

32005L0029

11.6.2005

ОФИЦИАЛЕН ВЕСТНИК НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

L 149/22

**ДИРЕКТИВА 2005/29/ЕО НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА**  
от 11 май 2005 година

**относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета**

(„Директива за нелоялни търговски практики“)

(текст от значение за ЕИП)

ЕВРОПЕЙСКИЯТ ПАРЛАМЕНТ И СЪВЕТЪТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ,

като взеха предвид Договора за създаване на Европейската общност, и по-специално член 95 от него,

като взеха предвид предложението на Комисията,

като взеха предвид становището на Европейския икономически и социален комитет <sup>(1)</sup>,

действайки в съответствие с процедурата, определена в член 251 на Договора <sup>(2)</sup>,

като имат предвид, че:

- (1) Член 153, параграф 1 и параграф 3, буква а) от Договора предвиждат, че Общността допринася за постигане на високо ниво на защита на потребителите чрез приетите от нея мерки, съгласно член 95 от същия.
- (2) В съответствие с член 14, параграф 2 от Договора вътрешният пазар обхваща пространство без вътрешни граници, в което са гарантирани свободното движение на стоки и услуги и свободата на установяване. Развитието на лоялни търговски практики в рамките на това пространство без вътрешни граници, е от съществено значение за насърчаване развитието на трансгранични дейности.
- (3) Законите на държавите-членки отнасящи се до нелоялни търговски практики показват различия, които могат да създадат значителни пречки в областта на конкуренцията гладкото функциониране на вътрешния пазар. В областта на

рекламата Директива 84/450/ЕИО на Съвета от 10 септември 1984 г. относно заблуждаваща и сравнителна реклама <sup>(3)</sup> установява минимални критерии за хармонизиране на законодателството за заблуждаваща реклама, но не препятства държавите-членки да запазят в сила или приемат мерки, които осигуряват по-висока степен на защита за потребителите. В резултат, разпоредбите на държавите-членки уреждащи заблуждаващата реклама се различават значително.

- (4) Тези различия причиняват неяснота относно приложимите разпоредби на националното законодателство отнасящи се до нелоялните търговски практики като увреждат икономическите интереси на потребителите, и създават множество пречки накърняващи правата на търговци и потребители. Тези пречки повишават разходите за търговците при упражняване своите права на вътрешния пазар, в частност когато търговците желаят да осъществяват международен маркетинг, рекламни кампании и увеличаване на продажби. Също така подобни пречки правят потребителите несигурни в техните права и уронват доверието им във вътрешния пазар.
- (5) При отсъствието на еднакви общностни правила, пречките пред свободното движение на услуги и стоки през граница или пред свободата на установяване, могат да бъдат оправдани като се има предвид съдебната практика (основана върху прецеденти) на Съда на Европейските общности, но само доколкото, доколкото тези пречки се стремят да защитят цели в обществен интерес и съответстват на тези цели. С оглед целите на Общността установени в Договора и във вторичното законодателство във връзка със свободата на движение и в съответствие с политиката на Комисията за търговските съобщения, изложена в съобщението от Комисията, озаглавено „Последствия от Зелената книга за търговски връзки във вътрешния пазар“, такива пречки трябва да бъдат отстранени. Те могат да бъдат отстранени само чрез установяване на еднаква нормативна уредба на общностно ниво, която осигурява висока степен на защита на потребителите и чрез изясняване на някои правни концепции на равнище Общност, до степен, необходима за правилното функциониране на вътрешния пазар и за удовлетворяване на изискването за правна обезпеченост.

<sup>(1)</sup> ОВ С 108, 30.4.2004 г., стр. 81.

<sup>(2)</sup> Становище на Европейския парламент от 20 април 2004 г. (ОВ С 104 Е, 30.4.2004 г., стр. 260), Обща позиция на Съвета от 15 ноември 2004 г. (ОВ С 38 Е, 15.2.2005 г., стр. 1), Позиция на Европейския парламент от 24 февруари 2005 г. (все още не публикувана в Официален вестник) и Решение на Съвета от 12 април 2005 г.

<sup>(3)</sup> ОВ L 250, 19.9.1984 г., стр. 17. Директива, изменена с Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и Съвета (ОВ L 290, 23.10.1997 г., стр. 18).

- (6) Следователно настоящата директива сближава законодателствата на държавите-членки относно нелоялните търговски практики, включително нелоялната реклама, които пряко нарушават икономическите интереси на потребителите и в тази връзка непряко нарушават и икономическите интереси на конкурентите действащи законосъобразно. Следвайки принципа на пропорционалността, тази директива защитава потребителите от последиците на такива нелоялни търговски практики, които са съществени, но отчита, че в някои случаи въздействието върху потребителите може да бъде и незначително. Тази директива не засяга и не обхваща националните законодателства за нелоялни търговски практики, които увреждат само икономическите интереси на конкурентите, или които са свързани със сделките между търговци; отчитайки напълно принципа на субсидиарност, държавите-членки ще продължат да регулират такива практики по свое усмотрение, в съответствие с правото на Общността. Също така настоящата директива не обхваща, нито засяга разпоредбите на Директива 84/450/ЕИО относно реклама, която въвежда в заблуждение търговците, но не заблуждава потребителите, и относно сравнителната реклама. Нещо повече, настоящата директива не засяга приетите рекламни и маркетингови практики, като например, пускане на пазара на продукт отговарящ на законите изисквания, разграничаване на търговски марки или предлагане на поощрителни мерки, които въздействат на потребителските възприятия за продуктите законосъобразно и влияят върху тяхното поведение, без да накърняват способността на потребителя да вземе решение по собствено усмотрение.
- (7) Тази директива урежда търговски практики, пряко свързани с въздействието върху вземане на решения от потребителя отнасящи се до продукти. Тя не се отнася до търговски практики, осъществявани преди всичко за други цели, включително например, информация за инвеститори под формата на годишни доклади и корпоративна рекламна литература. Тя не урежда нормативни изисквания, свързани с добрите нрави, които варират значително в държавите-членки. Търговски практики, като например склоняване към търговия на улицата, може да са нежелани в държавите-членки поради културни съображения. Държавите-членки съответно трябва да са оправомощени да продължат да налагат забрана на търговски практики на тяхната територия, в съответствие със законодателството на Общността, поради причини, свързани с добрите нрави, дори и когато такива практики не ограничават потребителската свобода на избор. Трябва да се отчита в пълна степен контекста на индивидуалния свързан с прилагането на тази директива, особено общите клаузи от нея.
- (8) Тази директива пряко защитава икономическите интереси на потребителите от нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители. По този начин тя непряко защитава търговците отговарящи на законите изисквания от техните конкуренти, които не спазват разпоредбите ѝ и по този начин гарантира лоялната конкуренция в областите, които регулира. Изхожда се от разбирането, че има други търговски практики, които макар че не увреждат интересите на потребителите, могат да засегнат конкурентите и бизнес клиентите. Комисията трябва внимателно да проучи потребността от действия на Общността в областта на нелоялната конкуренция извън предмета на настоящата директива и, ако е необходимо, да изготви законодателно предложение, което да обхване други аспекти на нелоялната конкуренция.
- (9) Тази директива не накърнява индивидуалното право на иск на лицата увредени от нелоялни търговски практики. Тя не накърнява също и законодателството на Общността и националното законодателство в областта на облигационното право, правата върху интелектуалната собственост, здравословните условия и безопасността на стоките, условията за установяване на разрешителни режими, в това число и правилата които са свързани с хазартната дейност в съответствие с общностното право, а така също и правилата на общността в областта на конкуренцията и вътрешните разпоредби за тяхното прилагане. Така държавите-членки ще могат да запазват или въвеждат ограничения и забрани за търговски практики на основание защита на здравето и безопасността на потребителите на тяхна територия, независимо от местонахождението на седалището на търговеца, например относно алкохол, тютюн или фармацевтични препарати. Финансовите услуги и недвижимите имоти, поради тяхната сложност и присъщ висок риск, се нуждаят от подробни изисквания, включително и положителни задължения за търговците. По тази причина, в областта на финансовите услуги и недвижимите имоти, настоящата директива не засяга правото на държавите-членки да отидат извън нейните разпоредби, за да защитят икономическите интереси на потребителите. Тук не е уместно да се регулират удостоверяването и обозначаването на степента на чистота на изделията от благородни метали.
- (10) Необходимо е да се гарантира приемственост между настоящата директива и съществуващото законодателство на Общността, особено там където подробни разпоредби за нелоялни търговски практики се прилагат спрямо определени отрасли. Следователно настоящата директива изменя Директива 84/450/ЕИО, Директива 97/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 20 май 1997 г. относно защита на потребителя по отношение на договорите от разстояние <sup>(1)</sup>, Директива 98/27/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 19 май 1998 г. относно съдебни разпореждания във връзка със защитата на интересите на потребителите <sup>(2)</sup> и Директива 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 септември 2002 г. относно дистанционна търговия на потребителски финансови услуги <sup>(3)</sup>. Настоящата директива съответно се прилага само дотолкова, доколкото няма специфични законодателни разпоредби в Общностното право, регулиращи

(1) ОВ L 144, 4.6.1997 г., стр. 19. Директива, изменена с Директива 2002/65/ЕО (ОВ L 271, 9.10.2002 г., стр. 16).

(2) ОВ L 166, 11.6.1998 г., стр. 51. Директива, последно изменена с Директива 2002/65/ЕО.

(3) ОВ L 271, 9.10.2002 г., стр. 16.

специфични аспекти на нелоялни търговски практики, като например, информационни изисквания и правила за начина за предоставяне на информацията на потребителя. Тя осигурява защита за потребителите там, където няма специфично секторно законодателство на равнище Общността и забранява на търговците да създават невярна представа за естеството на стоките. Това е особено важно за сложните продукти с висок риск за потребителите, например, някои финансови услуги. Настоящата директива допълва достиженията на правото на Общността, приложимо към търговски практики увреждащи икономическите интереси на потребителите.

- (11) Високото ниво на сходство, постигнато чрез сближаването на националните разпоредби чрез настоящата директива, създава високо общностно ниво на защита на потребителите. Тази директива въвежда единна забрана на тези нелоялни търговски практики, които изопачават икономическото поведение на потребителите. Тя установява също така разпоредби за нелоялни търговски практики, които понастоящем не се регулират на равнище Общността.
- (12) Хармонизирането ще повиши значително правната сигурност както за потребителите, така и за търговците. Както потребителите, така и търговците ще разчитат на една единна регулаторна рамка, основана на ясно определени правни понятия, регулирайки всички аспекти на нелоялните търговски практики в рамките на Европейския съюз. Резултатът ще бъде премахване на пречките, произтичащи от разделянето на разпоредбите за нелоялни търговски практики, които нарушават икономическите интереси на потребителите и постигане на възможността за изграждане на вътрешен пазар в тази област.
- (13) С оглед постигане целите на Общността чрез отстраняване пречките на вътрешния пазар, е необходимо да се заменят съществуващите различаващи се общи клаузи и правни принципи. Следователно единствената обща генерална забрана, въведена от настоящата директива, обхваща нелоялните търговски практики, изопачаващи икономическото поведение на потребителите. За да поддържа потребителското доверие, общата забрана трябва да се прилага еднакво спрямо нелоялните търговски практики, които възникват в извъндоговорно отношение между търговец и потребител, или които произтичат след сключване на договор, по време на неговото изпълнение. Общата забраната се основава на правила за двата типа търговски практики, които се срещат най-често, а именно заблуждаващи търговски практики и агресивни търговски практики.
- (14) Желателно е заблуждаващите търговски практики да обхващат онези практики, включително заблуждаваща реклама, които чрез заблуждаващи действия не позволяват на потребителя да направи информиран и следователно ефективен избор. В съответствие със законодателствата и

практиките на държавите-членки относно заблуждаващата реклама настоящата директива класифицира заблуждаващите практики като заблуждаващи действия и бездействия. По отношение на бездействието, тази директива въвежда ограничен брой ключови елементи от информация, от която се нуждае потребителя, за да вземе решение за покупка на база информираност. Не е необходимо тази информация да се разпространява във всички реклами, а само когато търговецът прави предложение за продажба, което предложение е понятие — ясно определено в директивата. Цялостният подход за хармонизиране, възприет в тази директива, не изключва възможността държавите-членки да уредят в националното си законодателство основни характеристики на отделни стоки като например, вещи с колекционерска стойност, електрически стоки, споменаването на които би било съществен пропуск при отправяне на предложението за покупка. Тази директива няма за цел да ограничи правото на избор на потребителя чрез налагане на забрана върху промоцията на стоки, които приличат на други стоки, освен ако тази прилика обърква потребителите, относно търговския произход на стоката и следователно въвежда в заблуждение. Тази директива не трябва да противоречи на съществуващото законодателство на Общността, което изрично разрешава на държавите-членки да избират между няколко регулаторни подхода за защита на потребителите в областта на търговските практики. По-точно, настоящата директива не трябва да противоречи на член 13, параграф 3 от Директива 2002/58/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 юли 2002 г. относно обработката на лични данни и защита на правото на неприкосновеност на личността в сферата на електронните комуникации (1).

- (15) Когато законодателството на Общността определя информационните изисквания по отношение на търговски съобщения, реклама и маркетинг, тази информация се разглежда като съществена по смисъла на тази директива. Държавите-членки ще имат възможност да запазят или да добавят изискванията за информацията, свързани с облигационното право и последиците от него, когато това е предвидено съобразно минималните изисквания в съществуващите нормативни инструменти на Общността. Неизчерпателен списък на такива информационни изисквания се съдържа в приложение II. Отчитайки пълното хармонизиране, въведено от настоящата директива, само информацията изисквана в законодателството на Общността е от съществено значение за целите на член 7, параграф 5 от нея. Когато държавите-членки са въвели информационни изисквания, надвишаващи тези в законодателството на Общността, въз основа на минимални клаузи, споменаването на тази допълнителна информация няма да представлява пропуск въвеждащ в заблуждение по смисъла на настоящата директива. В противовес на това, държавите-членки ще имат възможност когато е предвидено в минималните изисквания на, да запазят или да въведат по-строги разпоредби в съответствие със законодателството на Общността, така че да осигурят по-високо ниво на защита на индивидуалните договорни права на потребителите.

(1) ОВ L 201, 31.7.2002 г., стр. 37.

- (16) Разпоредбите за агресивни търговски практики трябва да обхващат онези практики, които значително накърняват потребителската свобода на избор. Това са практики, използващи тормоз, принуда, включително използването на физическа сила и незаконно въздействие.
- (17) Желателно е тези търговски практики, които са нелоялни във всички случаи, да бъдат определени, за да се осигури по-висока правна сигурност. Приложение I съдържа пълния списък на всички такива практики. Това са единствените търговски практики, които може да считат за нелоялни, без оценка на индивидуални случаи съгласно разпоредбите на членове 5 до 9. Списъкът може да бъде променен само чрез изменение на директивата.
- (18) Целесъобразно е да се защитят всички потребители от нелоялни търговски практики; въпреки това след влизането в сила на Директива 84/450/ЕИО Съдът на Европейските общности намира за необходимо при вземане на решения по дела за реклама да проучва въздействието типичния национален потребител. Съобразно принципа на пропорционалност и с оглед ефективното прилагане на защитните мерки, съдържащи се в нея, настоящата директива приема като база за сравнение средния потребител, който е сравнително добре информиран и сравнително наблюдателен и предпазлив, като отчита обществените, културни и лингвистични фактори, както се тълкуват от Съда на Европейските общности, но също така съдържа разпоредби, които имат за цел да предотвратят злоупотребата с потребители, чиито качества ги правят особено уязвими към нелоялни търговски практики. Когато една търговска практика е насочена към точно определена група потребители, например деца, е желателно влиянието на търговската практика да се оцени с оглед на средния представител на тази група. Следователно е подходящо в списъка на практики, които са нелоялни при всички обстоятелства, да се включи разпоредба, която без да налага изрична забрана върху реклама, ориентирана към децата, да ги защитава от пряко убеждаване за покупка. Тестът за средния потребител не е статистически тест. Националните съдилища и властите ще трябва да използват своята собствена преценка за отсъждане на решения, като вземат предвид съдебната практика на Съда на Европейските общности, основана върху прецеденти, за да определят типичната реакция на средния потребител в конкретен случай.
- (19) Когато някои характеристики като например възраст, физическа или умствена слабост или лекомислие правят потребителите особено податливи към дадена търговска практика или към представения продукт, и икономическото поведение само на такива потребители е възможно да бъде изопачено от практиката по начин, който търговецът може да предвиди в разумни граници, то тогава е целесъобразно да се гарантира, че те са подходящо защитени с оценка на практиката, от гледна точка на средния представител на тази група.
- (20) Уместно е да се предвиди място за кодекси на поведението, които да позволяват на търговците да прилагат ефективно принципите на настоящата директива в конкретни икономически области. В отраслите, където има конкретни задължителни изисквания, регулиращи поведението на търговците, е редно те да предвиждат и доказателства относно дължимата професионална грижа в този отрасъл. Контролът, упражняван от субектите по този кодекс на национално или на ниво Общността, имащ за цел да премахне нелоялните търговски практики, може да избегне нуждата от прибягване до административни или юридически действия и следователно той трябва да бъде поощряван. Целейки високо ниво на защита на потребителите, потребителските организации трябва да получават информация и да участват в изготвянето на кодекси за етично поведение.
- (21) Лица или организации, които по силата на вътрешното законодателство имат правен интерес от този въпрос, трябва да имат законови средства за възбуждане на производство срещу нелоялни търговски практики, пред съда или административния орган, компетентни да вземат решение по жалби или да образуват съдебно производство. Доколкото е в правомощията на националното законодателство да определи тежестта на доказателствата, е подходящо да се даде възможност на съдилищата и административните власти да изискват от търговците представянето на доказателства относно точността на фактическия състав по искове, предявени от тях.
- (22) Необходимо е държавите-членки да определят санкции за нарушения по разпоредбите на настоящата директива и да гарантират тяхното изпълнение. Санкциите трябва да са ефективни, съразмерни и възпиращи.
- (23) Тъй като целите на настоящата директива, а именно да премахне пречките пред функционирането на вътрешния пазар, заложили националното законодателство за нелоялни търговски практики, и да осигури високо общо ниво на потребителска защита чрез сближаване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки за нелоялни търговски практики, не могат да бъдат постигнати в достатъчна степен от държавите-членки и следователно могат да бъдат постигнати в по-голяма степен на общностно ниво, Общността може да приеме мерки, в съответствие с принципа на субсидиарност, установен в член 5 от Договора. В съответствие с принципа на пропорционалност, заложен в този член, настоящата директива не се простира извън необходимото за премахване на пречките на вътрешния пазар и за постигане на висока степен на защита на потребителите.
- (24) Редно е да се преразгледа настоящата директива, за да се гарантира, че тя се отнася до пречките пред вътрешния пазар и до постигане на висока степен на защита на потребителите. Преразглеждането може да доведе до предложение на Комисията за изменение на директивата, което може

да включва ограничено разширение на обхвата на дерога-ция на член 3, параграф 5, и/или изменения на други законови актове за защита на потребителите, отразяващи ангажмента в стратегията на Комисията за потребителска политика във връзка с прегледа на достиженията на правото на Общността, с цел постигане на висока степен на единна защита на потребителите.

- (25) Тази директива зачита основните права и съблюдава принципите, признати по-специално в Хартата за основните права на Европейския съюз,

ПРИЕХА НАСТОЯЩАТА ДИРЕКТИВА:

## ГЛАВА 1

### ОБЩИ РАЗПОРЕДБИ

#### Член 1

##### Цел

Целта на настоящата директива е да допринесе за правилното функциониране на вътрешния пазар и постигане на високо ниво на защита на потребителите чрез сближаване на законовите, подзаконовите и административни разпоредби на държавите-членки по отношение на нелоялните търговски практики, накърняващи икономическите интереси на потребителите.

#### Член 2

##### Дефиниции

За целите на настоящата директива:

- а) „потребител“ означава всяко физическо лице, което по смисъла на търговските практики обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет извън неговото занятие, работа или професия;
- б) „търговец“ означава всяко физическо или юридическо лице, което, по смисъла на търговските практики обхванати от тази директива, осъществява дейност с предмет свързан с неговото занятие, работа или професия или всяко лице, което действа от името и/или за сметка на търговеца;
- в) „продукт“ означава всички стоки или услуги, включително недвижимо имущество, права и задължения;

- г) „търговски практики от търговците към потребителите“ (наричани по-долу за краткост „търговски практики“) са всяко действие, бездействие поведение или представяне, търговски съобщения, включително реклама и маркетинг, извършвани от търговец, пряко свързан с производството, продажба или доставка на стока до потребители;
- д) „съществено изопачаване на икономическото поведение на потребители“ означава използване на търговска практика, която значително накърнява способността на потребителя да вземе решение на база осведоменост, принуждаващо потребителя да вземе решение за сделка, което не би взел при други обстоятелства;
- е) „кодекс за поведение“ означава споразумение или набор от правила, незадължителни по силата на закон, подзаконен или административен акт на държава-членка, които определят поведението на търговци, поели задължението да спазват този кодекс по отношение на една или повече търговски практики или стопански отрасли;
- ж) „субект на кодекс“ означава всяко лице, включително търговец или група търговци, които носят отговорност за съставянето и преразглеждането на кодекс за поведение и/или за наблюдение на спазването на кодекса от онези, които са поели задължението да се обвържат с него;
- з) „дължима професионална грижа“ е норма на специални умения и грижи, очакващи се от търговеца да извърши спрямо потребителите в разумни граници, които умения съответстващи на честната пазарна практика и/или на общия принцип на добросъвестност в сферата на дейност на търговеца;
- и) „оферта за продажба“ означава търговско съобщение, което посочва характеристиките на стоката и цената по начин, съответстващ на използваните средства за търговски съобщения и следователно позволява на потребителя да направи покупка;
- й) „злоупотреба с влияние“ означава използване позиция на сила по отношение на потребителя, за да се прилага натиск, дори без използване на физическа сила или заплахата за такава, по начин, който значително ограничава способността на потребителя да вземе решение на база осведоменост;
- к) „решение за сделка“ означава всяко решение, взето от потребител относно това как и при какви условия да купи, да заплати изцяло или частично, да задържи или да се разпореди със стоката, или да упражни договорно право свързано със стоката, независимо дали потребителят решава да действа или се въздържа от действие;
- л) „регулирана професия“ означава професионална дейност или група професионални дейности, достъпът до които или упражняването на които, или един от начините за упражняване, зависи пряко или косвено, от притежаване на професионална правоспособност, съобразно законовите, подзаконовите и административните актове.

## Член 3

## Обхват

1. Настоящата директива се прилага по отношение на неоялни търговски практики от страна на търговците към потребителите, съгласно разпоредбата на член 5, преди, по време на и след търговска сделка във връзка със стока.

2. Настоящата директива не противоречи на облигационното право, и по-специално на правилата относно действителност, сключване или последиците на договора.

3. Настоящата директива не засяга националните или на Общността разпоредби относно здравеопазването и безопасността на стоките.

4. В случай на противоречие между разпоредбите на настоящата директива и други разпоредби на Общността, уреждащи специфични аспекти на неоялни търговски практики, вторите имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.

5. За период от шест години от 12 юни 2007 г. държавите-членки имат възможността да продължат да прилагат националните разпоредби в областта на настоящата директива, които са по-ограничителни или по-строги в сравнение с настоящата директива, и които транспонират директиви и съдържат клаузи за минимум хармонизиране. Тези мерки трябва да бъдат задължителни, за да гарантират, че потребителите са подходящо защитени срещу неоялни търговски практики и да са съразмерни за постигането на тази цел. Преразглеждането по член 18 може, ако се сметне за уместно, да включи предложение за удължаване на дерогиране за допълнителен ограничен срок.

6. Държавите-членки нотифицират незабавно Комисията за всички национални разпоредби, приложени въз основа на параграф 5.

7. Настоящата директива не засяга разпоредбите уреждащи компетентността на съдилищата.

8. Настоящата директива не засяга каквито и да е условия за регистрационни и разрешителни режими, или морални кодекси за поведение или други специфични правила, които уреждат регулирани професии, с цел поддържане на високи стандарти на почтеност от страна на представителите на професията, които държавите-членки могат да наложат на професионалистите в съответствие с правото на Общността.

9. По отношение на „финансови услуги“ по смисъла на Директива 2002/65/ЕО и недвижими имоти, държавите-членки могат да налагат изисквания, които са по-ограничителни или по-строгийт настоящата директива в областта, която тя урежда.

10. Настоящата директива няма юридическа сила по отношение прилагането на закони, подзаконови и административни разпоредби на държавите-членки, които се отнасят до удостоверяване и обозначаване степента на чистота на изделия от благородни метали.

## Член 4

## Вътрешен пазар

Държавите-членки няма да ограничават нито свободата за предоставяне на услуги, нито свободното движение на стоки по причини, попадащи в областта на сближаването постигнато с настоящата директива.

## ГЛАВА 2

## НЕЛОЯЛНИ ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ

## Член 5

## Забрана за неоялни търговски практики

1. Забраняват се неоялните търговски практики.
2. Една търговска практика е неоялна, ако:
  - а) противоречи на изискванията за дължимата професионална грижа,и
  - б) съществено изопачава или е възможно да изопачи съществено икономическото поведение по отношение на продукта на средния потребител, до когато достига или за когато е предназначена стоката, или на средния представител на група, когато една търговска практика е ориентирана към група потребители.
3. Търговски практики, които е възможно да изопачат съществено икономическото поведение само на ясно установима група потребители, които са особено уязвими към практиката или към основния продукт поради своята физическа или умствена недоразвитост, възраст или лекомислие по начин предвидим за търговеца, се оценяват от гледна точка на средния представител на тази група. Това не засяга обичайната и законосъобразна рекламна практика на преувеличени изявления или изявления, които не трябва да се приемат буквално.

4. По-специално търговските практики са неоялни, когато:

а) са заблуждаващи по смисъла на членове 6 и 7,

или

б) са агресивни по смисъла на членове 8 и 9.

5. Приложение I съдържа списъка на тези търговски практики, които се считат за неоялни при всякакви обстоятелства. Същият списък се прилага във всички държави-членки и може да бъде променен само чрез изменение на настоящата директива.

## Раздел 1

### Заблуждаващи търговски практики

#### Член 6

#### Заблуждаващи действия

1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която съдържа невярна информация и следователно е невярна, или по някакъв начин, включително когато посредством цялостното представяне заблуждава или е възможно да заблуди средният потребител, дори и ако съдържащата се в нея информацията е фактически точна, по отношение на един или повече от посочените по-долу елементи, и във всички случаи подтиква или е възможно да подтикне потребителя да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел:

- а) съществуването или естество на продукта;
- б) основните характеристики на продукта, като неговата наличност, преимущества, рискове, изпълнение, състав, принадлежност, сервизно обслужване на клиента и разглеждане на жалби, метод и дата на производство или предоставяне, доставка, срок на годност, употреба, количество, спецификация, географски или търговски произход, или резултатите, които могат да се очакват при неговата употреба, или резултатите и съществените характеристики от изпитвания или проверки, извършени върху продукта;
- в) обхват на задълженията на търговеца, мотивите за търговската практика и характеристика на продажбения процес, всяко изявление или символ относно пряко или косвено спонсорство, или преценка на търговеца или продукта;
- г) цената или начина, по който е формирана цената или съществуването на специфично ценово предимство;

д) потребността от сервизно обслужване, резервна част, подмяна или ремонт;

е) характера, качествата и правата на търговеца или неговия агент, като неговата самоличност и имущество, неговата квалификация, статус, одобрение, съдружие или обвързаност и права върху индустриална, търговска или интелектуална собственост или награди и отличия;

ж) правата на потребителя, включително правото на замяна или възстановяване на цената съгласно Директива 1999/44/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 25 май 1999 г. относно някои елементи на продажбата на потребителски стоки и свързаните с тях гаранции <sup>(1)</sup>, или рисковете, с които може да се сблъска.

2. Търговска практика също се счита за заблуждаваща, ако в нейния фактически контекст, отчитайки всичките ѝ характеристики и обстоятелства, тя подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел, и ако тя включва:

а) всякакво предлагане на продукт, включително сравнителна реклама, което създава объркване с други продукти, търговски марки, търговски наименования или други отличителни знаци на конкурент;

б) неспазване на задълженията, поети от търговеца, съдържащи се в кодекса за поведение, с търговецът се е обвързал, когато:

i) задължението не е само пожелателно, а е категорично и проверимо,

и

ii) търговецът указва в търговската практика, че е обвързан със задължение да спазва кодекса.

#### Член 7

#### Заблуждаващи бездействия

1. Заблуждаваща е тази търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички характеристики и обстоятелства и ограниченията на средството за комуникация, пропуска съществена информация, необходима на средния потребител съгласно контекста, за да вземе решение за сделка на база осведоменост и следователно подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

<sup>(1)</sup> ОВ L 171, 7.7.1999 г., стр. 12.

2. Заблуждаващо бездействие е също и търговска практика при която отчитайки характеристиките, описани в параграф 1, търговецът укрива или предоставя по неясен, неразбираем, двусмислен или несвоевременен начин такава съществена информация по смисъла на тази алинея, или когато пропуска да определи целта на търговската практика, ако вече не е ясна от контекста, и когато, и в двата случая това подтиква или е възможно да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

3. Когато средствата за комуникация при осъществяване на търговска практика налагат ограничения в пространството или времето, тези ограничения и всякакви мерки, предприети от търговеца за предоставяне на информация на потребителите чрез други средства, ще бъдат взети предвид при вземане на решението дали има пропусната информация.

4. В случай на оферта за покупка, информацията по-долу ще се счита за съществена, ако вече не е очевидна от контекста:

- а) основни характеристики на стоката, до степен, отговаряща на средството за комуникация и стоката;
- б) седалище и адрес на управление, географски адрес и самоличност на търговеца, като неговото търговско наименование и когато е приложимо, седалище и адрес на управление и идентичността на търговеца, за чиято сметка действа;
- в) цената, с включени данъци, или когато естеството на стоката е такова, че цената не може да бъде изчислена предварително, начинът по който цената се изчислява, а също когато е необходимо, всички допълнително разходи по транспорт, доставка или пощенски такси или, когато тези не могат да бъдат изчислени в разумни граници предварително, факта че такива допълнителни такси може да бъдат дължими от потребителя;
- г) уговорките за плащане, доставка, изпълнение и политика за разглеждане на жалби, ако те се отклоняват от изискванията за дължимата професионална грижа;
- д) за стоки и сделки, включващи право на отказ или прекратяване, наличието на такова право.

5. Изисквания за предоставяне на информация, установени в законодателството на Общността във връзка с търговски съобщения, включително реклама или продажби, неизчерпателен списък от които се съдържа в приложение II, се считат за съществени.

## Раздел 2

### Агресивни търговски практики

#### Член 8

### Агресивни търговски практики

Агресивна е търговска практика, която във фактически контекст, отчитайки всички нейни характеристики и обстоятелства, чрез тормоз, принуда, включително използване на физическа сила, или злоупотреба с влияние, значително накърнява или е възможно в значителна степен да накърни свободата на избор или поведение на средния потребител по отношение на стоката, и следователно го подтиква или е възможно да го подтикне да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

#### Член 9

### Използване на тормоз, принуда и злоупотреба с влияние

При определяне дали търговска практика използва тормоз, принуда, включително използване на физическа сила, или злоупотреба с влияние, се вземат предвид:

- а) изборът на време, мястото и степента на настойчивост;
- б) използването на заплахи или обидни думи или поведение;
- в) злоупотребата от страна на търговеца с всяко специфично нещастие или обстоятелство, от такава важност, че да накърни преценката на потребителя, което търговецът ясно съзнава, и да повлияе при решението му за продукта;
- г) всички обременителни или прекомерни недоговорни пречки, създадени от търговеца когато потребителят желае да упражни правата си по договора, включително правото да прекрати на договора или да промени стоката или търговеца;
- д) всяка заплаха за предприемане на противозаконни действия.



## ГЛАВА 3

## КОДЕКСИ ЗА ПОВЕДЕНИЕ

## Член 10

## Кодекси за поведение

Настоящата директива не изключва контрола, който държавите-членки насърчават, върху нелоялни търговски практики от страна на обвързалите се с кодекси и сезирането на тези органи от лица или организации по член 11, ако производствата пред тези органи са в допълнение на съдебните или административни съдопроизводства предвидени настоящия член.

Сезирането на такива контролни органи не се счита за отказ от съдебни или административни мерки за защита предвидени в член 11.

## ГЛАВА 4

## ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

## Член 11

## Въвеждане в действие

1. Държавите-членки осигуряват достатъчни и резултатни средства за борба срещу нелоялни търговски практики, с оглед постигане на съответствие с разпоредбите на настоящата директива в интерес на потребителите.

Такива средства включват законови разпоредби, съгласно които лица или организации придобили по силата на националното законодателство правен интерес към борбата с нелоялни търговски практики, включително конкуренти, могат:

а) да предявяват иски срещу такива нелоялни търговски практики;

и/или

б) да сезират административните органи, които са компетентни да разглеждат жалби, или да започнат съответната законова процедура.

Всяка държава-членка решава кои от тези средства за защита да предостави и дали да даде възможност на съдилищата или административните органи да изискват предварително изчерпване на

другите правни инструменти за разглеждане на жалби, включително онези по член 10. Тези средства за защита са трябва да са достъпни независимо дали засегнатите потребители са на територията на държавата-членка, където е регистриран търговеца, или в друга държава-членка.

Всяка държава-членка решава:

а) дали тези правни средства за защита могат да бъдат използвани независимо едно от друго или съвместно срещу много търговци от същия икономически отрасъл;

и

б) дали тези правни средства могат да бъдат насочени срещу субект на кодекс за поведение, когато този кодекс насърчава неспазване на правни изисквания.

2. Съгласно разпоредбата на параграф 1, държавите-членки предоставят на съдилищата или административните органи правомощия, когато те считат, че е необходимо, ръководейки се от интересите на всички страни, и по-специално от този на обществото:

а) да разпоредят прекратяване на, или да започнат съдопроизводство за прекратяване на нелоялни търговски практики;

или

б) ако нелоялната търговска практика все още не е осъществена, но е предстояща, да разпоредят забраната на практиката, или да започнат съдопроизводство за постановяване на забрана,

дори без доказване за действителни вреди, или умисъл или небрежност от страна на търговеца.

Държавите-членки също така издават разпоредби, които предвиждат възможност, за привеждане в изпълнение при ускорена процедура на мерките предвидени в първа алинея:

— било то с временно действие,

— или с окончателно действие,

като всяка държава-членка сама решава коя от двете възможности да избере.

Освен това държавите-членки може да делегират на съдилищата или административните органи правомощия с оглед премахване на продължаващи последици от нелоялни търговски практики, прекратяването на които е постановено с окончателно решение:

а) да изискат обнародване на постановеното решение напълно или частично и във форма, която считат за подходяща;

б) да изискат в допълнение към публикацията коригиращо изявление.

3. Административните органи по параграф 1 трябва:

а) да бъдат съставени така че да не оставят никакви съмнения относно тяхната безпристрастност;

б) да имат достатъчни правомощия при решаване на жалби, за да контролират и изискват ефективно прилагане на техните решения;

в) да мотивират своите решения.

Когато правомощията по параграф 2 се упражняват изключително от административния орган, неговите решения винаги трябва да бъдат мотивирани. Освен това, в този случай е необходимо да се предвиди процедура, според която неправилно или необосновано упражняване на правомощията от административния орган, или неправилния или необоснован отказ от правомощията може, да бъдат предмет на преглед по съдебен ред.

#### Член 12

#### Съдилища и административни органи: доказване на твърдения

Държавите-членки предоставят на съдилищата или административните органи правомощия, за граждански или административни производства, предвидени в член 11:

а) да изискат от търговеца да представи доказателства относно точността на фактически твърдения свързани с търговска практика ако, отчитайки законния интерес на търговеца и всяка друга страна по производството, такова изискване е уместно на база обстоятелствата по конкретния случай; и

б) да считат фактическите твърдения за погрешни, ако не са представени доказателствата изискани по точка а) или са счети за недостатъчни от съда или от административния орган.

#### Член 13

#### Санкции

Държавите-членки определят санкциите за нарушения на националните разпоредби, приети в изпълнение на настоящата директива и предприемат всички необходими мерки, за да гарантират тяхното изпълнение. Санкциите трябва да бъдат ефективни, съразмерни и разубеждаващи.

#### Член 14

#### Изменения в Директива 84/450/ЕИО

Директива 84/450/ЕИО с настоящото се изменя както следва:

1. Член 1 се заменя от следния:

#### „Член 1

Целта на настоящата директива е да защити търговците от заблуждаващата реклама и вредоносните последици от нея и да определи условията, при които сравнителната реклама е разрешена.“;

2. в член 2:

— точка 3 се заменя от следната:

„3. „търговец“ означава всяко физическо или юридическо лице което осъществява дейност с предмет свързани с неговото занятие, занаят, работа или професия и всяко лице, което действа от името или за сметка на търговец.“;

— добавя се следната точка:

„4. „субект на кодекс“ е всяко образувание, включително търговец или група търговци, носещи отговорност за съставянето и преразглеждането на кодекс за поведение и/или за контрол върху спазването на кодекса от онези, които са поели задължението да го спазват.“;

3. Член 3а се заменя със следния:

„Член 3а

1. Сравнителна реклама, що се отнася до сравнението, се разрешава когато са спазени следните условия:

- а) тя не е заблуждаваща по смисъла на член 2, параграф 2, член 3 и член 7, параграф 1 от настоящата директива или членове 6 и 7 от Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (\*);
- б) тя сравнява стоки или услуги задоволяващи еднакви потребности или с еднакво предназначение;
- в) тя обективно сравнява една или повече веществени, относими, проверими и представителни характеристики на тези стоки и услуги, които могат да включват и цена;
- г) тя не поставя под съмнение или опетнява търговски марки, търговски наименования, други отличителни знаци, стоки, услуги, дейности или обстоятелства на даден конкурент;
- д) за продукти с обозначение за произход, тя се отнася във всеки случай до продукти със същото обозначение;
- е) тя не се възползва нелоялно от доброто име в обществото на търговска марка, търговско наименование или други отличителни знаци на даден конкурент или от обозначението за произход на конкурентни продукти;
- ж) тя не представя стоки или услуги като имитации или копия на стоки или услуги, носещи запазена търговска марка или търговско наименование;
- з) тя не създава объркване сред търговците, между рекламодателя и конкурент, или между търговски марки на рекламодателя, търговски наименования, други отличителни знаци, стоки или услуги на рекламодателя и тези на конкурента.

4. Член 4, параграф 1 се заменя от следния текст:

„1. Държавите-членки осигуряват достатъчни и ефективни средства за борба със заблуждаващата реклама с оглед постигане на съответствие с разпоредбите за сравнителна реклама в интерес на търговците и конкурентите. Такива средства включват правни разпоредби, съгласно които лица или организации, които по силата на вътрешното законодателство притежават правен интерес от борбата със заблуждаващата реклама или регулиращи сравнителна реклама, могат:

- а) да предявяват съдебни иски срещу такава реклама;

или

- б) да сезират административния орган, който е компетентен да разглежда жалби или да възбужда съдебно производство, за наличието на такава реклама.

Всяка държава-членка решава кои от тези средства за защита да предостави и дали да даде възможност на съда или административните органи да изискват предварително изчерпване на другите установени средства за разглеждане на жалби, включително предвидените по член 5.

Всяка държава-членка решава:

- а) дали тези правни средства за защита могат да бъдат използвани поотделно или в съвкупност срещу множество търговци от същия икономически отрасъл;

и

- б) дали тези правни средства за защита могат да бъдат насочени срещу субект на кодекс за поведение, когато съответният кодекс насърчава неспазване на правни изисквания.“;

5. Член 7, параграф 1 се заменя от следния текст:

„1. Настоящата директива не създава пречка за запазване или приемане от държавите-членки на разпоредби с оглед осигуряване на по-разширена защита за търговци и конкуренти във връзка със заблуждаващата реклама.“

(\* ) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“;

## Член 15

**Изменения на Директиви 97/7/ЕО и 2002/65/ЕО**

1. Член 9 от Директива 97/7/ЕО се заменя от следният член:

„Член 9

**Доставяне на непоръчани стоки по домовете**

Като отчитат забраната на практики за доставяне на непоръчани стоки по домовете, определена в Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (\*); държавите-членки вземат мерки, необходими за освобождаване на потребителя от всякаква насрещна престация, в случай на непоръчана доставка, като мълчанието не съставлява съгласие.

(\*) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“

2. Член 9 от Директива 2002/65/ЕО се заменя от следния:

„Член 9

Като отчитат забраната на практики за доставяне на непоръчани стоки по домовете, определена в Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (\*), и без да се засягат разпоредбите от вътрешното законодателство на държавите-членки за мълчаливото подновяване на продажби от разстояние, когато такива разпоредби разрешават мълчаливото подновяване, държавите-членки вземат мерки за освобождаване на потребителя от всякаква насрещна престация, като мълчанието не съставлява съгласие.

(\*) ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22.“

## Член 16

**Изменения на Директива 98/27/ЕО и Регламент (ЕО) № 2006/2004**

1. В приложението към Директива 98/27/ЕО, т. 1 се заменя от следния текст:

„1. Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).“

2. В приложението към Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 г. за сътрудничество между националните органи, отговорни за изпълнението на закона за защита на потребителите (Регламент за сътрудничество в защитата на потребителите) <sup>(1)</sup> се добавя следната точка:

„16. Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 г. относно нелоялните търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).“

## Член 17

**Информация**

Държавите-членки предприемат подходящи мерки за уведомяване на потребителите за националното законодателство, отразяващо настоящата директива и когато е необходимо, насърчават търговци и субекти на кодекси да осведомяват потребителите за техните кодекси за поведение.

## Член 18

**Преглед**

1. До 12 юни 2011 г. Комисията предоставя на Европейския парламент и на Съвета изчерпателен доклад за прилагането на настоящата директива, по-специално на член 3, параграф 9 и член 4, и на приложение I, за обхвата на по-нататъшното хармонизиране и опростяване на законодателството на Общността, отнасящо се до защитата на потребителите и в съответствие с член 3, параграф 5, за всички мерки които трябва да се вземат на равнище Общността за да се гарантира добра степен на защита на потребителите. Докладът се съпровожда, ако е необходимо, от предложение за поправки в настоящата директива или в други области от законодателството на Общността.

2. Европейският парламент и Съветът полагат усилия да предприемат действия по разглеждане на предложението в съответствие с Договора, в срок до две години от внасянето му в Комисията, за всяко представено предложение по параграф 1.

## Член 19

**Транспониране**

Държавите-членки приемат и публикуват законовите, подзаконовите и административни разпоредби, необходими за привеждане в съответствие с настоящата директива в срок до 12 юни 2007 г. Те информират Комисията за това, както и за всякакви последващи изменения незабавно.

<sup>(1)</sup> ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1.

Държавите-членки прилагат тези мерки от 12 декември 2007 г., когато те влизат в сила. Когато държавите-членки приемат тези мерки, те препращат към настоящата директива или се придружават от препращащи текстове при официалното им публикуване. Държавите-членки сами избират процедура, по която се извършва препращането.

*Член 20*

**Влизане в сила**

Настоящата директива влиза в сила в деня след нейното публикуване в *Официален вестник на Европейския съюз*.

*Член 21*

**Адресати**

Адресати на настоящата директива са държавите-членки.

Съставено в Страсбург на 11 май 2005 година.

*За Европейския парламент*

*Председател*

J. P. BORRELL FONTELLES

*За Съвета*

*Председател*

N. SCHMIT

## ПРИЛОЖЕНИЕ I

**ТЪРГОВСКИ ПРАКТИКИ, КОИТО СЕ СЧИТАТ ЗА НЕПОЯЛНИ ПРИ ВСИЧКИ ОБСТОЯТЕЛСТВА**

## Заблуждаващи търговски практики

1. Твърдение за присъединяване като страна по кодекс за поведение, когато търговецът не е такава.
2. Представяне на знак за доверие, знак за качество или техен еквивалент, без да е получено необходимото разрешение.
3. Твърдение че кодексът за поведение е утвърден от обществен или друг орган, което е неистинско.
4. Твърдение, че търговец (включително неговите търговски практики) или продукт е одобрен, утвърден или разрешен от обществен или друг орган, което е неистинско или предявяване на такова твърдение, без да отговаря на условията за одобрение, утвърждаване или разрешение.
5. Отправяне на оферта за продажба на продукти на дадена цена, без наличие на никакво разумно основание, от страна на търговеца да вярва, че няма да е способен да предложи и достави или да осигури друг търговец да достави въпросните или равностойни продукти на същата цена, за период и в количества, които са разумни с оглед естеството на продукта, мащаба на рекламата и предложената цена (примамваща реклама).
6. Отправяне на оферта за продажба на продукти на определена цена и след това:
  - a) отказ да покаже рекламираното изделие на потребителите;  
  
или
  - b) отказ да приеме поръчки за него или да го достави в разумен срок;  
  
или
  - v) показване на дефектен образец на изделието,  
  
с цел да се наложи на пазара различен продукт (примамване и подмяна).
7. Невярно твърдение, че продуктът ще бъде наличен само за ограничен период от време, или ще бъде наличен при определени условия само за ограничен период от време, с цел да се предизвика незабавно решение и да се лишат потребителите от достатъчна възможност или време да направят избор на база осведоменост.
8. Обещание за осигуряване на сервизно обслужване на потребители, с които търговецът е общувал преди сделката, на език който не е официален език на държавата-членка, където е седалището на търговеца, и след това извършване на такова обслужване само на друг език, без ясно да се посочи това на потребителя, преди потребителят да извърши сделката.
9. Заявяване или създаване на впечатление по друг начин, че един продукт може да се продава законно, когато това не е така.

10. Представяне на права, произтичащи за потребителите от закона, като отличителна черта на предложението на търговеца.
11. Използване на редакционен материал в медиите за реклама на продукт, за чиято реклама търговецът е платил, без да пояснява това в съдържанието, или чрез образи или звуци, ясно разпознаваеми от потребителя (позоваваща се). Това е без да се засягат разпоредбите на Директива 89/552/ЕИО на Съвета <sup>(1)</sup>.
12. Твърдение със съществени неточности относно естеството и степента на риска за личната сигурност на потребителя или неговото семейство, ако потребителят не закупи продукта.
13. Рекламирање на продукт, сходен с продукт произведен от конкретен производител, по начин, по който умишлено въвежда в заблуждение потребителя, като го подтиква да вярва, че продуктът е произведен от същия производител, когато това не е така.
14. Създаване, използване или реклама на пирамидална схема, в която вниманието на потребителя е насочено върху възможността да получи плащане, което ще дойде от привличането на други потребители в схемата, вместо от продажбата или употребата на продукти.
15. Твърдение, че търговецът има намерение да прекрати търговската си дейност или да се премести в друг търговски обект, когато това не е така.
16. Твърдение, че продуктите са в състояние да подпомогнат за спечелване при игри на късмета.
17. Невярно твърдение, че един продукт е може да лекува болести, нарушени функции или вродени дефекти.
18. Подаване на съществено неточна информация относно пазарни условия, или информация за възможността да бъде намерен продукта, с цел да склони потребителя да придобие продукта при по-малко благоприятни условия от нормалните за пазара.
19. Твърдение за търговска практика, при която се предлага конкурс или промоционални награди, без последващо връчване на описаните награди или разумен техен еквивалент.
20. Описване на продукт като „даром“, „безплатен“, „без наложен платеж“ или подобни, ако потребителят трябва да плати допълнително освен неизбежната цена за участие в търговската практика (обичайната цена за закупуването) и за получаването или доставянето на изделието.
21. Прилагане на фактура към маркетингов материал или на друг подобен документ за дължима престация, който създава у потребителя впечатление за вече поръчан продукт, когато това не е така.
22. Отправяне на невярно твърдение или създаване на впечатление, че търговецът не действа за цели касаещи неговото занятие, работа, занаят или професия, или невярно представяне на себе си като потребител.
23. Създаване на невярно впечатление, че сервизно обслужване на продукта е налично в държава-членка, различна от тази в която продаден продукта.

<sup>(1)</sup> Директива 89/552/ЕИО на Съвета от 3 октомври 1989 г. за координиране на някои разпоредби, определени чрез правно, регулативно или административно действие в държави-членки относно упражняване на дейности по разпространение на телевизионни предавания (ОВ L 298, 17.10.1989 г., стр. 23). Директива, изменена с Директива 97/36/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от (ОВ L 202, 30.7.1997 г., стр. 60).

## Агресивни търговски практики

24. Създаване на впечатление, че потребителят не може да напусне помещението, докато не се направи договор.
25. Извършване на частни посещения в дома на потребителя, пренебрегвайки молбата на потребителя да напусне или да не се връща, освен при обстоятелства и в степен, предвидени от националното законодателство, с оглед изпълнение на договорно задължение.
26. Извършване на упорито и нежелано увещаване по телефон, факс, електронна поща или други дистанционни медии, освен при обстоятелства и в степен, предвидени от националното законодателство, с оглед изпълнение на договорно задължение. Това е без да се засягат разпоредбите на член 10 от Директива 97/7/ЕО и Директиви 95/46/ЕО <sup>(1)</sup> и 2002/58/ЕО.
27. Изискване от потребител, който претендира изплащане на застрахователна полица, да представи документи, които не биха могли разумно да се считат за уместни, като например дали претенцията е действителна, или систематична липса на отговори на кореспонденция, отнасяща се до това, с цел да разубеди потребителя от упражняване на неговите договорни права.
28. Включване в реклама на директно увещаване на деца да закупят рекламираните продукти или убеждаване на техните родители или други възрастни да закупят рекламираните продукти за тях. Тази разпоредба не противоречи на член 16 от Директива 89/552/ЕИО за разпространение на телевизионни предавания.
29. Настояване за незабавно или разсрочено във времето плащане на продукти, или връщане или съхранение на продукти, доставени от търговеца, но не поръчани от потребителя, освен когато продуктът е заместител, доставен в съответствие с член 7, параграф 3 от Директива 97/7/ЕО (изпращане на непоръчани стоки по домовете).
30. Изрично уведомяване на потребителя, че ако не купи продукта или услугата, ще бъде застрашена работата или прехраната на търговеца.
31. Създаване на невярно впечатление, че потребителят вече е спечелил, ще спечели, или при извършване на конкретно действие ще спечели награда или друга еквивалентна облага, когато всъщност:
  - няма награда или друга еквивалентна облага,
  - или извършването на каквото и да е действие във връзка с предявяване на претенция за наградата или друга еквивалентна облага, е повод за заплащане на пари от потребителя.

---

<sup>(1)</sup> Директива 95/46/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 24 октомври 1995 г. за защита на личността във връзка с обработката на лични данни и свободното движение на такива данни (ОВ L 281, 23.11.1995 г., стр. 31). Директива, изменена с Регламент (ЕО) № 1882/2003 (ОВ L 284, 31.10.2003 г., стр. 1).



## ПРИЛОЖЕНИЕ II

**ЗАКОНОДАТЕЛСТВО НА ОБЩНОСТТА, ВЪВЕЖДАЩО ПРАВИЛА ЗА РЕКЛАМАТА И ТЪРГОВСКИТЕ СЪОБЩЕНИЯ**

Членове 4 и 5 от Директива 97/7/ЕО

Член 3 от Директива 90/314/ЕИО на Съвета от 13 юни 1990 г. относно групови туристически пътувания, групови туристически ваканции и групови туристически обиколки <sup>(1)</sup>

Член 3, параграф 3 от Директива 94/47/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 26 октомври 1994 г. относно защитата на купувачите с оглед на определени аспекти на договорите за придобиване частично право на ползване на недвижим имот за определен период <sup>(2)</sup>

Член 3, параграф 4 от Директива 98/6/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. относно защитата на потребителите при обозначаването на цените на продуктите, предлагани на потребителите <sup>(3)</sup>

Членове 86—100 от Директива 2001/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 6 ноември 2001 г. относно кодекс на Общността във връзка с лекарствените продукти за хуманна употреба <sup>(4)</sup>

Членове 5 и 6 от Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 г. за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и в частност на електронната търговия на вътрешния пазар („Директива за електронната търговия“) <sup>(5)</sup>

Член 1, буква г) от Директива 98/7/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 16 февруари 1998 г. за изменение и допълнение на Директива 87/102/ЕИО за сближаването на законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки, отнасящи се до потребителския кредит <sup>(6)</sup>

Членове 3 и 4 от Директива 2002/65/ЕО

Член 1, параграф 9 от Директива 2001/107/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 януари 2002, изменяща Директива 85/611/ЕИО на Съвета, за съгласуване на законовите, подзаконовите и административните разпоредби относно дружествата за колективно инвестиране в прехвърляеми ценни книжа, (ПКИПЦК) с оглед регулиране дейността на дружества и опростени проспекти <sup>(7)</sup>

Членове 12 и 13 от Директива 2002/92/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 9 декември 2002 г. за застрахователното посредничество <sup>(8)</sup>

Член 36 от Директива 2002/83/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 5 ноември 2002 г. относно животозастраховането <sup>(9)</sup>

<sup>(1)</sup> ОВ L 158, 23.6.1990 г., стр. 59.

<sup>(2)</sup> ОВ L 280, 29.10.1994 г., стр. 83.

<sup>(3)</sup> ОВ L 80, 18.3.1998 г., стр. 27.

<sup>(4)</sup> ОВ L 311, 28.11.2001 г., стр. 67. Директива, последно изменена с Директива 2004/27/ЕО (ОВ L 136, 30.4.2004 г., стр. 34).

<sup>(5)</sup> ОВ L 178, 17.7.2000 г., стр. 1.

<sup>(6)</sup> ОВ L 101, 1.4.1998 г., стр. 17.

<sup>(7)</sup> ОВ L 41, 13.2.2002 г., стр. 20.

<sup>(8)</sup> ОВ L 9, 15.1.2003 г., стр. 3.

<sup>(9)</sup> ОВ L 345, 19.12.2002 г., стр. 1. Директива, изменена с Директива 2004/66/ЕО на Съвета (ОВ L 168, 1.5.2004 г., стр. 35).

Член 19 от Директива 2004/39/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 21 април 2004 г. за пазарите на финансови инструменти <sup>(1)</sup>

Членове 31—43 от Директива 92/49/ЕИО на Съвета от 18 юни 1992 г. за съгласуване на законовите, подзаконовите и административни разпоредби относно прякото застраховане, различно от животозастраховането <sup>(2)</sup> (Трета директива за застраховки, различни от животозастраховане)

Членове 5, 7 и 8 от Директива 2003/71/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 4 ноември 2003 г. относно предстоящо публикуване на проспекта при публично предлагане на ценни книжа или когато се допускат ценни книжа до търгуване <sup>(3)</sup>

---

<sup>(1)</sup> ОВ L 145, 30.4.2004 г., стр. 1.

<sup>(2)</sup> ОВ L 228, 11.8.1992 г., стр. 1. Директива, изменена с Директива 2002/87/ЕО на Европейския парламент и на Съвета (ОВ L 35, 11.2.2003 г., стр. 1).

<sup>(3)</sup> ОВ L 345, 31.12.2003 г., стр. 64.