

**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)

EIROPAS PARLAMENTS UN EIROPAS SAVIENĪBAS PADOME,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu, un jo īpaši tā 95. pantu,

ņemot vērā Komisijas priekšlikumu,

ņemot vērā Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinumu <sup>(1)</sup>,saskaņā ar Līguma 251. pantā noteikto procedūru <sup>(2)</sup>,

tā kā:

(1) Līguma 153. panta 1. punkts un 3. panta a) apakšpunkts paredz, ka Kopienai jāveicina augsts patērētāju aizsardzības līmenis, pieņemot pasākumus saskaņā ar Līguma 95. pantu.

(2) Saskaņā ar Līguma 14. panta 2. punktu iekšējais tirgus aptver telpu bez iekšējām robežām, kurā ir nodrošināta preču un pakalpojumu brīva aprīte un brīvība veikt uzņēmējdarbību. Izvērst godīgu komercpraksi telpā bez iekšējām robežām ir būtiski svarīgi, lai veicinātu pārrobežu darbību attīstību.

(3) Dalībvalstu tiesību aktos, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, ir ievērojamas atšķirības, kas var radīt būtiskus konkurences traucējumus un šķēršļus iekšējā tirgus sekmīgai

darbībai. Reklāmas jomā Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīva 84/450/EEK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu <sup>(3)</sup> paredz minimālos kritērijus tiesību aktu saskaņošanai attiecībā uz maldinošu reklāmu, bet neliedz dalībvalstīm saglabāt vai paredzēt pasākumus, kas nodrošina plašāku patērētāju tiesību aizsardzību. Tādēļ dalībvalstu noteikumi par maldinošu reklāmu būtiski atšķiras.

(4) Šīs atšķirības rada neskaidrību par to, kādas valsts noteikumi attiecas uz negodīgu komercpraksi, kas kaitē patērētāju ekonomiskajām interesēm un rada daudz šķēršļu, kuri ietekmē uzņēmējdarbību un patērētājus. Tādi šķēršļi uzņēmumiem palielina iekšējā tirgus brīvību izmantošanas izmaksas, jo īpaši, ja uzņēmumi vēlas nodarboties ar pārrobežu tirgdarbību, reklāmas kampaņām un pārdošanas veicināšanas pasākumiem. Šādi uzņēmumi arī vieš patērētājos neskaidrību par viņu tiesībām un mazina uzticību iekšējam tirgum.

(5) Tā kā nav vienādu noteikumu Kopienas līmenī, šķēršļus preču un pakalpojumu brīvai pārrobežu aprītei vai brīvībai veikt uzņēmējdarbību varētu pamatot ar Eiropas Kopienas Tiesas praksi tikmēr, kamēr ar tiem paredzēts sargāt atzītus mērķus saistībā ar sabiedrības interesēm un tie ir samērīgi ar šiem mērķiem. Ņemot vērā Kopienas mērķus, kas izklāstīti Līguma noteikumos un sekundārajos Kopienas tiesību aktos par pārvietošanās brīvību, un saskaņā ar Komisijas komerciālo komunikāciju politiku, kā izklāstīts Komisijas paziņojumā "Papildinājums Zaļajai grāmatai par komerciālajām komunikācijām iekšējā tirgū", tādi šķēršļi būtu jālikvidē. Šos šķēršļus var likvidēt, tikai izstrādājot Kopienas līmenī vienādus noteikumus, ar ko ievieš augsta līmeņa patērētāju aizsardzību, un Kopienas līmenī noskaidrojot dažus juridiskus jēdzienus, ciktāl tas vajadzīgs netraucētai iekšējā tirgus darbībai un lai atbilstu juridiskās noteiktības prasībai.

<sup>(1)</sup> OV C 108, 30.4.2004., 81. lpp.

<sup>(2)</sup> Eiropas Parlamenta 2004. gada 20. aprīļa Atzinums (OV C 104 E, 30.4.2004., 260. lpp.), Padomes 2004. gada 15. novembra Kopējā nostāja (OV C 38 E, 15.2.2005., 1. lpp.), Eiropas Parlamenta 2005. gada 24. februāra Nostāja (Oficiālajā Vēstnesī vēl nav publicēta) un Padomes 2005. gada 12. aprīļa Lēmums.

<sup>(3)</sup> OV L 250, 19.9.1984., 17. lpp. Direktīvā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/55/EK (OV L 290, 23.10.1997., 18. lpp.).

- (6) Tādēļ ar šo direktīvu tuvina dalībvalstu tiesību aktus par negodīgu komercpraksi, tostarp negodīgu reklāmu, kas rada tiešu kaitējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm, tādējādi radot netiešu kaitējumu likumīgu konkurentu ekonomiskajām interesēm. Ievērojot proporcionalitātes principu, šī direktīva sargā patērētājus no šādas negodīgas komercprakses sekām, ja tās ir būtiskas, bet tajā ir atzīts, ka dažos gadījumos ietekme uz patērētājiem var būt niecīga. Tā arī neaptver un neietekmē valsts tiesību aktus par negodīgu komercpraksi, kas rada kaitējumu tikai konkurentu ekonomiskajām interesēm vai attiecas uz tirgotāju darījumiem; pilnībā ņemot vērā subsidiaritātes principu, dalībvalstīs arī turpmāk varēs reglamentēt tādu praksi atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem, ja tās to gribēs. Šī direktīva arī neaptver un neietekmē Direktīvas 84/450/EEK noteikumus par reklāmu, kas maldina uzņēmējus, bet nemaldina patērētājus, un salīdzinošu reklāmu. Tāpat tā arī neietekmē pieņemto reklāmas un tirgdarbības praksi, piemēram, likumīgu preču izvietojumu, zīmolu diferencēšanu vai stimulu piedāvāšanu, kas var likumīgi ietekmēt to, kā patērētāji uztver produktus, un ietekmēt viņu rīcību, nemazinot spējas pieņemt uz informāciju balstītus lēmumus.
- (7) Šī direktīva attiecas uz komercpraksi, kas ir tieši saistīta ar to, kā ietekmēt patērētāju lēmumus veikt ar produktiem saistītus darījumus. Tā neattiecas uz komercpraksi, ko īsteno galvenokārt citiem nolūkiem, tostarp, piemēram, komerciālai saziņai, kas paredzēta ieguldītājiem, tas ir, gada ziņojumiem un korporatīviem reklāmas materiāliem. Tā neattiecas uz tiesiskām prasībām, kas saistītas ar gaumi un piedienīgumu, kuru ziņā pastāv lielas atšķirības starp dalībvalstīm. Tāda komercprakse kā, piemēram, klientu piesaistīšana publiskās vietās var nebūt vēlama dalībvalstu kultūras tradīciju dēļ. Attiecīgi būtu jāļauj dalībvalstīm turpināt savā teritorijā aizliegt komercpraksi atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem gaumības un pieklājības dēļ, pat ja tāda prakse neierobežo patērētāju izvēles brīvību. Šīs direktīvas, un jo īpaši tās galveno klauzulu, piemērošanā būtu jāņem vērā katra atsevišķā gadījuma konteksts.
- (8) Ar šo direktīvu patērētāju ekonomiskās intereses ir tieši aizsargātas no negodīgas uzņēmēju komercprakses pret patērētājiem. Tādējādi tā arī netieši sargā likumīgus uzņēmumus no konkurentiem, kas neievēro šajā direktīvā paredzētos spēles noteikumus, un tādēļ garantē godīgu konkurenci jomā, ko koordinē ar šo direktīvu. Ir zināms, ka ir citādi komercprakses veidi, kas, kaut gan nekaitē patērētājiem, var radīt kaitējumu konkurentiem un klientiem, kas ir uzņēmēji. Komisijai būtu rūpīgi jāpārbauda vajadzība pēc Kopienas rīcības negodīgas konkurences jomā ārpus šajā direktīvā paredzētām pilnvarām un vajadzības gadījumā jāiesniedz priekšlikums, kas attiektos uz šiem pārējiem negodīgas konkurences aspektiem.
- (9) Šī direktīva neskar atsevišķas prasības, ko ceļ personas, kam kāda negodīga komercprakse ir radījusi kaitējumu. Tā arī neskar Kopienas un valsts tiesību aktus, kas attiecas uz līgumtiesībām, intelektuālā īpašuma tiesībām, produktu veselīguma un drošuma aspektiem, uzņēmējdarbības veikšanas nosacījumiem un atļauju izsniegšanas sistēmām, tostarp tos, kas atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem attiecas uz azartspēlēm, Kopienas konkurences noteikumus un attiecīgo valstu tiesību aktus, ar ko tos īsteno. Dalībvalstis savā teritorijā, kur darbojas tirgotājs, tādējādi varēs saglabāt vai ieviest komercprakses ierobežojumus un aizliegumus attiecībā uz, piemēram, alkoholu, tabaku vai medikamentiem, balstoties uz rūpēm par patērētāju veselības aizsardzību un drošību. Finanšu pakalpojumi un nekustamais īpašums, dēļ to sarežģītības un tiem piemītošiem nopietniem riskiem, rada vajadzību pēc sīki izstrādātām prasībām, tostarp pozitīvu pienākumu uzlikšanu tirgotājiem. Tādēļ finanšu pakalpojumu un nekustamā īpašuma jomā šī direktīva neskar dalībvalstu tiesības rīkoties ārpus tajā paredzētajiem noteikumiem, aizsargājot patērētāju ekonomiskās intereses. Nav lietderīgi šeit reglamentēt dārgmetālu izstrādājumu raudzes standarta sertifikāciju un norādes.
- (10) Jānodrošina saskaņība starp šīs direktīvas un spēkā esošo Kopienas tiesību aktu noteikumiem, jo īpaši, ja sīki izstrādātus noteikumus par negodīgu komercpraksi piemēro konkrētās nozarēs. Ar šo direktīvu tādēļ groza Direktīvu 84/450/EEK, Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 20. maija Direktīvu 97/7/EK par patērētāju aizsardzību saistībā ar distances līgumiem <sup>(1)</sup>, Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 19. maija Direktīvu 98/27/EK par aizliegumiem saistībā ar patērētāju interešu aizsardzību <sup>(2)</sup> un Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 23. septembra Direktīvu 2002/65/EK par patēriņa finanšu pakalpojumu tālpārdošanu <sup>(3)</sup>. Šo direktīvu tādēļ piemēro tiktāl, ciktāl nav konkrētu noteikumu Kopienas tiesību aktos, kas reglamentē konkrētus negodīgas

(1) OV L 144, 4.6.1997., 19. lpp. Direktīvā grozījumi izdarīti ar Direktīvu 2002/65/EK (OV L 271, 9.10.2002., 16. lpp.).

(2) OV L 166, 11.6.1998., 51. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar Direktīvu 2002/65/EK.

(3) OV L 271, 9.10.2002., 16. lpp.

komercprakses aspektus, piemēram, prasības informācijai un noteikumus par to, kā informāciju pasniedz patērētājiem. Tā paredz patērētāju tiesību aizsardzību, ja attiecīgā nozarē nav konkrētu Kopienas tiesību aktu, un aizliedz tirgotājiem radīt nepareizu priekšstatu par produktu iedabu. Tas ir īpaši svarīgi attiecībā uz sarežģītiem produktiem, kas patērētājiem var radīt nopietnu apdraudējumu, piemēram, dažiem finanšu pakalpojumiem. Šī direktīva tāpat papildina Kopienas *acquis*, ko piemēro komercpraksi, kas rada kaitējumu patērētāju ekonomiskajām interesēm.

(11) Augstais konverģences līmenis, kas ir sasniegts, tuvinot valstu noteikumus ar šīs direktīvas starpniecību, rada vispārēju augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzību. Ar šo direktīvu nosaka vienotu vispārēju aizliegumu tādai negodīgai komercpraksi, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību. Ar to arī paredz noteikumus par agresīvu komercpraksi, kas pašreiz nav reglamentēta Kopienas līmenī.

(12) Saskaņošana būtiski stiprinās juridisku noteiktību gan patērētājiem, gan uzņēmējiem. Gan patērētāji, gan uzņēmēji varēs paļauties uz vienotu regulatīvu sistēmu, kas balstās uz skaidri definētiem juridiskiem jēdzieniem, kas visā Eiropas Savienībā reglamentē visus negodīgās komercprakses aspektus. Tādējādi būs likvidēti šķēršļi, kas radušies tā dēļ, ka noteikumi par negodīgu komercpraksi, kas kaitē patērētāju ekonomiskajām interesēm, ir sadrumstaloti, un šajā jomā varēs izveidot iekšējo tirgu.

(13) Lai sasniegtu Kopienas mērķus, likvidējot šķēršļus iekšējā tirgus darbībai, dalībvalstīs spēkā esošās atšķirīgās vispārējās klauzulas un tiesību principi jāaizstāj ar jaunām klauzulām un principiem. Tādēļ ar šo direktīvu nosaka vienotu kopēju, vispārēju aizliegumu, kas attiecas uz negodīgu komercpraksi, kas kropļo patērētāju saimniecisko rīcību. Lai stiprinātu patērētāju uzticību, vispārējais aizliegums būtu vienādi jāattiecinā uz negodīgu komercpraksi, ko veic vai nu ārpus jebkādam tirgotāju un patērētāju līgumsaistībām, vai pēc līguma noslēgšanas un tā izpildes laikā. Vispārēju aizliegumu īsteno, izstrādājot noteikumus par diviem vispierastākajiem komercprakses paveidiem, proti, maldinošu komercpraksi un agresīvu komercpraksi.

(14) Vēlams, lai maldinoša komercprakse ietvertu tādu praksi, arī maldinošu reklāmu, kas, maldinot patērētājus, viņiem liedz iespēju izdarīt pamatotu un tādējādi arī efektīvu izvēli. Atbilstīgi dalībvalstu tiesību aktiem un praksei, kas attiecas

uz maldinošu reklāmu, šī direktīva klasificē maldinošu praksi maldinošās darbībās un maldinošos noklusējumos. Attiecībā uz noklusējumiem šajā direktīvā ir noteikts ierobežots apjoms būtiskas informācijas, kas vajadzīga patērētājam, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu veikt darījumu. Tāda informācija nebūs jāizpauž visās reklāmās, bet tikai, ja tirgotājs nāk klajā ar uzaicinājumu veikt pirkumu, kas ir šajā direktīvā skaidri definēts jēdziens. Šajā direktīvā izmantotā pilnīgas saskaņošanas pieeja neliedz dalībvalstīm savos tiesību aktos precizēt īpašu produktu, piemēram, kolekcijas priekšmetu vai elektropreču, galvenās īpašības, kuru noklusēšana būtu būtiska, īstenojot uzaicinājumu veikt pirkumu. Šī direktīva neparedz mazināt patērētāju izvēli, aizliedzot tādu produktu popularizēšanu, kuri izskatās līdzīgi citiem produktiem, ja vien līdzība patērētājos nerada neskaidrību par produkta komerciālo izcelsmi un tādēļ maldina. Šai direktīvai nebūtu jāskar spēkā esošie Kopienas tiesību akti, kas skaidri dod dalībvalstīm iespēju izvēlēties starp vairākiem veidiem, kā reglamentēt patērētāju aizsardzību komercprakses jomā. Šai direktīvai jo īpaši nebūtu jāskar 13. panta 3. punkts Eiropas Parlamenta un Padomes 2002. gada 12. jūlija Direktīvā 2002/58/EK par personas datu apstrādi un privātās dzīves aizsardzību elektronisko komunikāciju nozarē (<sup>1</sup>).

(15) Ja Kopienas tiesības paredz prasības informācijai, kas ir saistītas ar komerciālu saziņu, reklāmu un mārketingu, šo informāciju saskaņā ar šo direktīvu uzskata par būtisku. Dalībvalstis varēs paturēt vai pievienot prasības informācijai, kas ir saistītas ar līgumtiesībām un kam ir līgumtiesiskas sekas, ja to atļauj minimālās klauzulas spēkā esošajos Kopienas tiesību instrumentos. Šīs direktīvas II pielikumā ietverts nepilnīgs saraksts ar tādām prasībām informācijai, kas ietvertas *acquis*. Ņemot vērā pilnīgo saskaņošanu, ko ievieš ar šo direktīvu, tikai informācija, kas ir pieprasīta Kopienas tiesību aktos, ir uzskatāma par būtisku saskaņā ar šīs direktīvas 7. panta 5. punktu paredzēto mērķi. Ja dalībvalstis, balstoties uz Kopienas tiesību minimālajām klauzulām, ir ieviesušas tādas prasības informācijai, kas ir stingrākas par Kopienas tiesību aktos noteiktajām, šādas papildu informācijas noklusējumu neuzskata par maldinošu noklusējumu saskaņā ar šo direktīvu. Turpretī dalībvalstis varēs atstāt spēkā vai ieviest vēl stingrākus noteikumus atbilstīgi Kopienas tiesību aktiem, lai patērētājiem nodrošinātu individuālu līgumisku tiesību aizsardzību augstākā līmenī, ja to pieļauj minimālās klauzulas Kopienas tiesību aktos.

(<sup>1</sup>) OV L 201, 31.7.2002., 37. lpp.

- (16) Noteikumiem par agresīvu komercpraksi būtu jāattiecas uz praksi, kas būtiski mazina patērētāju izvēles brīvību. Tāda prakse ietver uzmākšanos, piespiešanu, tostarp fiziska spēka izmantošanu, un nesamērīgu ietekmi.
- (17) Vēlams precizēt, kāda komercprakse ir negodīga visos apstākļos, lai nodrošinātu lielāku juridisku noteiktību. Tādēļ I pielikumā ietverts pilns visu šādas prakses paveidu saraksts. Šie ir vienīgie komercprakses piemēri, ko var uzskatīt par negodīgiem, neizvērtējot katra atsevišķa gadījuma atbilstību 5. līdz 9. pantam. Sarakstu var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.
- (18) Ir pareizi visus patērētājus aizsargāt pret negodīgu komercpraksi; taču kopš Direktīvas 84/450/EEK stāšanās spēkā Tiesa, izskatot lietas, kas saistītas ar reklāmu, ir atzinusi par vajadzīgu pārbaudīt šīs prakses ietekmi uz iedomātu tipisko patērētāju. Saskaņā ar proporcionalitātes principu un lai dotu iespēju efektīvi piemērot aizsargpasākumus, kas paredzēti šajā direktīvā, tajā par atsauces lielumu izmantots pietiekami labi informēts, kā arī pietiekami vērtīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ņemot vērā sociālos, kultūras un valodas faktorus, kā to interpretējusi Tiesa, bet tajā arī paredzēti noteikumi, lai novērstu tādu patērētāju izmantošanu, kuru īpašības tos padara mazāk aizsargātus pret negodīgu komercpraksi. Ja kāda komercprakse ir īpaši vēsta uz konkrētu patērētāju grupu, piemēram, bērniem, vēlams, ka šīs komercprakses ietekmi vērtē no attiecīgās grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa. Tādēļ ir lietderīgi tādu prakses veidu sarakstā, kuri visos apstākļos ir negodīgi, iekļaut noteikumu, kas, neieviešot pilnīgu bērniem paredzētas reklāmas aizliegumu, tos aizsargātu no tiešas pārliecināšanas par iegādi. Metode, ar kuru nosaka vidusmēra patērētāju, nav statistikas metode. Attiecīgo valstu tiesām un iestādēm būs jāizmanto pašu lemtspēja, lai noteiktu vidusmēra patērētāja tipisko reakciju katrā konkrētā gadījumā.
- (19) Ja konkrētas īpašības, piemēram, vecums, fiziski vai garīgi traucējumi vai lētticība, dara patērētājus īpaši viegli ietekmējamus ar kādu komercpraksi vai attiecīgu produktu un ja šī prakse var kropļot tikai tādu patērētāju saimniecisko rīcību tā, ka tirgotājs to var saprātīgi paredzēt, viņiem der nodrošināt pietiekamu aizsardzību, attiecīgo praksi vērtējot no attiecīgās grupas vidusmēra locekļa viedokļa.
- (20) Ir pareizi paredzēt vietu rīcības kodeksam, kas dotu tirgotājiem iespēju efektīvi piemērot šīs direktīvas principus konkrētās ekonomikas jomās. Nozarēs, kur tirgotāju rīcību reglamentē īpašas obligātas prasības, ir pareizi, ka šajos kodeksos arī dod norādījumus par prasībām attiecībā uz profesionālas rūpības ievērošanu šādās nozarēs. Kontrole, ko par kodeksu atbildīgās personas veic valstu vai Kopienas līmenī, lai novērstu negodīgu komercpraksi, var novērst vajadzību iesniegt prasības administratīvās iestādēs vai tiesā, un tādēļ tā būtu jāveicina. Lai sasniegtu augsta līmeņa patērētāju aizsardzību, varētu informēt patērētāju organizācijas un iesaistīt tās rīcības kodeksu izstrādē.
- (21) Personām vai organizācijām, kurām saskaņā ar attiecīgo valstu tiesību aktiem šajā jautājumā ir likumīgas intereses, jābūt pieejamiem tiesiskiem aizsardzības līdzekļiem, ar ko sākt tiesvedību pret negodīgu komercpraksi tiesā vai administratīvā iestādē, kas ir kompetenta pieņemt lēmumus par sūdzībām, vai sākt attiecīgu tiesvedību. Lai gan pierādīšanas pienākumu nosaka ar attiecīgās valsts tiesību aktiem, ir pareizi dot iespēju tiesām un administratīvām iestādēm pieprasīt tirgotājiem sagādāt pietiekamus pierādījumus par to apgalvoto faktu patiesumu.
- (22) Dalībvalstīm ir jānosaka sankcijas par šīs direktīvas noteikumu pārkāpumiem un jānodrošina to izpilde. Šādām sankcijām jābūt efektīvām, samērīgām un preventīvām.
- (23) Tā kā dalībvalstis nespēj pienācīgi sasniegt šīs direktīvas mērķus, proti, likvidēt iekšējā tirgus darbības šķēršļus, kas var būt attiecīgu valstu tiesību akti par negodīgu komercpraksi, un nodrošināt vispārēju augsta līmeņa patērētāju aizsardzību, tuvinot dalībvalstu normatīvos un administratīvos aktus par negodīgu komercpraksi, un tādēļ tos var labāk sasniegt Kopienas līmenī, Kopiena var paredzēt pasākumus saskaņā ar subsidiaritātes principu, kas izklāstīts Līguma 5. pantā. Saskaņā ar proporcionalitātes principu, kas izklāstīts minētajā pantā, šī direktīva ir samērīga ar mērķi likvidēt šķēršļus iekšējā tirgus darbībai un panākt vispārēju augsta līmeņa patērētāju aizsardzību.
- (24) Būtu lietderīgi pārskatīt šo direktīvu, lai nodrošinātu to, ka šķēršļi iekšējā tirgus darbībai ir likvidēti un augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzība ir sasniegta. Pēc pārskatīšanas Komisija varētu nākt klajā ar priekšlikumu grozīt šo direktīvu, un tas varētu paredzēt ierobežotu 3. panta 5. punktā minētās atkāpes termiņa pagarinājumu un/vai grozījumus citos patērētāju tiesību aizsardzības jomā pieņemtos tiesību aktos, kuri atspoguļo Komisijas patērētāju

tiesību aizsardzības politikas stratēģijā pausto apņemšanos pārskatīt spēkā esošo *acquis*, lai panāktu augsta līmeņa kopēju patērētāju aizsardzību.

- (25) Šī direktīva respektē pamattiesības un principus, kas jo īpaši ir atzīti Eiropas Savienības Pamattiesību hartā,

IR PIENĒMUŠI ŠO DIREKTĪVU.

## 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;
- c) "produkts" ir jebkura prece vai pakalpojums, tostarp nekustams īpašums, tiesības un pienākumi;
- 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 darījuma 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 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 pamatoti 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.

## 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.

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.

5. Dalībvalstis sešus gadus pēc 2007. gada 12. jūnija drīkst šīs direktīvas jomā turpināt piemērot savus noteikumus, ar ko paredz vairāk ierobežojumu vai prasību, salīdzinot ar šo direktīvu, un ar ko īsteno direktīvas, kurās ietvertas minimālās saskaņošanas klauzulas. Šiem pasākumiem jābūt būtiski nepieciešamiem, lai pienācīgi aizsargātu patērētājus pret negodīgu komercpraksi, un tiem jābūt samērīgiem ar šo sasniedzamo mērķi. Vajadzības gadījumā 18. pantā minētā pārskatīšanā var ietvert priekšlikumu par šīs atkāpes termiņa pagarināšanu uz turpmāku ierobežotu laiku.

6. Dalībvalstis tūlīt ziņo Komisijai par jebkuriem valsts noteikumiem, ko piemēro saskaņā ar 5. punktu.

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.
2. Komercprakse 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. Komercpraksi 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;

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 patērētāja preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām <sup>(1)</sup>, vai risks, kas varētu viņu apdraudēt.

2. Komercpraksi 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 uzņēmies, ja:

i) pienākums nav tikai vēlmju līmenī, bet ir stingrs un pierādāms,

un

ii) tirgotājs, veicot komercpraksi, norāda, ka rīcības kodekss viņam ir saistošs.

#### 7. pants

##### Maldinoša noklusēšana

1. Komercpraksi 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.

<sup>(1)</sup> OV L 171, 7.7.1999., 12. lpp.

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 tādas 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 pamatot ar aprēķināt iepriekš, cenas aprēķināšanas veids, kā arī vajadzības gadījumā visi papildu kravas, piegādes vai pasta maksājumi, vai, ja tādas maksājumus nevar pamatot ar aprēķināt iepriekš, fakts, ka šādi papildu maksājumi var būt iekasējami;
- d) maksāšanas, piegādes, darbības un sūdzību izskatīšanas procedūras, ja tās ir citādas, nekā to paredz profesionālā rūpība;
- e) atcelšanas vai atsaukšanas tiesību esamība, ja tās saistītas ar produktiem vai darījumiem.

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.

## 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 nelikumiskus 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.



## 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.

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.

#### 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.

#### 13. pants

##### Sankcijas

Dalībvalstis nosaka sankcijas gadījumiem, kad tiek pārkāpti šīs direktīvas piemērošanai pieņemtie valsts noteikumi, un veic visus vajadzīgus pasākumus, lai nodrošinātu šo sankciju piemērošanu. Šādām sankcijām jābūt efektīvām, samērīgām un preventīvām.

#### 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:

“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.

## 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."

(\* ) OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp."

## 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.”

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 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 nekavējoties informē Komisiju par jebkādiem vēlākiem grozījumiem.

(1) OV L 364, 9.12.2004., 1. lpp.

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.

Strasbūrā, 2005. gada 11. maijā

*Eiropas Parlamenta vārdā –  
priekšsēdētājs*  
J. P. BORRELL FONTELLES

*Padomes vārdā –  
priekšsēdētājs*  
N. SCHMIT

## I PIELIKUMS

## KOMERCPRAKSE, KAS JEBKUIROS 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 atļāvusi 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 (ēsmas un apmaiņa).
- 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.
- 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 <sup>(1)</sup>.
- 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.

<sup>(1)</sup> 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.).

## 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 valstu tiesību aktos, lai piespiestu pildīt līgumiskus pienākumus. Tas neskar Direktīvas 97/7/EK 10. pantu, Direktīvu 95/46/EK <sup>(1)</sup> 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 gadījumos, 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.

---

<sup>(1)</sup> 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 <sup>(1)</sup>

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 <sup>(2)</sup>

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

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 <sup>(4)</sup>

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) <sup>(5)</sup>

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 <sup>(6)</sup>

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 projektiem <sup>(7)</sup>

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

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

<sup>(1)</sup> OV L 158, 23.6.1990., 59. lpp.

<sup>(2)</sup> OV L 280, 29.10.1994., 83. lpp.

<sup>(3)</sup> OV L 80, 18.3.1998., 27. lpp.

<sup>(4)</sup> 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.).

<sup>(5)</sup> OV L 178, 17.7.2000., 1. lpp.

<sup>(6)</sup> OV L 101, 1.4.1998., 17. lpp.

<sup>(7)</sup> OV L 41, 13.2.2002., 20. lpp.

<sup>(8)</sup> OV L 9, 15.1.2003., 3. lpp.

<sup>(9)</sup> 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.).

19. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 21. aprīļa Direktīvā 2004/39/EK par finanšu instrumentu tirgiem <sup>(1)</sup>

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 <sup>(2)</sup> (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 vērtspapīrus vai atļaujot to tirdzniecību <sup>(3)</sup>

---

<sup>(1)</sup> OV L 145, 30.4.2004., 1. lpp.

<sup>(2)</sup> 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.).

<sup>(3)</sup> OV L 345, 31.12.2003., 64. lpp.