktīvā 2002/65/EK

1. panta 9. punkts Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 21. janvāra Direktīvā 2001/107/EK, ar ko groza Padomes Direktīvu 85/611/EEK par normatīvo un administratīvo aktu koordināciju attiecībā uz pārvedamu vērtspapīru kolektīvu ieguldījumu uzņēmumiem (PVKIU), lai paredzētu noteikumus attiecībā uz pārvaldības sabiedrībām un vienkāršotiem prospektiem ⁽⁷⁾

12. un 13. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 9. decembra Direktīvā 2002/92/EK par apdrošināšanas starpniecību ⁽⁸⁾

36. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 5. novembra Direktīvā 2002/83/EK par dzīvības apdrošināšanu ⁽⁹⁾

19. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 21. aprīļa Direktīvā 2004/39/EK par finanšu instrumentu tirgiem ⁽¹⁰⁾

⁽¹⁾ OV L 158, 23.6.1990., 59. lpp.

⁽²⁾ OV L 280, 29.10.1994., 83. lpp.

⁽³⁾ OV L 80, 18.3.1998., 27. lpp.

⁽⁴⁾ OV L 311, 28.11.2001., 67. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar Direktīvu 2004/27/EK (OV L 136, 30.4.2004., 34. lpp.).

⁽⁵⁾ OV L 178, 17.7.2000., 1. lpp.

⁽⁶⁾ OV L 101, 1.4.1998., 17. lpp.

⁽⁷⁾ OV L 41, 13.2.2002., 20. lpp.

⁽⁸⁾ OV L 9, 15.1.2003., 3. lpp.

⁽⁹⁾ OV L 345, 19.12.2002., 1. lpp. Direktīvā grozījumi izdarīti ar Padomes Direktīvu 2004/66/EK (OV L 168, 1.5.2004., 35. lpp.).

⁽¹⁰⁾ OV L 145, 30.4.2004., 1. lpp.

▼B

31. un 43. pants Padomes 1992. gada 18. jūnija Direktīvā 92/49/EEK par normatīvo un administratīvo aktu koordinēšanu attiecībā uz tiešo apdrošināšanu, kas nav dzīvības apdrošināšana ⁽¹⁾ (Trešā nedzīvības apdrošināšanas direktīva)

5., 7. un 8. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2003. gada 4. novembra Direktīvā 2003/71/EK par prospektu, kurš jāpublicē, publiski piedāvājot vērtspāpīrus vai atļaujot to tirdzniecību ⁽²⁾

⁽¹⁾ OV L 228, 11.8.1992., 1. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2002/87/EK (OV L 35, 11.2.2003., 1. lpp.).

⁽²⁾ OV L 345, 31.12.2003., 64. lpp.