

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY 2005/29/ES

z 11. mája 2005

o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“)

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva, najmä na jej článok 95,

so zreteľom na návrh Komisie,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru ⁽¹⁾,konajúc v súlade s postupom stanoveným v článku 251 zmluvy ⁽²⁾,

keďže:

- (1) Článok 153 ods. 1 a ods. 3 písm. a) zmluvy ustanovuje, že Spoločenstvo má prispievať k dosiahnutiu vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa prostredníctvom opatrení prijímaných podľa článku 95 zmluvy.
- (2) V súlade s článkom 14 ods. 2 zmluvy vnútorný trh zahŕňa priestor bez vnútorných hraníc, v ktorom je zaručený voľný pohyb tovarov a služieb a sloboda usadiť sa. Rozvoj poctivých obchodných praktík v priestore bez vnútorných hraníc je nevyhnutný pre podporu rozvoja cezhraničných aktivít.
- (3) Právne predpisy členských štátov týkajúce sa nekalých obchodných praktík vykazujú zreteľné rozdiely, ktoré môžu spôsobovať značné narušenie hospodárskej súťaže a prekážky pre hladké fungovanie vnútorného trhu.

V oblasti reklamy stanovuje smernica Rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984 o klamlivej a porovnávacej reklame ⁽³⁾ minimálne kritériá pre harmonizáciu právnych predpisov o klamlivej reklame, ale nebráni členským štátom, aby si zachovali alebo prijali opatrenia, ktoré poskytujú spotrebiteľom rozsiahlejšiu ochranu. V dôsledku toho sa právne predpisy členských štátov o klamlivej reklame podstatne líšia.

- (4) Tieto rozdiely spôsobujú neistotu, pokiaľ ide o to, ktoré vnútroštátne pravidlá sa uplatňujú na nekalé obchodné praktiky poškodzujúce ekonomické záujmy spotrebiteľov, a vytvárajú veľa prekážok postihujúcich podnikateľov a spotrebiteľov. Tieto prekážky zvyšujú podnikateľom náklady pri uskutočňovaní slobôd vnútorného trhu, najmä ak sa podnikatelia chcú zúčastňovať na cezhraničnom marketingu, reklamných kampaniach a podporách predaja. Tieto prekážky taktiež spôsobujú neistotu spotrebiteľov ohľadom ich práv a znižujú ich dôveru vo vnútorný trh.
- (5) Pri neexistencii jednotných pravidiel na úrovni Spoločenstva by mohli byť prekážky pre voľný pohyb tovarov a služieb cez hranice alebo pre slobodu usadiť sa, urovnané vo svetle judikatúry Súdneho dvora Európskych spoločenstiev, pokiaľ sa snažia chrániť uznané ciele verejného záujmu a týmto cieľom sú primerané. S ohľadom na ciele Spoločenstva, ako sú vymedzené v ustanoveniach zmluvy a v sekundárnom práve Spoločenstva týkajúcich sa slobody pohybu a v súlade s politikou Komisie o obchodnej komunikácii, ako sa uvádza v oznámení Komisie „Následný dokument k Zelenej knihe o obchodnej komunikácii na vnútornom trhu“, by sa mali takéto prekážky odstrániť. Tieto prekážky možno odstrániť iba prostredníctvom zavedenia jednotných pravidiel na úrovni Spoločenstva, ktoré zabezpečia vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa, a prostredníctvom vyjasnenia určitých právnych pojmov na úrovni Spoločenstva v rozsahu nevyhnutnom pre riadne fungovanie vnútorného trhu a splnenie požiadavky právnej istoty.

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ C 108, 30.4.2004, s. 81.

⁽²⁾ Stanovisko Európskeho parlamentu z 20. apríla 2004 (Ú. v. EÚ C 104 E, 30.4.2004, s. 260), spoločná pozícia Rady z 15. novembra 2004 (Ú. v. EÚ C 38 E, 15.2.2005, s. 1) a pozícia Európskeho parlamentu z 24. februára 2005 (zatiaľ neuvyverejnená v úradnom vestníku). Rozhodnutie Rady z 12. apríla 2005.

⁽³⁾ Ú. v. ES L 250, 19.9.1984, s. 17. Smernica zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 97/55/ES (Ú. v. ES L 290, 23.10.1997, s. 18).

- (6) Táto smernica preto aproximuje právne predpisy členských štátov o nekalých obchodných praktikách vrátane nekalej reklamy, ktoré priamo poškodzujú ekonomické záujmy spotrebiteľov, a tým nepriamo poškodzujú ekonomické záujmy oprávnených účastníkov hospodárskej súťaže. V súlade so zásadou proporcionality táto smernica ochraňuje spotrebiteľov pred následkami takýchto nekalých obchodných praktík, ak sú podstatné, uznáva však, že v niektorých prípadoch môže byť dosah na spotrebiteľov zanedbateľný. Nevzťahuje sa ani nemá vplyv na vnútroštátne právne predpisy o nekalých obchodných praktikách, ktoré poškodzujú iba ekonomické záujmy účastníkov hospodárskej súťaže alebo ktoré sa týkajú obchodných transakcií medzi obchodníkmi; berúc plne do úvahy zásadu subsidiarity, členské štáty budú môcť, ak sa tak rozhodnú, naďalej regulovať tieto praktiky v súlade s právom Spoločenstva. Táto smernica sa taktiež nevzťahuje ani nemá vplyv na ustanovenia smernice 84/450/EHS o reklame, ktorá uvádza do omylu podnikateľov, nie však spotrebiteľov a o porovnávacej reklame. Ďalej táto smernica nemá vplyv na uznané reklamné a marketingové praktiky, akými sú oprávnené umiestnenie produktu, odlíšenie značky alebo ponuka podnetov, ktoré môžu oprávnené pôsobiť na vnímanie produktov spotrebiteľmi a ovplyvniť ich správanie bez toho, aby im znižovali schopnosť spotrebiteľov urobiť kvalifikované rozhodnutie.
- (7) Táto smernica sa zaoberá obchodnými praktikami, ktoré priamo súvisia s ovplyvňovaním rozhodnutí o obchodnej transakcii spotrebiteľov vo vzťahu k produktom. Nezaobera sa obchodnými praktikami uskutočňovanými pôvodne na iné účely, vrátane napríklad obchodnej komunikácie zameranej na investorov, ako sú výročné správy a propagačné materiály spoločnosti. Nezaobera sa právnymi požiadavkami na vkus a dobré mravy, ktoré sa v jednotlivých členských štátoch značne líšia. Obchodné praktiky, akými sú napríklad nevyžiadaný pouličný predaj, môžu byť v členských štátoch z kultúrnych dôvodov nežiaduce. Členské štáty by mali podľa toho mať možnosť naďalej uplatňovať na svojom území zákaz obchodných praktík z dôvodu vkusu a dobrých mravov, v súlade s právom Spoločenstva, a to aj v prípade, ak tieto praktiky neobmedzujú slobodu voľby spotrebiteľov. Pri uplatňovaní tejto smernice, najmä jej všeobecných ustanovení, je potrebné brať plne do úvahy okolnosti jednotlivého prípadu.
- (8) Táto smernica priamo ochraňuje ekonomické záujmy spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľov voči spotrebiteľom. Tým taktiež nepriamo ochraňuje oprávnených podnikateľov pred ich konkurentmi, ktorí sa neriadia pravidlami tejto smernice, a tak zabezpečuje poctivú hospodársku súťaž v oblastiach ňou upravených. Je zrejmé, že existujú ďalšie obchodné praktiky, ktoré, hoci nepoškodzujú spotrebiteľov, môžu poškodzovať účastníkov hospodárskej súťaže a ich zákazníkov podnikateľov. Komisia by mala starostlivo preskúmať potrebu činnosti Spoločenstva v oblasti nekalej súťaže prekračujúcej pôsobnosť tejto smernice a v prípade potreby predložiť legislatívny návrh, ktorý by sa vzťahoval aj na tieto ďalšie aspekty nekalej súťaže.
- (9) Táto smernica sa nedotýka individuálnych žalôb podaných osobami, ktoré boli poškodené nekalými obchodnými praktikami. Taktiež sa nedotýka predpisov Spoločenstva a vnútroštátnych právnych predpisov o zmluvnom práve, o právach duševného vlastníctva, o zdravotných a bezpečnostných požiadavkách na produkty, o podmienkach usadenia sa a režimoch vydávania povolení vrátane tých predpisov, ktoré sa v súlade s právom Spoločenstva týkajú hazardných hier a predpisov Spoločenstva o hospodárskej súťaži a vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré ich vykonávajú. Členské štáty si preto budú môcť zachovať alebo zaviesť na svojom území obmedzenia a zákazy obchodných praktík z dôvodov ochrany zdravia a bezpečnosti spotrebiteľov bez ohľadu na to, kde má obchodník sídlo, napríklad vo vzťahu k alkoholu, tabaku alebo liečivám. Finančné služby a nehnuteľnosti si z dôvodu svojej komplexnosti a im vlastným vážnym sprievodným rizikám vyžadujú podrobné požiadavky, vrátane pozitívnych povinností pre obchodníkov. Z tohto dôvodu sa táto smernica nedotýka práva členských štátov prekročiť v oblasti finančných služieb a nehnuteľností z dôvodu ochrany ekonomických záujmov spotrebiteľov rámec jej ustanovení. Nie je vhodné upraviť na tomto mieste certifikáciu a označovanie miery rýdzosti predmetov z drahých kovov.
- (10) Je nevyhnutné zabezpečiť vnútorný súlad medzi touto smernicou a existujúcim právom Spoločenstva, najmä v špecifických odvetviach, kde sa uplatňujú podrobné ustanovenia o nekalých obchodných praktikách. Táto smernica preto mení a dopĺňa smernicu 84/450/EHS, smernicu Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES z 20. mája 1997 o ochrane spotrebiteľa vzhľadom na zmluvy na diaľku ⁽¹⁾, smernicu Európskeho parlamentu a Rady 98/27/ES z 19. mája 1998 o súdnych príkazoch na ochranu spotrebiteľských záujmov ⁽²⁾ a smernicu Európskeho parlamentu a Rady 2002/65/ES z 23. septembra 2002 o poskytovaní finančných služieb spotrebiteľom na diaľku ⁽³⁾. Táto smernica sa teda primerane uplatní iba vtedy, ak neexistujú iné osobitné predpisy práva Spoločenstva upravujúce osobitné

(1) Ú. v. ES L 144, 4.6.1997, s. 19. Smernica zmenená a doplnená smernicou 2002/65/ES (Ú. v. ES L 271, 9.10.2002, s. 16).

(2) Ú. v. ES L 166, 11.6.1998, s. 51. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou 2002/65/ES.

(3) Ú. v. ES L 271, 9.10.2002, s. 16.

aspekty nekalých obchodných praktík, akými sú napríklad požiadavky na informácie a pravidlá o spôsobe poskytovania informácií spotrebiteľovi. Poskytuje ochranu spotrebiteľom tam, kde neexistujú osobitné predpisy pre určité odvetvie na úrovni Spoločenstva, a zakazuje obchodníkom vytvárať klamlivú predstavu o povahe produktov. To je obzvlášť dôležité pri zložitých produktoch s vysokou mierou rizika pre spotrebiteľov, ako napríklad niektoré produkty finančných služieb. V dôsledku toho táto smernica dopĺňa *acquis* Spoločenstva, ktoré sa vzťahuje na obchodné praktiky poškodzujúce ekonomické záujmy spotrebiteľov.

- (11) Vysoká úroveň konvergencie dosiahnutá aproximáciou vnútroštátnych právnych predpisov prostredníctvom tejto smernice vytvára vysokú spoločnú úroveň ochrany spotrebiteľa. Táto smernica zavádza jednotný všeobecný zákaz týchto nekalých obchodných praktík, ktoré narušujú ekonomické správanie spotrebiteľov. Taktiež stanovuje pravidlá pre agresívne obchodné praktiky, ktoré nie sú v súčasnosti upravené na úrovni Spoločenstva.
- (12) Harmonizácia podstatne zvýši právnu istotu spotrebiteľov i podnikateľov. Spotrebiteľia aj podnikatelia sa budú môcť spoľahnúť na jednotný právny rámec založený na jasne definovaných právnych pojmoch upravujúcich všetky aspekty nekalých obchodných praktík v celej EÚ. Jeho následkom bude odstránenie prekážok vyplývajúcich z roztrieštenosti predpisov o nekalých obchodných praktikách, ktoré poškodzujú ekonomické záujmy spotrebiteľov a umožnenie dosiahnutia vnútorného trhu v tejto oblasti.
- (13) S cieľom dosiahnuť ciele Spoločenstva prostredníctvom odstránenia prekážok vnútorného trhu je nevyhnutné nahradiť existujúce rozdielne všeobecné ustanovenia a právne zásady členských štátov. Tento jednotný spoločný všeobecný zákaz ustanovený touto smernicou sa preto týka nekalých obchodných praktík, ktoré narušujú ekonomické správanie spotrebiteľov. S cieľom podporiť dôveru spotrebiteľov by sa mal všeobecný zákaz uplatňovať rovnako aj na nekalé obchodné praktiky, ktoré vznikajú mimo akýchkoľvek zmluvných vzťahov medzi obchodníkom a spotrebiteľom alebo ktoré nasledujú po uzavretí zmluvy a počas jej plnenia. Všeobecný zákaz je vypracovaný na základe pravidiel pre dva druhy obchodných praktík, ktoré sú zďaleka najbežnejšie, a to klamlivé obchodné praktiky a agresívne obchodné praktiky.
- (14) Je žiaduce, aby klamlivé obchodné praktiky zahŕňali tieto praktiky vrátane klamlivej reklamy, ktorá tým, že spotrebiteľa uvádza do omylu, bráni mu urobiť kvalifikovanú, a tým aj efektívnu voľbu. V súlade s právom a praxou členských štátov o klamlivej reklame rozdeľuje táto smernica klamlivé praktiky na klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania. V súvislosti s opomenutím konania stanovuje táto smernica obmedzený počet kľúčových informácií, ktoré spotrebiteľ potrebuje na to, aby mohol urobiť kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii. Tieto informácie nebudú musieť byť obsiahnuté v každej reklame, ale iba v prípade, keď obchodník vyzýva na kúpu, čo je v tejto smernici jasne definovaný pojem. Prístup úplnej harmonizácie prijatý v tejto smernici nebráni členským štátom, aby vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch vymedzili základné vlastnosti určitých produktov, ako napríklad zberateľských predmetov alebo elektrického tovaru, opomenutie ktorých by bolo podstatné pri výzve na kúpu. Zámerom tejto smernice nie je obmedziť výber spotrebiteľa zákazom reklamy produktov, ktoré vyzerajú podobne ako iné produkty, pokiaľ táto podobnosť nemýli spotrebiteľov ohľadom obchodného pôvodu produktu, čím je klamlivá. Táto smernica by sa nemala dotýkať existujúceho práva Spoločenstva, ktoré výslovne dáva členským štátom možnosť voľby medzi viacerými úpravami zameranými na ochranu spotrebiteľov v oblasti obchodných praktík. Táto smernica by sa najmä nemala dotýkať článku 13 ods. 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002 týkajúcej sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií ⁽¹⁾.
- (15) Ak právo Spoločenstva stanovuje požiadavky na informácie vo vzťahu k obchodnej komunikácii, reklama a marketing týchto informácií sa považujú za podstatné podľa tejto smernice. Členské štáty budú môcť zachovať alebo doplniť požiadavky na informácie týkajúce sa zmluvného práva a s dôsledkami na zmluvné právo, ak je to prípustné podľa minimálnych klauzúl v existujúcich nástrojoch práva Spoločenstva. Demonštratívny výpočet týchto požiadaviek na informácie v *acquis* je uvedený v prílohe II. Vzhľadom na úplnú harmonizáciu zavedenú touto smernicou sa iba informácie vyžadované právom Spoločenstva považujú za podstatné na účely článku 7 ods. 5 tejto smernice. Ak členské štáty zaviedli dodatočné požiadavky na informácie nad rámec požiadaviek stanovených v práve Spoločenstva na základe minimálnych štandardov, ich opomenutie nebude predstavovať klamlivé opomenutie podľa tejto smernice. Naproti tomu členské štáty budú môcť, ak je to prípustné podľa minimálnych štandardov v práve Spoločenstva, zachovať alebo zaviesť prísnejšie ustanovenia v súlade s právom Spoločenstva, aby zabezpečili vyšší stupeň ochrany individuálnych zmluvných práv spotrebiteľov.

(1) Ú. v. ES L 201, 31.7.2002, s. 37.

- (16) Ustanovenia o agresívnych obchodných praktikách by sa mali vzťahovať na tie praktiky, ktoré významne znižujú slobodu výberu spotrebiteľa. Sú nimi praktiky využívajúce obťažovanie a nátlak vrátane použitia fyzickej sily a nepriemeraný vplyv.
- (17) Je žiaduce, aby tie obchodné praktiky, ktoré sú za každých okolností nekalé, boli identifikované, aby sa poskytla väčšia právna istota. Príloha I preto obsahuje úplný výpočet všetkých týchto praktík. Toto sú jediné obchodné praktiky, ktoré môžu byť považované za nekalé bez toho, aby boli jednotlivito posudzované podľa ustanovení článkov 5 až 9. Tento výpočet môže byť upravený len novelizáciou tejto smernice.
- (18) Je vhodné chrániť všetkých spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami; Súdny dvor však považoval za potrebné skúmať pri rozhodovaní v prípadoch týkajúcich sa reklamy po prijatí smernice 84/450/EHS účinok na hypotetického typického spotrebiteľa. V súlade so zásadou proporcionality a z dôvodu umožnenia účinného uplatňovania zamýšľanej ochrany vzala táto smernica za kritérium priemerného spotrebiteľa, ktorý je v rozumnej miere dobre informovaný, vnímavý a obozretný, pri zohľadnení sociálnych, kultúrnych a jazykových faktorov, ako ho vykladal Súdny dvor, obsahuje však i ustanovenia zamerané na zabránenie zneužívania spotrebiteľov, ktorých vlastnosti ich robia obzvlášť zraniteľnými voči nekalým obchodným praktikám. Tam, kde je obchodná praktika osobitne zameraná na určitú skupinu spotrebiteľov, ako napríklad deti, je žiaduce, aby bol dosah tejto obchodnej praktiky posúdený z pohľadu priemerného člena takejto skupiny. Preto je vhodné zahrnúť do výpočtu praktík, ktoré sú za každých okolností nekalé, ustanovenie, ktoré bez toho, aby ukládalo úplný zákaz reklamy zameranej na deti, ochraňuje ich pred priamym nabádaním na nákup. Pojem priemerného spotrebiteľa sa pritom nezakladá na štatistickom zistení. Vnútroštátne súdy a orgány budú musieť sami na základe vlastnej úvahy určiť, so zreteľom na judikatúru Súdneho dvora, typickú reakciu priemerného spotrebiteľa v danom prípade.
- (19) Ak určité vlastnosti, ako napríklad vek, fyzická alebo mentálna chyba alebo dôverčivosť robia spotrebiteľov obzvlášť náchylnými voči určitej obchodnej praktike alebo základnému produktu a ekonomické správanie iba týchto spotrebiteľov môže byť touto praktikou narušené spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predvídať, je vhodné zabezpečiť, aby boli náležite chránení posúdením tejto praktiky z pohľadu priemerného člena tejto skupiny.
- (20) Je vhodné poskytnúť priestor kódexom správania, ktorý umožní obchodníkom účinne uplatňovať zásady tejto smernice v špecifických oblastiach hospodárstva. V odvetviach, v ktorých existujú osobitné povinné požiadavky upravujúce správanie obchodníkov, je vhodné, aby tieto požiadavky poskytovali tiež dôkaz o požiadavkách odbornej starostlivosti v tomto odvetví. Prostredníctvom kontroly vykonávanej tvorcami kódexu správania na vnútroštátnej úrovni alebo na úrovni Spoločenstva zameranej na odstránenie nekalých obchodných praktík možno predísť správne alebo súdne konaniu, a preto by mala byť podporovaná. S cieľom dosiahnutia vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa by mohli byť organizácie spotrebiteľov informované a zapojené do procesu navrhovania kódexu správania.
- (21) Osoby alebo organizácie, ktoré majú podľa vnútroštátneho práva oprávnený záujem na tejto záležitosti, musia mať k dispozícii právne prostriedky na začatie konania proti nekalým obchodným praktikám na súde alebo správnom orgáne, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo začať príslušné súdne konanie. Hoci dôkazné bremeno sa určuje podľa vnútroštátneho práva, je vhodné umožniť súdom a správnym orgánom vyžadovať od obchodníkov predloženie dôkazu o správnosti ich skutkových tvrdení.
- (22) Je nevyhnutné, aby členské štáty stanovili sankcie za porušenie ustanovení tejto smernice a zabezpečili ich vynútiteľnosť. Sankcie musia byť účinné, primerané a odradzujúce.
- (23) Keďže ciele tejto smernice, ktorými sú konkrétne odstránenie prekážok pre fungovanie vnútorného trhu zavedených vnútroštátnymi právnymi predpismi o nekalých obchodných praktikách a poskytnutie vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa aproximáciou zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách, nemôžu byť dostatočne dosiahnuté členskými štátmi a možno ich preto lepšie dosiahnuť na úrovni Spoločenstva, Spoločenstvo môže prijať opatrenia v súlade so zásadou subsidiarity vymedzenou v článku 5 zmluvy. V súlade so zásadou proporcionality vymedzenou v tomto článku neprekračuje táto smernica rámec toho, čo je nevyhnutné z dôvodu odstránenia prekážok vnútorného trhu a dosiahnutia vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa.
- (24) Je vhodné preskúmať túto smernicu, aby sa zabezpečilo, že prekážky vnútorného trhu sa odstránili a dosiahla sa vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa. Preskúmanie by mohlo viesť k návrhu Komisie na zmenu a doplnenie tejto smernice, ktorý môže obsahovať obmedzené predĺženie

odchýlky podľa článku 3 ods. 5 a/alebo k zmene a doplneniu iných právnych predpisov o ochrane spotrebiteľa odrážajúcich záväzok Komisie podľa Stratégie politiky spotrebiteľa preskúmať existujúce *acquis*, aby sa dosiahla vysoká spoločná úroveň ochrany spotrebiteľa.

(25) Táto smernica dodržiava základné práva a zachováva zásady uznané najmä Chartou základných práv Európskej únie,

PRIJALI TÚTO SMERNICU:

KAPITOLA 1

VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Účel

Účelom tejto smernice je prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu a dosiahnuť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa aproximáciou zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov o nekalých obchodných praktikách poškodzujúcich ekonomické záujmy spotrebiteľov.

Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tejto smernice:

- a) „spotrebiteľ“ je akákoľvek fyzická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce mimo rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti;
- b) „obchodník“ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica, koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka;
- c) „produkt“ je akýkoľvek tovar alebo služba vrátane nehnuteľnosti, práva a záväzku;
- d) „obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom“ (ďalej tiež „obchodné praktiky“) sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsob správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom;
- e) „podstatné narušenie ekonomického správania spotrebiteľa“ je využitie obchodnej praktiky na značné narušenie schopnosti spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo spôsobí, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil;
- f) „kódex správania“ je dohoda alebo súbor pravidiel, ktoré nie sú uložené zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením členského štátu, ktoré vymedzujú správanie obchodníkov, ktorí sa zaviazali dodržiavať tento kódex vo vzťahu k jednej alebo viacerým osobitným obchodným praktikám alebo obchodným odvetviam;
- g) „tvorca kódexu“ je akýkoľvek subjekt vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali dodržiavať ho;
- h) „odborná starostlivosť“ je úroveň špeciálnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od obchodníka pri jeho konaní voči spotrebiteľom, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi a/alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňujúcej sa v oblasti obchodníckej činnosti;
- i) „výzva na kúpu“ je akákoľvek obchodná komunikácia, ktorá obsahuje opis základných znakov produktu a jeho cenu spôsobom zodpovedajúcim charakteru použitej obchodnej komunikácie, a tým umožňuje spotrebiteľovi uskutočniť kúpu;
- j) „neprimeraný vplyv“ je využívanie silnejšieho postavenia vo vzťahu k spotrebiteľovi, aby sa vyvinul nátlak dokonca i bez použitia alebo hrozby použitia fyzickej sily spôsobom, ktorý významne obmedzuje schopnosť spotrebiteľa urobiť kvalifikované rozhodnutie;
- k) „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi, vykoná zaň platbu vcelku alebo v častiach, ponechá si ho alebo s ním bude ďalej nakladať alebo uplatní zmluvné právo vo vzťahu k produktu bez ohľadu na to, či sa spotrebiteľ rozhodne konať alebo zdržať sa konania;
- l) „regulované povolanie“ je odborná činnosť alebo skupina odborných činností, ku ktorým je prístup, vykonávanie alebo spôsob výkonu priamo alebo nepriamo podmienený získaním osobitnej odbornej kvalifikácie podľa zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení.

Článok 3

Rozsah pôsobnosti

1. Táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v článku 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.

2. Táto smernica sa nedotýka zmluvného práva, a najmä pravidiel o platnosti, uzavieraní alebo účinkoch zmluvy.

3. Táto smernica sa nedotýka právnych predpisov Spoločenstva alebo vnútroštátnych právnych predpisov týkajúcich sa zdravotných a bezpečnostných požiadaviek na produkty.

4. V prípadoch rozporu medzi ustanoveniami tejto smernice a inými právnymi predpismi Spoločenstva upravujúcimi osobitné aspekty nekalých obchodných praktík majú prednosť a na tieto osobitné aspekty sa použijú iné právne predpisy Spoločenstva.

5. Počas šiestich rokov od 12.6.2007 môžu členské štáty pokračovať v uplatňovaní v oblasti, ktorú aproximuje táto smernica, vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica a ktoré vykonávajú smernice obsahujúce klauzuly o minimálnej harmonizácii. Tieto opatrenia musia byť zásadné pre zabezpečenie náležitej ochrany spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami a musia byť primerané k dosiahnutiu tohto cieľa. Preskúmanie uvedené v článku 18 môže v prípade potreby obsahovať návrh na predĺženie tejto odchýlky na ďalšie obmedzené obdobie.

6. Členské štáty bezodkladne oznámia Komisii akékoľvek vnútroštátne predpisy, ktoré sa uplatňujú na základe odseku 5.

7. Táto smernica sa nedotýka predpisov, podľa ktorých sa určuje právomoc súdov.

8. Táto smernica sa nedotýka podmienok usadenia sa alebo režimov vydávania povolení alebo deontologických kódexov správania alebo iných osobitných predpisov upravujúcich regulované povolania s cieľom zachovať vysokú mieru mravnej bezúhonnosti odborníkov, ktoré môžu členské štáty vyžadovať od odborníkov v súlade s právom Spoločenstva.

9. Vo vzťahu k „finančným službám“ definovaným v smernici 2002/65/ES a vo vzťahu nehnuteľnostiam môžu členské štáty ukladať požiadavky, ktoré sú reštriktívnejšie alebo normatívnejšie ako táto smernica v oblasti, ktorú aproximuje.

10. Táto smernica sa nevzťahuje na uplatňovanie zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa certifikácie a označovania miery rýdzosti predmetov z drahých kovov.

Článok 4

Vnútrotný trh

Členské štáty neobmedzia slobodu poskytovať služby ani neobmedzia voľný pohyb tovarov z dôvodov, ktoré spadajú do oblasti, ktorú aproximuje táto smernica.

KAPITOLA 2

NEKALÉ OBCHODNÉ PRAKTIKY

Článok 5

Zákaz nekalých obchodných praktík

1. Nekalé obchodné praktiky sú zakázané.

2. Obchodná praktika je nekalá, ak:

a) je v rozpore s požiadavkami odbornej starostlivosti

a

b) podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov.

3. Obchodné praktiky, ktoré sú spôsobilé podstatne narušiť ekonomické správanie iba jasne identifikovateľnej skupiny spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní touto praktikou alebo základným produktom z dôvodu ich duševnej poruchy alebo fyzickej vady, veku alebo dôverčivosti spôsobom, ktorý môže obchodník rozumne predpokladať, sa posudzujú z pohľadu priemerného člena tejto skupiny. Tým nie sú dotknuté bežné a oprávnené reklamné praktiky, akými sú zveličujúce vyhlásenia alebo vyhlásenia, ktoré nie sú mienené doslovne.

4. Za nekalé obchodné praktiky sa považujú najmä tie, ktoré:

a) sú klamlivé v zmysle článkov 6 a 7,

alebo

b) sú agresívne v zmysle článkov 8 a 9.

5. Príloha I obsahuje výpočet tých obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé. Ten istý jediný výpočet sa uplatňuje vo všetkých členských štátoch a môže byť upravený iba novelizáciou tejto smernice.

Oddiel 1

klamlivé obchodné praktiky

Článok 6

Klamlivé činnosti

1. Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom, vrátane celkového prevedenia, uvádza do omylu alebo je spôsobilá uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj keď je táto informácia vecne správna vo vzťahu k jednému alebo viacerým nasledujúcim prvkom, pričom v oboch prípadoch zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil:

a) existencia alebo povaha produktu;

b) hlavné znaky produktu, ako je jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkom po predaji tovaru a vybavovanie sťažností, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na produkte;

c) rozsah záväzkov obchodníka, motívy pre obchodnú praktiku a charakter procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia obchodníka alebo produktu;

d) cena alebo spôsob výpočtu ceny, alebo existencia osobitnej cenovej výhody;

e) potreba servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy;

f) osoba, vlastnosti a práva obchodníka alebo jeho zástupcu, ako je jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v združeníach alebo jeho väzby a vlastníctvo práv priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania;

g) práva spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného tovaru alebo vrátenie peňazí podľa smernice Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES z 25. mája 1999 o určitých aspektoch predaja spotrebného tovaru a záruk na spotrebný tovar ⁽¹⁾ alebo riziká, ktorým môže byť vystavený.

2. Obchodná praktika sa taktiež považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, zapríčiňuje alebo je spôsobilá zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, a zahŕňa:

a) akýkoľvek marketing produktu, vrátane porovnávacej reklamy, ktorý spôsobuje nebezpečenstvo zámieny s akýmkoľvek iným produktom, ochrannou známkou, obchodným menom alebo iným rozlišujúcim znakom účastníka hospodárskej súťaže;

b) neplnenie záväzkov obsiahnutých v kódexe správania, k dodržiavaniu ktorých sa obchodník zaviazal, ak:

i) nejde iba o snahu zaviazat sa, ale o jednoznačný záväzok, ktorý môže byť preverený,

a

ii) obchodník uvedie v obchodnej praktike, že je viazaný týmto kódexom.

Článok 7

Klamlivé opomenutia konania

1. Obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty, okolnosti a obmedzenia komunikačného prostriedku, opomenie podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 171, 7.7.1999, s. 12.

2. Za klamlivé opomenutie sa taktiež považuje, ak obchodník skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedené v odseku 1, vzhľadom na okolnosti popísané v uvedenom odseku, alebo neoznámi obchodný účel obchodnej praktiky, ak už nie je zrejmý z kontextu, a tam, kde v jednom alebo druhom prípade toto spôsobí alebo je pravdepodobné, že spôsobí, že priemerný spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal.

3. Ak prostriedok použitý na oznamovanie obchodnej praktiky ukladá priestorové alebo časové obmedzenia, pri rozhodovaní o tom, či bolo poskytnutie informácie opomenuté, sa vezmú do úvahy tieto obmedzenia a akékoľvek opatrenia prijaté obchodníkom na sprístupnenie informácií spotrebiteľom inými prostriedkami.

4. V prípade výzvy na kúpu sa za podstatné považujú nasledujúce informácie, ak už nie sú zrejmé z kontextu:

- a) hlavné vlastnosti produktu, v rozsahu primeranom komunikačnému prostriedku a produktu;
- b) adresa a totožnosť obchodníka, ako napríklad jeho obchodné meno a prípadne adresa a totožnosť obchodníka, v mene ktorého koná;
- c) cena vrátane daní, alebo ak vzhľadom na povahu produktu nemožno cenu rozumne stanoviť vopred, spôsob, ktorým sa vypočíta, ako aj v prípade, že je to vhodné, všetky ďalšie náklady na dopravu, dodanie alebo poštovné, alebo ak tieto náklady nemožno rozumne stanoviť vopred, skutočnosť, že do ceny môžu byť zarátané takéto ďalšie náklady;
- d) dojednania o spôsobe platby, dodaní, predvedení a vybavovaní sťažností, ak sa odlišujú od požiadaviek odbornej starostlivosti;
- e) pre produkty a transakcie zahŕňajúce právo odstúpenia od zmluvy alebo vypovedania zmluvy, existencia tohto práva.

5. Požiadavky na informácie zavedené právom Spoločenstva vo vzťahu k obchodnej komunikácii vrátane reklamy alebo marketingu, ktorých demonštratívny výpočet je uvedený v prílohe II, sa považujú za podstatné.

Oddiel 2

agresívne obchodné praktiky

Článok 8

Agresívne obchodné praktiky

Obchodná praktika sa považuje za agresívnu, ak v skutkovej súvislosti, berúc do úvahy všetky jej črty a okolnosti, obťažovaním, nátlakom vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraným vplyvom podstatne zhoršuje alebo je spôsobilá významne zhoršiť slobodu výberu alebo správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, a tým zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

Článok 9

Použitie obťažovania, nátlaku a neprimeraného vplyvu

Pri určení, či používa obchodná praktika obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv, sa berie do úvahy:

- a) jej načasovanie, miesto, povaha alebo dĺžka trvania;
- b) použitie hrozby alebo hanlivého jazyka alebo správania;
- c) zneužívanie obchodníkom akéhokoľvek osobitného nešťastia alebo okolnosti, ktoré sú také vážne, že môžu zhoršiť úsudok spotrebiteľa, čoho si je obchodník vedomý, na ovplyvnenie rozhodnutia spotrebiteľa so zreteľom na produkt;
- d) akékoľvek nevýhodné alebo neprimerané mimozmluvné prekážky, ktoré ukladá obchodník v prípade, že si spotrebiteľ želá vykonať práva podľa zmluvy, vrátane práva vypovedať zmluvu alebo zmeniť produkt alebo obchodníka;
- e) akákoľvek hrozba podniknúť kroky, ktoré nemožno podniknúť legálne.

KAPITOLA 3

KÓDEXY SPRÁVANIA

Článok 10

Kódex správania

Táto smernica nevyklučuje kontrolu nekalých obchodných praktík tvorcami kódexu, ktorú môžu podporovať členské štáty, ani možnosť osôb alebo organizácií uvedených v článku 11 obrátiť sa na tieto orgány, ak sa konania pred týmito orgánmi vykonávajú nezávisle od súdnych alebo správnych konaní uvedených v tom článku.

Opravny prostriedok adresovaný takýmto kontrolným orgánom nie je nikdy považovaný za rovnocenný prostriedok súdneho alebo správneho odvolania podľa článku 11.

KAPITOLA 4

ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

Článok 11

Vynútiteľnosť

1. Členské štáty zabezpečia existenciu vhodných a účinných prostriedkov na boj proti nekalým obchodným praktikám s cieľom vynútiť súlad s ustanoveniami tejto smernice v záujme spotrebiteľov.

Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na boji proti nekalým obchodným praktikám, vrátane účastníkov hospodárskej súťaže:

a) podať na súde žalobu proti takejto nekalej obchodnej praktike

a/alebo

b) napadnúť takú nekalú obchodnú praktiku na správnom orgáne, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného konania na súde.

Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 10. Tieto možnosti musia byť k dispozícii bez

ohľadu na to, či sú poškodení spotrebiteľia na území toho členského štátu, kde má sídlo obchodník, alebo v inom členskom štáte.

Je na každom členskom štáte, aby rozhodol,

a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetvia

a

b) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorci kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek.

2. Na základe ustanovení uvedených v odseku 1 zveria členské štáty súdom alebo správnym orgánom právomoci, ktoré ich v prípadoch, ktoré považujú za nevyhnutné, a so zreteľom na všetky dotknuté záujmy, najmä verejný záujem, oprávňujú na to, aby:

a) nariadili zastavenie nekalých obchodných praktík alebo začali príslušné konanie na súde, ktorým sa prikáže ich zastavenie,

alebo

b) ak nekalá obchodná praktika nebola doposiaľ vykonaná, ale jej vykonanie bezprostredne hrozí, zakázali takúto praktiku alebo začali príslušné konanie smerujúce k jej zákazu,

a to aj bez dôkazu o skutočnej strate či škode alebo úmyslu, či nedbanlivosti na strane obchodníka.

Členské štáty ďalej stanovujú, že opatrenia uvedené v prvom pododseku môžu byť prijaté v skrátenom konaní ako:

— predbežné opatrenia

alebo

— konečné opatrenia,

pričom každý členský štát sám rozhodne, ktorú z týchto dvoch možností zvolí.

Okrem toho členské štáty môžu preniesť na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich oprávňujú, aby na účely odstránenia pretrvávajúcich vplyvov nekalých obchodných praktík, ktorých zastavenie bolo nariadené konečným rozhodnutím, mohli:

a) vyžadovať zverejnenie tohto rozhodnutia v plnom alebo skrátenom znení a vo forme, ktorú považujú za náležitú;

b) vyžadovať okrem toho zverejnenie opravného vyhlásenia.

3. Správne orgány uvedené v odseku 1 musia:

a) byť vytvorené tak, aby nevznikali pochybnosti o ich nestrannosti;

b) mať pri rozhodovaní o sťažnostiach dostatočné právomoci na to, aby mohli účinne kontrolovať a vynucovať dodržiavanie svojich rozhodnutí;

c) svoje rozhodnutia odôvodňovať.

Ak sú právomoci uvedené v odseku 2 vykonávané výlučne správnym orgánom, musí byť jeho rozhodnutie vždy odôvodnené. V tomto prípade sa musia ďalej prijať ustanovenia o postupoch, prostredníctvom ktorých môže byť predmetom súdneho preskúmania nesprávny alebo neodôvodnený výkon právomocí správnym orgánom, alebo nesprávne či neodôvodnené zanedbanie výkonu uvedených právomocí.

Článok 12

Súdy a správne orgány: zdôvodnenie tvrdení

Členské štáty prenesú na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich v občianskom súdnom konaní alebo správnom konaní uvedenom v článku 11 oprávňujú:

a) vyžadovať od obchodníka, aby preukázal správnosť skutkových tvrdení vo vzťahu k obchodnej praktike, ak sa taká požiadavka javí so zreteľom na oprávnený záujem obchodníka a iného účastníka konania ako primeraná vzhľadom na okolnosti daného prípadu,

a

b) považovať skutkové tvrdenia za nesprávne, pokiaľ nie je predložený dôkaz v súlade s písmenom a) alebo ak súd alebo správny orgán považuje tento dôkaz za nedostatočný.

Článok 13

Sankcie

Členské štáty stanovujú sankcie za porušenie vnútroštátnych predpisov prijatých na základe tejto smernice a prijímajú všetky nevyhnutné opatrenia na zabezpečenie ich vynútiteľnosti. Tieto sankcie musia byť účinné, primerané a odrazujúce.

Článok 14

Zmeny a doplnenia smernice 84/450/EHS

Smernica 84/450/EHS sa týmto mení a dopĺňa takto:

1. Článok 1 sa nahrádza takto:

„Článok 1

Účelom tejto smernice je chrániť obchodníkov proti klamlivej reklame a jej nekalým následkom a ustanoviť podmienky, za ktorých je porovnávacia reklama povolená.“

2. V článku 2:

— Odsek 3 sa nahrádza takto:

„3. ‚obchodník‘ je akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, remeselnej podnikateľskej alebo profesijnej činnosti, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka.“

— Vkladá nový odsek:

„4. ‚tvorca kódexu‘ je akýkoľvek subjekt, vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať.“

3. Článok 3a sa nahrádza takto:

„Článok 3a

1. Porovnávacía reklama, pokiaľ ide o porovnanie, je povolená, ak sú splnené tieto podmienky:
 - a) nie je klamlivá v zmysle článku 2 ods. 2, článku 3 a článku 7 ods. 1 tejto smernice alebo článkov 6 a 7 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (*);
 - b) porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel;
 - c) objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností týchto tovarov a služieb, ktoré môžu zahŕňať cenu;
 - d) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišovacie znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti účastníka hospodárskej súťaže;
 - e) pre produkty s označením pôvodu sa vzťahuje v každom prípade na produkty s rovnakým označením;
 - f) nevyužíva nečestnú výhodu dobrého mena ochranej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov účastníka hospodárskej súťaže alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov;
 - g) nepredstavuje tovary alebo služby ako imitácie alebo kópie tovarov alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodným menom;
 - h) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi zadávateľom reklamy a účastníkom hospodárskej súťaže alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami zadávateľa reklamy a účastníka hospodárskej súťaže.

4. Článok 4 ods. 1 sa nahrádza takto:

- „1. Členské štáty zabezpečia existenciu primeraných a účinných prostriedkov, ako bojovať proti klamlivej reklame s cieľom vynútiť dodržiavanie ustanovení o porovnávacíj reklame v záujme obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže. Tieto prostriedky zahŕňajú ustanovenia právnych predpisov, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú podľa vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na boji proti klamlivej reklame alebo regulovaní porovnávacíj reklamy:

- a) podať súdnu žalobu proti takejto reklame

alebo

- b) napadnúť takúto reklamu pred správnym orgánom, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného súdneho konania.

Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z týchto možností bude k dispozícii, a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 5.

Je na každom členskom štáte, aby rozhodol:

- a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetvia

a

- b) či tieto právne prostriedky možno použiť proti tvorcovi kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek.“

5. Článok 7 ods. 1 sa nahrádza takto:

- „1. Táto smernica nebráni členským štátom, aby si zachovali alebo prijali ustanovenia s cieľom zabezpečiť rozsiahlejšiu ochranu obchodníkov a účastníkov hospodárskej súťaže, pokiaľ ide o klamlivú reklamu.“

(*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“

Článok 15

Zmeny a doplnenia smerníc 97/7/ES a 2002/65/ES

1. Článok 9 smernice 97/7/ES sa nahrádza takto:

„Článok 9

Zotrvačný predaj

Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (*) prijímú členské štáty opatrenia nevyhnutné na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akéhokoľvek protiplnenia v prípadoch nevyžadanej dodávky, pričom absencia odpovede nepredstavuje súhlas.

(*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“

2. Článok 9 smernice 2002/65/ES sa nahrádza takto:

„Článok 9

Vzhľadom na zákaz praktík zotrvačného predaja ustanovený v smernici Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (*) a bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia právnych predpisov členských štátov o konkludentnom predĺžení zmlúv na diaľku, ak tieto právne predpisy umožňujú konkludentné predĺženie, prijímú členské štáty opatrenia na to, aby oslobodili spotrebiteľa od akýchkoľvek povinností v prípade nevyžiadanej dodávok, pričom absencia odpovede nepredstavuje súhlas.

(*) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.“

Článok 16

Zmeny a doplnenia smernice 98/27/ES a nariadenia (ES) č. 2006/2004

1. V prílohe k smernici 98/27/ES sa bod 1 nahrádza takto:

„1. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“.

2. V prílohe k nariadeniu Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 z 27. októbra 2004 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za vynuovenie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa („nariadenie o spolupráci v oblasti ochrany spotrebiteľa“) sa dopĺňa nasledujúci bod (1):

„16. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)“.

Článok 17

Informovanie

Členské štáty prijímú vhodné opatrenia na informovanie spotrebiteľov o transponovaní tejto smernice do vnútroštátneho práva a tam, kde je to vhodné, podporia obchodníkov a tvorcov kódexu, aby informovali spotrebiteľov o svojich kódexoch správania.

Článok 18

Preskúmanie

1. Komisia do 12. 6. 2011 predloží Európskemu parlamentu a Rade podrobnú správu o uplatňovaní tejto smernice, najmä článku 3 ods. 9 a článku 4 a prílohy I, o priestore pre ďalšiu harmonizáciu a zjednodušenie práva Spoločenstva týkajúceho sa ochrany spotrebiteľa, a so zreteľom na článok 3 ods. 5 o akýchkoľvek opatreniach, ktoré je potrebné prijať na úrovni Spoločenstva na to, aby sa zabezpečilo udržanie primeranej úrovne ochrany spotrebiteľa. Túto správu bude v prípade potreby správať návrh novelizácie tejto smernice alebo iných príslušných častí práva Spoločenstva.

2. Európsky parlament a Rada sa budú usilovať konať, v súlade so zmluvou, do dvoch rokov po predložení akéhokoľvek návrhu Komisie podľa odseku 1.

Článok 19

Transpozícia

Členské štáty prijímú a uverejnia zákony, iné právne predpisy a správne opatrenia potrebné na dosiahnutie súladu s touto smernicou do 12.6.2007. Bezodkladne o tom informujú Komisiu a tiež o akýchkoľvek následných zmenách a doplneniach.

(1) Ú. v. EÚ L 364, 9.12.2004, s. 1.

Tieto opatrenia budú platiť do 12.12.2007. Členské štáty uvedú priamo v prijatých opatreniach alebo pri ich úradnom uverejnení odkaz na túto smernicu. Podrobnosti o odkaze upravujú členské štáty.

Článok 20

Nadobudnutie účinnosti

Táto smernica nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej uverejnenia v *Úradnom vestníku Európskej únie*.

Článok 21

Adresáti

Táto smernica je určená členským štátom.

V Štrasburgu 11. mája 2005

Za Európsky parlament
predseda
J. P. BORELL FONTELLES

Za Radu
predseda
N. SCHMIT

PRÍLOHA I

**OBCHODNÉ PRAKTIKY, KTORÉ SA ZA KAŽDÝCH OKOLNOSTÍ POVAŽUJÚ
ZA NEKALÉ**

Klamlivé obchodné praktiky

1. Tvrdenie obchodníka, že sa zaviazal dodržiavať kódex správania, pričom tomu tak nie je.
2. Zobrazenie známky dôveryhodnosti, známky kvality alebo ich ekvivalentu bez získania potrebného povolenia.
3. Tvrdenie, že kódex správania je schválený orgánom verejnej moci alebo iným orgánom, pričom tomu tak nie je.
4. Tvrdenie, že obchodník (vrátane jeho obchodných praktík) alebo produkt bol schválený, potvrdený alebo povolený orgánom verejnej moci alebo súkromným subjektom, pričom tomu tak nie je, alebo takéto tvrdenie bez toho, že by produkt spĺňal podmienky schválenia, potvrdenia alebo povolenia.
5. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu bez toho, že by obchodník zverejnil akékoľvek rozumné dôvody, pre ktoré môže predpokladať, že nebude schopný dodať tieto produkty alebo rovnocenné produkty, alebo zariadiť, aby dodávku uskutočnil iný obchodník, za túto cenu, v čase a v množstve, ktoré sú rozumné vzhľadom na produkt, rozsah reklamy produktu a ponúknutú cenu (vábíva reklama).
6. Výzva na kúpu produktov za stanovenú cenu a následné:
 - a) odmietnutie ukázať tovar z reklamy spotrebiteľom

alebo
 - b) odmietnutie prevziať objednávky na tento tovar alebo jeho dodanie v rozumnom čase,

alebo
 - c) predvedenie jeho chybné vzorky

s úmyslom podporiť predaj iného produktu (reklama typu nalákať a zmeniť).
7. Nepravdivé vyhlásenie, že produkt bude k dispozícii iba veľmi obmedzený čas alebo že bude k dispozícii za špecifických podmienok iba veľmi obmedzený čas, s cieľom vyvolať okamžité rozhodnutie a znemožniť spotrebiteľom, aby mali dostatočnú príležitosť alebo čas na kvalifikovanú voľbu.
8. Závazok obchodníka, ktorý komunikoval so spotrebiteľmi pred uskutočnením obchodnej transakcie v jazyku, ktorý nie je úradným jazykom členského štátu, v ktorom má obchodník sídlo, že poskytne spotrebiteľom služby po predaji tovaru, a následné poskytnutie tejto služby iba v inom jazyku bez toho, že by to bolo spotrebiteľovi jasne oznámené pred tým, ako sa zaviazal k obchodnej transakcii.
9. Vyhlásenie alebo iným spôsobom vytvorenie dojmu, že produkt možno legálne predávať, pričom tomu tak nie je.

10. Prezentovanie práv, ktoré spotrebiteľom prislúchajú podľa právnych predpisov, ako charakteristickej črty ponuky obchodníka.
11. Využívanie redakčného priestoru v médiách na podporu produktu, keď obchodník zaplatil za podporu predaja, bez toho, že by to bolo vysvetlené v obsahu alebo obrazom, alebo zvukom jasne identifikovateľné pre spotrebiteľa (skrytá reklama). Toto platí bez toho, aby bola dotknutá smernica 89/552/EHS ⁽¹⁾.
12. Vecne nesprávne tvrdenie o povahe a rozsahu rizika pre osobnú bezpečnosť spotrebiteľa alebo jeho rodiny, ak si spotrebiteľ nekúpi produkt.
13. Propagovanie podobného produktu, ako je produkt vyrobený konkrétnym výrobcom, a to spôsobom, ktorý úmyselne zavádza spotrebiteľa, aby sa domnieval, že produkt vyrobil rovnaký výrobca, aj keď to tak nie je.
14. Vytvorenie, prevádzkovanie alebo podporovanie pyramídovej schémy, v ktorej spotrebiteľ poskytne plnenie za možnosť získať kompenzáciu, ktorá vyplýva hlavne zo zapojenia ďalších spotrebiteľov do tejto schémy, a nie z predaja alebo spotreby produktov.
15. Tvrdenie obchodníka, že sa chystá skončiť svoju činnosť alebo premiestniť svoju prevádzkareň, pričom tomu tak nie je.
16. Tvrdenie, že produkty sú schopné uľahčiť výhru v hazardných hrách.
17. Nepravdivé tvrdenie, že produkt je schopný liečiť choroby, dysfunkcie alebo postihnutia.
18. Poskytnutie vecne nesprávnej informácie o podmienkach na trhu alebo o možnosti nájsť produkt s úmyslom donútiť spotrebiteľa, aby získal produkt za menej výhodných podmienok, ako sú normálne podmienky na trhu.
19. Tvrdenie v obchodnej praktike, že obchodník ponúkne súťaž alebo vypíše cenu bez toho, že by opísané ceny udelil alebo poskytol zodpovedajúcu náhradu.
20. Opísanie produktu ako „gratis“, „zadarmo“, „bez poplatku“ alebo podobne, pričom spotrebiteľ musí zaplatiť čokoľvek iné okrem nevyhnutných nákladov na odpovedanie na obchodnú praktiku a vyzdvihnutie tovaru alebo zaplatenie za jeho doručenie.
21. Zahnutie do reklamného materiálu faktúry alebo obdobného dokumentu, ktorý požaduje zaplatenie sumy a ktorý vzbudzuje u spotrebiteľa dojem, že si už objednal predávané produkty, pričom tomu tak nie je.
22. Nepravdivé tvrdenie alebo vytvorenie dojmu, že obchodník nekoná v zámere súvisiacom s jeho obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou, alebo nepravdivé prezentovanie sa ako spotrebiteľ.
23. Vytvorenie falošného dojmu, že servis produktu po jeho predaji je dostupný v členskom štáte inom ako ten, v ktorom sa produkt predáva.

⁽¹⁾ Smernica Rady 89/552/EHS z 3. októbra 1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania (Ú. v. ES L 298, 17.10. 1989, s. 23). Smernica zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 97/36/ES (Ú. v. ES L 202, 30.7.1997, s. 60).

Agresívne obchodné praktiky

24. Vytváranie dojmu, že spotrebiteľ nemôže opustiť priestory predtým, ako sa uzatvorí zmluva.
25. Osobné navštevovanie domácnosti spotrebiteľa, ignorujúc žiadosť spotrebiteľa odísť alebo sa nevracať, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku.
26. Vykonávanie vytrvalých a nechcených žiadostí telefonicky, faxom, elektronickou poštou alebo inými diaľkovými médiami, okrem prípadov a v rozsahu odôvodnenom podľa vnútroštátneho práva na účely vymáhania zmluvného záväzku. Toto platí bez toho, aby bol dotknutý článok 10 smernice 97/7/ES a smernice 95/46/ES ⁽¹⁾ a 2002/58/ES.
27. Žiadanie od spotrebiteľa, ktorý si chce uplatniť nárok z poistnej zmluvy, aby predložil dokumenty, ktoré nie je možné rozumne považovať za relevantné pri určení platnosti nároku, alebo systematicky neodpovedať na naliehavú korešpondenciu s cieľom odradiť spotrebiteľa od výkonu jeho zmluvných práv.
28. Zahnutie priameho nabádania pre deti do reklamy, aby si kúpili alebo aby presvedčili svojich rodičov alebo iných dospelých, aby im kúpili propagované produkty. Toto ustanovenie nemá vplyv na článok 16 smernice 89/552/EHS o televíznom vysielaní.
29. Žiadanie spotrebiteľa, aby vykonal okamžité alebo odložené platby za produkty dodané obchodníkom alebo aby ich vrátil alebo uschoval, pričom si ich spotrebiteľ neobjednal, okrem prípadu, že tento produkt je náhradným tovarom dodaným v súlade s článkom 7 ods. 3 smernice 97/7/ES (zotrvačný predaj).
30. Výslovné informovanie spotrebiteľa, že ak si nekúpi tovar alebo službu, bude ohrozené zamestnanie alebo živobytie obchodníka.
31. Vytváranie falošného dojmu, že spotrebiteľ už vyhral, vyhrá, alebo potom, čo niečo urobí, vyhrá cenu alebo získa iný rovnocenný prospech, keď v skutočnosti:
 - neexistuje cena alebo iný rovnocenný prospech,
 - alebo
 - akákoľvek činnosť smerujúca k získaniu ceny alebo iného rovnocenného prospechu je podmienená tým, že spotrebiteľ uhradí hotovosť alebo si spôsobí náklady.

⁽¹⁾ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 95/46/ES z 24. októbra 1995 o ochrane fyzických osôb pri spracovaní osobných údajov a voľnom pohybe týchto údajov (Ú. v. ES L 281, 23.11.1995, s. 31). Smernica zmenená a doplnená nariadením (ES) č. 1882/2003 (Ú. v. EÚ L 284, 31.10.2003, s. 1).

PRÍLOHA II

USTANOVENIA PRÁVA SPOLOČENSTVA, KTORÉ USTANOVUJÚ PRAVIDLÁ
REKLAMY A OBCHODNÝCH KOMUNIKÁCIÍ

Články 4 a 5 smernice 97/7/ES

Článok 3 smernice Rady 90/314/EHS z 13. júna 1990 o balíku cestovných, dovolenkových a výletných služieb ⁽¹⁾

Článok 3 ods. 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 94/47/ES z 26. októbra 1994 týkajúcej sa ochrany kupujúcich v súvislosti s niektorými prvkami zmlúv o kúpe práva na časovo vymedzené užívanie nehnuteľností ⁽²⁾

Článok 3 ods. 4 smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/6/ES zo 16. februára 1998 o ochrane spotrebiteľa pri označovaní cien výrobkov ponúkaných spotrebiteľovi ⁽³⁾

Články 86 až 100 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/83/ES zo 6. novembra 2001, ktorou sa ustanovuje zákoník Spoločenstva o humánných liekoch ⁽⁴⁾

Články 5 a 6 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) ⁽⁵⁾

Článok 1 písm. d) smernice Európskeho parlamentu a Rady 98/7/ES zo 16. februára 1998, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 87/102/EHS o aproximácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov vzťahujúcich sa na spotrebiteľský úver ⁽⁶⁾

Články 3 a 4 smernice 2002/65/ES

Článok 1 ods. 9 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2001/107/ES z 21. januára 2002, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 85/611/EHS o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa podnikov kolektívneho investovania do prevoditeľných cenných papierov (PKIPCP) s cieľom upraviť správčovské spoločnosti a zjednodušené prospekty ⁽⁷⁾

Články 12 a 13 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/92/ES z 9. decembra 2002 o sprostredkovaní poistenia ⁽⁸⁾

Článok 36 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2002/83/ES z 5. novembra 2002 o životnom poistení ⁽⁹⁾

⁽¹⁾ Ú. v. ES L 158, 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ Ú. v. ES L 280, 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ Ú. v. ES L 80, 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ Ú. v. ES L 311, 28.11.2001, s. 67. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou 2004/27/ES (Ú. v. EÚ L 136, 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ Ú. v. ES L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ Ú. v. ES L 101, 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ Ú. v. ES L 41, 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ Ú. v. ES L 9, 15.1.2003, s. 3.

⁽⁹⁾ Ú. v. ES L 345, 19.12.2002, s. 1. Smernica zmenená a doplnená smernicou Rady 2004/66/ES (Ú. v. EÚ L 168, 1.5.2004, s. 35).

Článok 19 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/39/ES z 21. apríla 2004 o trhoch s finančnými nástrojmi ⁽¹⁾

Články 31 a 43 smernice Rady 92/49/EHS z 18. júna 1992 o koordinácii zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení týkajúcich sa priameho poistenia s výnimkou životného poistenia ⁽²⁾ (tretia smernica o neživotnom poistení)

Články 5, 7 a 8 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2003/71/ES zo 4. novembra 2003 o prospekte, ktorý sa zverejňuje pri verejnej ponuke cenných papierov alebo ich prijatí na obchodovanie ⁽³⁾

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 145, 30.4.2004, s. 1.

⁽²⁾ Ú. v. ES L 228, 11.8.1992, s. 1. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2002/87/ES (Ú. v. EÚ L 35, 11.2.2003, s. 1).

⁽³⁾ Ú. v. EÚ L 345, 31.12.2003, s. 64.