

Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council («Unfair Commercial Practices Directive»)

EUROPAPARLAMENTS- OG RÅDS DIREKTIV 2005/29/EF

av 11. mai 2005

om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked og om endring av rådsdirektiv 84/450/EØF, europaparlaments- og rådsdirektiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 2006/2004

(«direktivet om urimelig handelspraksis»)

EUROPAPARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPEISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om opprettelse av Det europeiske fellesskap, særlig artikkel 95,

under henvisning til forslag fra Kommisjonen,

under henvisning til uttalelse fra Den europeiske økonomiske og sosiale komité⁽¹⁾,

etter framgangsmåten fastsatt i traktatens artikkel 251⁽²⁾ og

ut fra følgende betraktninger:

- 1) I henhold til traktatens artikkel 153 nr. 1 og 3 bokstav a) skal Fellesskapet bidra til at det oppnås et høyt nivå av forbrukervern, gjennom tiltak som det vedtar i henhold til traktatens artikkel 95.
- 2) I henhold til traktatens artikkel 14 nr. 2 utgjør det indre marked et område uten indre grenser, der fritt varebytte og fri bevegelse for tjenester samt etableringsadgang er sikret. Utvikling av god handelspraksis innen området uten indre grenser er avgjørende for å fremme utvikling av virksomhet på tvers av grensene.
- 3) Medlemsstatenes lover om urimelig handelspraksis inneholder betydelige forskjeller som kan gi opphav til merkbar konkurransevridning og hindre at det indre marked virker tilfredsstillende. Når det gjelder reklame, fastsetter rådsdirektiv 84/450/EØF av 10. september 1984 om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om villedende og sammenlignende reklame⁽³⁾ minstekriterier for harmonisering av lovgivning om villedende reklame, men hindrer ikke medlemsstatene i å opprettholde eller vedta tiltak som gir mer omfattende vern av forbrukerne. Som følge av dette varierer medlemsstatenes lovgivning om villedende reklame betydelig.
- 4) Disse forskjellene forårsaker usikkerhet med hensyn til hvilke nasjonale regler som gjelder for urimelig handelspraksis, skader forbrukernes økonomiske interesser og

⁽¹⁾ EUT C 108 av 30.4.2004, s. 81.

⁽²⁾ Europaparlamentsuttalelse av 20. april 2004 (EUT C 104 E av 30.4.2004, s. 260), Rådets felles holdning av 15. november 2004 (EUT C 38 E av 15.2.2005, s. 1), Europaparlamentets holdning av 24. februar 2005 (ennå ikke offentliggjort i EUT) og rådsbeslutning av 12. april 2005.

⁽³⁾ EFT L 250 av 19.9.1984, s. 17. Direktivet endret ved europaparlaments- og rådsdirektiv 97/55/EF (EFT L 290 av 23.10.1997, s. 18).

skaper mange hindringer som påvirker foretak og forbrukere. Disse hindringene øker kostnadene for foretak som vil benytte seg av det indre markedes friheter, særlig ved markedsføring, annonsering og salgsfremmende tiltak på tvers av grensene. Slike hindringer gjør også forbrukerne usikre på sine rettigheter og undergraver deres tillit til det indre marked.

- 5) I mangel av ensartede regler på fellesskapsplan kan hindringer for fri bevegelighet for tjenester og varer på tvers av grenser eller etableringsadgang rettferdiggjøres ut fra De europeiske fellesskaps domstols rettspraksis, forutsatt at de har til formål å beskytte anerkjente mål av allmenn interesse og står i forhold til disse målene. Ut fra Fellesskapets mål slik de er fastsatt i traktatens bestemmelser og i Fellesskapets avledede regelverk med hensyn til fri bevegelighet, og i samsvar med Kommisjonens politikk for kommersiell kommunikasjon slik det er fastslått i kommisjonsmeldingen med tittelen «Oppfølging av grønnboken om kommersiell kommunikasjon i det indre marked», bør slike hindringer fjernes. Disse hindringene kan fjernes bare ved at det innføres ensartede regler på fellesskapsplan som sikrer et høyt nivå av forbrukervern, og ved at visse juridiske begreper klargjøres på fellesskapsplan i det omfang som er nødvendig for at det indre marked skal virke tilfredsstillende og krav til rettssikkerhet oppfylles.
- 6) Dette direktiv har derfor som mål en tilnærming av medlemsstatenes lover om urimelig handelspraksis, herunder urimelig reklame, som direkte skader forbrukernes økonomiske interesser og dermed indirekte skader de økonomiske interessene til legitime konkurrenter. I tråd med forholdsmessighetsprinsippet beskytter dette direktiv forbrukerne mot følgene av slike former for urimelig handelspraksis når disse er vesentlige, men erkjenner at virkningen for forbrukerne i enkelte tilfeller er ubetydelig. Det verken omfatter eller berører nasjonal lovgivning om urimelig handelspraksis som skader bare konkurrentenes økonomiske interesser, eller som vedrører transaksjoner mellom næringsdrivende; i samsvar med Fellesskapets regelverk og idet det tas fullt hensyn til nærhetsprinsippet, kan medlemsstatene fortsatt fastsette regler for slik praksis dersom de ønsker det. Heller ikke omfatter eller berører dette direktiv bestemmelser i direktiv 84/450/EØF om reklame som villeder foretak, men ikke forbrukere, og om sammenlignende reklame. Videre berører dette direktiv ikke gjeldende reklame- og markedsføringspraksis som legitim produkt plassering, merkedifferensiering eller stimulerende tilbud som rettmessig kan påvirke forbrukernes inntrykk av produkter og påvirke deres atferd uten å redusere deres evne til å treffe en informert beslutning.
- 7) Dette direktiv berører handelspraksis som er direkte knyttet til påvirkning av forbrukernes transaksjonsbeslutninger med hensyn til produkter. Det berører ikke handelspraksis som hovedsakelig gjelder andre formål, herunder kommersiell kommunikasjon rettet mot investorer, for eksempel årsberetninger og foretaks salgsfremmende dokumentasjon. Det berører ikke juridiske krav knyttet til smak og anstendighet, som varierer betydelig blant medlemsstatene. Handelspraksis som for eksempel kundeoppsøking på gaten kan i enkelte medlemsstater være uønsket av kulturelle årsaker. Medlemsstatene bør derfor, i samsvar med Fellesskapets regelverk, fortsatt kunne forby former for handelspraksis på sine territorier med begrunnelse i smak og anstendighet også når slik praksis ikke begrenser forbrukernes valgfrihet. Ved anvendelsen av dette direktiv, og særlig de alminnelige bestemmelsene, må det tas fullt hensyn til omstendighetene i hvert enkelt tilfelle.

- 8) Dette direktiv beskytter forbrukernes økonomiske interesser direkte mot urimelig handelspraksis. Dermed beskytter det også indirekte legitime foretak mot konkurrenter som ikke følger bestemmelsene i dette direktiv, og sikrer dermed rettferdig konkurranse på de områder som omfattes av det. Det finnes naturligvis andre former for handelspraksis som selv om de ikke skader forbrukerne, kan skade konkurrenter og næringskunder. Kommisjonen bør omhyggelig undersøke behovet for fellesskapstiltak på området illojal konkurranse utover dette direktivs virkeområde og om nødvendig fremme forslag til regelverk som omfatter disse andre aspektene ved illojal konkurranse.
- 9) Dette direktiv berører ikke enkeltsaker som fremmes av dem som har lidd skade på grunn av urimelig handelspraksis. Det berører heller ikke fellesskapsregler og nasjonale regler for avtalerett, immaterialrettigheter, helse- og sikkerhetsaspekter ved produkter, etableringsvilkår eller godkjenningsordninger, herunder regler som, i samsvar med Fellesskapets regelverk, gjelder pengespill, eller Fellesskapets konkurranseregler og nasjonale bestemmelser som gjennomfører dem. Medlemsstatene kan dermed opprettholde eller innføre begrensninger i og forbud mot former for handelspraksis med begrunnelse i forbrukernes helse og sikkerhet på deres territorium uansett hvor den næringsdrivende er etablert, for eksempel i forbindelse med alkohol, tobakk eller legemidler. Finansielle tjenester og fast eiendom nødvendiggjør, som følge av sin kompleksitet og iboende alvorlige risiko, detaljerte krav, herunder positive forpliktelser for næringsdrivende. Derfor berører dette direktiv på området finansielle tjenester og fast eiendom ikke medlemsstatenes rett til å gå lenger enn direktivets bestemmelser når det gjelder å beskytte forbrukernes økonomiske interesser. Det er ikke hensiktsmessig å fastsette regler for sertifisering og angivelse av finhetsgrad for edelmetaller.
- 10) Det må sikres sammenheng mellom dette direktiv og eksisterende fellesskapsregler, særlig i tilfeller der det gjelder detaljerte bestemmelser for urimelig handelspraksis i spesielle sektorer. Dette direktiv endrer derfor direktiv 84/450/EØF, europaparlaments- og rådsdirektiv 97/7/EF av 20. mai 1997 om forbrukervern ved fjernsalgsavtaler⁽¹⁾, europaparlaments- og rådsdirektiv 98/27/EF av 19. mai 1998 om nedlegging av forbod med omsyn til vern av forbrukerinteresser⁽²⁾ og europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/65/EF av 23. september 2002 om fjernsal av finansielle tenester til forbruker⁽³⁾. Dette direktiv får dermed anvendelse bare i den grad det ikke foreligger spesifikke fellesskapsbestemmelser som regulerer spesifikke aspekter ved urimelig handelspraksis, for eksempel opplysningskrav og regler om hvordan opplysningene skal framlegges for forbrukeren. Det beskytter forbrukerne i tilfeller der det ikke foreligger spesifikke sektorlovgivning på fellesskapsplan, og forbyr næringsdrivende å skape et misvisende inntrykk av produkters art. Dette er særlig viktig for komplekse produkter med høy risiko for forbrukerne, for eksempel enkelte produkter knyttet til finansielle tjenester. Dette direktiv utfyller dermed gjeldende fellesskapsrett som får anvendelse på den handelspraksis som skader forbrukernes økonomiske interesser.
- 11) Det høye konvergenivået som oppnås ved tilnærmingen av de nasjonale bestemmelser gjennom dette direktiv, skaper et høyt felles nivå for forbrukervern. Dette direktiv fastsetter ett generelt forbud mot de formene for urimelig handelspraksis som endrer

⁽¹⁾ EFT L 144 av 4.6.1997, s. 19. Direktivet endret ved direktiv 2002/65/EF (EFT L 271 av 9.10.2002, s. 16).

⁽²⁾ EFT L 166 av 11.6.1998, s. 51. Direktivet sist endret ved direktiv 2002/65/EF.

⁽³⁾ EFT L 271 av 9.10.2002, s. 16.

forbrukernes økonomiske atferd. Det fastsetter også regler for aggressiv handelspraksis, som for tiden ikke omfattes av regler på fellesskapsplan.

- 12) Harmoniseringen vil øke rettssikkerheten betydelig for både forbrukere og næringsdrivende. Både forbrukere og næringsdrivende vil kunne forholde seg til ett enkelt regelverk som bygger på klart definerte juridiske begreper som regulerer alle aspekter ved urimelig handelspraksis i hele EU. Virkningen vil være å fjerne hindringer som skyldes forskjelligartede regler for urimelig handelspraksis som skader forbrukernes økonomiske interesser, og å gjøre det mulig å oppnå et indre marked på dette området.
- 13) For å nå Fellesskapets mål gjennom fjerning av hindringer for det indre marked er det nødvendig å erstatte medlemsstatenes eksisterende og forskjelligartede alminnelige bestemmelser og juridiske prinsipper. Det ene felles generelle forbud som innføres ved dette direktiv, omfatter derfor former for urimelig handelspraksis som endrer forbrukernes økonomiske atferd. For å fremme forbrukernes tillit bør det generelle forbudet gjelde i samme grad for urimelig handelspraksis som forekommer utenfor avtaleforhold mellom en næringsdrivende og en forbruker, som etter inngåelse av en avtale og i forbindelse med oppfyllelse av avtalen. Det generelle forbudet utfylles med regler for de to typene handelspraksis som er klart vanligst, nemlig villedende handelspraksis og aggressiv handelspraksis.
- 14) Det er ønskelig at villedende handelspraksis omfatter former for praksis, herunder villedende reklame, som ved å villedende forbrukerne hindrer dem i å gjøre informerte, og dermed effektive, valg. I samsvar med medlemsstatenes lovgivning og praksis vedrørende villedende reklame skjelner dette direktiv mellom villedende praksis i form av villedende handlinger og i form av villedende utelatelser. Når det gjelder utelatelser, definerer dette direktiv et begrenset antall viktige opplysninger som forbrukeren trenger for å treffe en informert transaksjonsbeslutning. Det er ikke nødvendig å gi slike opplysninger i all reklame, men bare i de tilfeller der den næringsdrivende oppfordrer til kjøp, et begrep som er klart definert i dette direktiv. Framgangsmåten med full harmonisering som dette direktiv legger opp til, er ikke til hinder for at medlemsstater i sin nasjonale lovgivning kan angi hovedegenskapene til produkter som for eksempel samleobjekter, eller elektriske artikler der utelatelse vil være vesentlig ved oppfordring til kjøp. Dette direktiv har ikke til hensikt å redusere forbrukernes valgfrihet ved å forby salg fremmende tiltak for produkter som ligner på andre produkter, med mindre denne likheten forvirrer forbrukerne med hensyn til produktets kommersielle opprinnelse og dermed er villedende. Dette direktiv berører ikke gjeldende fellesskapsregler som uttrykkelig lar medlemsstatene velge mellom flere reguleringsmessige alternativer for forbrukervern på området handelspraksis. Særlig berører dette direktiv ikke artikkel 13 nr. 3 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/58/EF av 12. juli 2002 om behandling av personopplysninger og personvern i sektoren for elektronisk kommunikasjon⁽¹⁾.
- 15) Der fellesskapets regelverk har fastsatt opplysningskrav i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, reklame og markedsføring, anses opplysningene som vesentlige i henhold til dette direktiv. Medlemsstatene vil kunne opprettholde eller innføre opplysningskrav som vedrører avtalerett og har avtalerettslige følger dersom dette er tillatt i henhold til minsteklausulene i gjeldende fellesskapsrett. En ikke-uttømmende

⁽¹⁾ EFT L 201 av 31.7.2002, s. 37.

liste over slike opplysningskrav i fellesskapsretten er gjengitt i vedlegg II. På bakgrunn av den fullstendige harmoniseringen som innføres ved dette direktiv, anses bare opplysningene som kreves i henhold til fellesskapets regelverk, som vesentlige i henhold til artikkel 7 nr. 5 i dette direktiv. Dersom medlemsstatene på grunnlag av en minsteklausul har innført opplysningskrav som går utover det som er angitt i gjeldende fellesskapsrett, vil utelatelse av slike tilleggsopplysninger ikke utgjøre en villedende utelatelse i henhold til dette direktiv. Derimot vil medlemsstatene, når minsteklausulene i fellesskapsretten tillater det, kunne opprettholde eller innføre strengere bestemmelser i samsvar med fellesskapsretten for å sikre et høyere beskyttelsesnivå for forbrukernes individuelle avtalerettigheter.

- 16) Bestemmelsene om aggressiv handelspraksis bør omfatte praksis som vesentlig reduserer forbrukernes valgfrihet. Dette er praksis der det anvendes trakassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, og utilbørlig påvirkning.
- 17) For å oppnå større rettssikkerhet er det ønskelig å angi hvilke former for handelspraksis som under alle omstendigheter er urimelige. Vedlegg I inneholder derfor en fullstendig liste over slike former for praksis. Disse er de eneste formene for handelspraksis som kan anses som urimelige uten vurdering i hvert enkelt tilfelle mot bestemmelsene i artikkel 5-9. Listen kan endres bare ved revisjon av dette direktiv.
- 18) Alle forbrukere bør beskyttes mot urimelig handelspraksis; Domstolen har imidlertid etter gjennomføringen av direktiv 84/450/EØF i forbindelse med rettsavgjørelser funnet det nødvendig å undersøke virkningen på en tenkt, typisk forbruker. I tråd med forholdsmessighetsprinsippet og for å muliggjøre effektiv anvendelse av det vern det legges opp til, tar dette direktiv utgangspunkt i gjennomsnittsforbrukeren, som er rimelig opplyst og rimelig observant og kritisk, idet det tas hensyn til sosiale, kulturelle og språklige faktorer slik de er tolket av Domstolen; det inneholder imidlertid også bestemmelser med sikte på å forebygge utnyttning av forbrukere som på grunn av sine egenskaper er særlig sårbare overfor urimelig handelspraksis. Dersom en handelspraksis er særskilt rettet mot en bestemt gruppe forbrukere, for eksempel barn, er det ønskelig at virkningen av denne handelspraksisen vurderes ut fra perspektivet til et gjennomsnittsleder av denne gruppen. Det bør derfor på listen over former for praksis som under alle omstendigheter er urimelige, tas med en bestemmelse som, uten at det pålegges et regelrett forbud mot reklame rettet mot barn, beskytter dem mot direkte kjøpepress. Begrepet gjennomsnittsforbruker er ikke et statistisk begrep. Nasjonale domstoler og myndigheter må bruke sitt eget skjønn, idet det tas hensyn til Domstolens rettspraksis, for å bestemme gjennomsnittsforbrukerens typiske reaksjon i et gitt tilfelle.
- 19) Dersom visse egenskaper som alder, fysisk eller psykisk svakhet eller godtroenhet gjør en forbruker særlig påvirkelig for en handelspraksis eller det produktet praksisen gjelder, og slike forbrukeres økonomiske atferd vil kunne endres av praksisen på en måte som den næringsdrivende med rimelighet kan forutse, bør det sikres at de vernes tilstrekkelig, ved at praksisen vurderes ut fra perspektivet til gruppens gjennomsnittsleder.
- 20) Det bør fastsettes en rolle for atferdsregler, som gjør næringsdrivende i stand til å anvende dette direktivs prinsipper effektivt på bestemte økonomiske områder. I sektorer der næringsdrivendes atferd er underlagt bestemte obligatoriske krav, bør disse også gi en indikasjon på hva som ligger i kravene om yrkesmessig aktsomhet i sektoren. Den

kontrollen som de ansvarlige for atferdsreglene utøver på nasjonalt plan eller fellesskapsplan for å eliminere urimelig handelspraksis, kan avskaffe behovet for å ty til administrative eller rettslige tiltak, og bør derfor oppmuntres. Med sikte på å oppnå et høyt nivå av forbrukervern kan forbrukerorganisasjoner underrettes og tas med i utarbeidingen av atferdsregler.

- 21) Personer eller organisasjoner som i henhold til nasjonal lovgivning anses å ha rettmessig interesse i saken, må ha klageadgang og kunne bringe saker mot urimelig handelspraksis inn for en rett eller en forvaltningsmyndighet med myndighet til å avgjøre klager eller innlede relevant rettergang. Selv om bevisbyrden avgjøres etter nasjonal lovgivning, bør domstoler og forvaltningsmyndigheter kunne kreve at næringsdrivende framlegger bevis for at deres faktapåstander er korrekte.
- 22) Medlemsstatene må fastsette sanksjoner for overtredelse av bestemmelsene i dette direktiv, og de må sikre at disse håndheves. Sanksjonene må være effektive, forholdsmessige og avskrekkende.
- 23) Ettersom målene for dette direktiv, å fjerne hindringer for det indre markeds virkemåte i nasjonal lovgivning om urimelig handelspraksis og sikre et høyt felles nivå av forbrukervern ved tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om urimelig handelspraksis, ikke kan nås i tilstrekkelig grad av medlemsstatene og derfor bedre kan nås på fellesskapsplan, kan Fellesskapet treffe tiltak i samsvar med nærhetsprinsippet som fastsatt i traktatens artikkel 5. I samsvar med forholdsmessighetsprinsippet i nevnte artikkel går dette direktiv ikke lenger enn det som er nødvendig for å fjerne hindringene for det indre marked og nå et høyt felles nivå av forbrukervern.
- 24) Dette direktiv bør gjennomgås på nytt for å sikre at hindringer for det indre marked er tatt hånd om og et høyt nivå av forbrukervern oppnådd. Revisjonen kan føre til at Kommisjonen foreslår endringer i dette direktiv, med en begrenset utvidelse av unntaket i artikkel 3 nr. 5, og/eller endringer i annen forbrukervernlovgivning som gjenspeiler Kommisjonens forbrukerpolitikk, for å revidere gjeldende fellesskapsrett og oppnå et høyt felles nivå av forbrukervern.
- 25) Dette direktiv overholder de grunnleggende rettigheter og prinsipper som blant annet er anerkjent i Den europeiske unions pakt om grunnleggende rettigheter —

VEDTATT DETTE DIREKTIV:

KAPITTEL 1

ALMINNELIGE BESTEMMELSER

Artikkel 1

Formål

Formålet med dette direktiv er å bidra til at det indre marked fungerer tilfredsstillende, og å oppnå et høyt nivå av forbrukervern gjennom tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om urimelig handelspraksis som skader forbrukernes økonomiske interesser.

Artikkel 2

Definisjoner

I dette direktiv menes med

- a) «forbruker», enhver fysisk person som i forbindelse med handelspraksis som omfattes av dette direktiv, handler for formål som ikke er knyttet til vedkommendes forretnings-, industri-, håndverks- eller yrkesvirksomhet,
- b) «næringsdrivende», enhver fysisk eller juridisk person som i handelspraksis som omfattes av dette direktiv, handler for formål som gjelder vedkommendes forretnings-, industri-, håndverks- eller yrkesvirksomhet, og enhver som handler i vedkommendes navn eller på vedkommendes vegne,
- c) «produkt», alle varer eller tjenester, herunder fast eiendom, rettigheter og forpliktelser,
- d) «foretaks handelspraksis overfor forbrukere» (heretter også kalt «handelspraksis»), enhver handling, utelatelse, atferd eller framstilling, kommersiell kommunikasjon, herunder reklame og markedsføring, fra en næringsdrivendes side, som er direkte knyttet til å fremme salget av, selge eller levere et produkt til forbrukerne,
- e) «vesentlig endring av forbrukernes økonomiske atferd», bruk av en handelspraksis som merkbart reduserer forbrukerens evne til å treffe en informert beslutning, og dermed får forbrukeren til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet,
- f) «atferdsregler», en avtale eller et sett med regler som ikke er pålagt av en medlemsstats lover og forskrifter, men som definerer atferden til næringsdrivende som forplikter seg til å være bundet av reglene i forbindelse med én eller flere former for handelspraksis eller næringssektorer,
- g) «ansvarlig for atferdsregler», enhver enhet, herunder en næringsdrivende eller en gruppe av næringsdrivende, som er ansvarlig for utforming og ajourføring av atferdsregler og/eller for å føre tilsyn med at reglene overholdes av dem som har forpliktet seg til å være bundet av dem,
- h) «yrkesmessig aktsomhet», den standard for kunnskap og hensyn som en næringsdrivende med rimelighet kan forventes å vise overfor forbrukerne, og som er i samsvar med hederlig markedspraksis og/eller det alminnelige prinsippet om god tro innenfor den næringsdrivendes virksomhetsområde,
- i) «oppfordring til kjøp», en kommersiell kommunikasjon som angir produktets egenskaper og pris på en egnet måte for den anvendte kommersielle kommunikasjonen og dermed setter forbrukeren i stand til å foreta et kjøp,
- j) «utilbørlig påvirkning», utnyttning av en maktposisjon i forhold til forbrukeren for å utøve press, også når det ikke trues med eller brukes fysisk makt, på en måte som vesentlig reduserer forbrukerens evne til å treffe en informert beslutning,
- k) «transaksjonsbeslutning», enhver beslutning som forbrukeren treffer om hvorvidt, hvordan eller på hvilke vilkår vedkommende kjøper, betaler helt eller delvis, beholder

eller avhender et produkt eller utøver en avtalefestet rett knyttet til produktet, enten forbrukeren beslutter å foreta en slik handling eller avstår fra det,

- l) «lovregulert yrke», en yrkesvirksomhet eller gruppe av slike der adgang eller utøvelse, eller en form for utøvelse, i henhold til lover eller forskrifter er direkte eller indirekte betinget av at vedkommende innehar bestemte faglige kvalifikasjoner.

Artikkel 3

Virkeområde

1. Dette direktiv får anvendelse på foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere som fastsatt i artikkel 5 før, under og etter en handelstransaksjon knyttet til et produkt.
2. Dette direktiv berører ikke avtaleretten, særlig reglene for kontraktens gyldighet, utforming eller virkning.
3. Dette direktiv berører ikke fellesskapsregler eller nasjonale regler for helse- og sikkerhetsaspekter ved produkter.
4. Ved manglende samsvar mellom bestemmelsene i dette direktiv og andre fellesskapsregler som regulerer bestemte aspekter ved urimelig handelspraksis, har sistnevnte forrang og får anvendelse på disse bestemte aspektene.
5. I et tidsrom på seks år fra 12. juni 2007 skal medlemsstatene på det området der dette direktiv innebærer en tilnærming, fortsatt kunne anvende nasjonale bestemmelser som er strengere eller mer detaljerte enn dette direktiv, og som gjennomfører direktiver som inneholder minsteklausuler. Disse tiltakene må være avgjørende for å sikre at forbrukerne vernes tilstrekkelig mot urimelig handelspraksis, og skal stå i forhold til målet som skal nås. Revisjonen nevnt i artikkel 18 kan, dersom det anses som hensiktsmessig, omfatte et forslag om forlengelse av dette unntaket i en begrenset periode.
6. Medlemsstatene skal omgående underrette Kommisjonen om eventuelle nasjonale bestemmelser som anvendes på grunnlag av nr. 5.
7. Dette direktiv berører ikke regler for fastsettelse av domstolars jurisdiksjon.
8. Dette direktiv berører ikke de vilkår for etablering eller godkjenning, etiske atferdsregler eller andre særlige regler for lovregulerte yrker, som medlemsstatene i samsvar med fellesskapsretten kan pålegge yrkesutøvere, og som har til formål å opprettholde høye standarder for yrkesutøvernes integritet.
9. I forbindelse med «finansielle tjenester», som definert i direktiv 2002/65/EF, og fast eiendom kan medlemsstatene pålegge krav som er strengere eller mer detaljerte enn dette direktiv på det område der dette direktiv tilnærmer bestemmelsene.
10. Dette direktiv berører ikke medlemsstatenes lover og forskrifter om sertifisering og angivelse av finhetsgrad for edelmetaller.

*Artikkel 4***Det indre marked**

Medlemsstatene skal verken begrense friheten til å yte tjenester eller det frie varebytte av årsaker som omfattes av det område der dette direktiv tilnærmer bestemmelsene.

KAPITTEL 2

URIMELIG HANDELSPRAKSIS*Artikkel 5***Forbud mot urimelig handelspraksis**

1. Urimelig handelspraksis er forbudt.
2. En handelspraksis anses som urimelig dersom
 - a) den strider mot kravene til yrkesmessig aktsomhet,
og
 - b) den vesentlig endrer eller er egnet til å endre den økonomiske atferden med hensyn til produktet for gjennomsnittsforbrukeren som den når eller er rettet mot, eller for gjennomsnittsmedlemmet av gruppen dersom en handelspraksis er rettet mot en bestemt gruppe forbrukere.
3. Former for handelspraksis som er egnet til å endre den økonomiske atferden til en klart identifiserbar gruppe av forbrukere som er særlig sårbare for denne praksisen eller det produktet praksisen gjelder på grunn av psykisk eller fysisk svakhet, alder eller godtroenhet på en måte som den næringsdrivende med rimelighet kan forventes å forutse, skal vurderes ut fra perspektivet til et gjennomsnittsmedlem av denne gruppen. Dette berører ikke vanlig og rettmessig reklamepraksis der det framsettes overdrevne påstander eller påstander som ikke er ment å oppfattes bokstavelig.
4. En handelspraksis anses særlig som urimelig dersom den
 - a) er villedende som definert i artikkel 6 og 7,
eller
 - b) er aggressiv som definert i artikkel 8 og 9.
5. Vedlegg I inneholder en liste over former for handelspraksis som under alle omstendigheter anses som urimelige. Den samme listen får anvendelse i alle medlemsstater og kan endres bare ved revisjon av dette direktiv.

Avsnitt 1

Villedende handelspraksis

Artikkel 6

Villedende handlinger

1. En handelspraksis anses som villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger og dermed er usannferdig eller på annen måte, også gjennom sin generelle utforming, villeder eller er egnet til å villede gjennomsnittsfbrukeren, selv om opplysningene rent faktisk er korrekte, i forbindelse med ett eller flere av følgende elementer, og under alle omstendigheter påvirker eller er egnet til å påvirke gjennomsnittsfbrukeren til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet:

- a) produktets eksistens eller art,
- b) produktets hovedegenskaper, for eksempel dets tilgjengelighet, fordeler, risikoer, utførelse, sammensetning, tilbehør, ettersalgsservice og klagebehandling, måte eller dato for produksjon eller yting, levering, egnethet for et formål, bruk, mengde, spesifikasjoner, geografisk eller kommersiell opprinnelse eller resultater som kan forventes av bruk av det, eller resultater av, og vesentlige kjennetegn ved, forsøk eller kontroll som er utført på produktet,
- c) omfanget av den næringsdrivendes forpliktelser, motiver for handelspraksisen og salgsprosessens art, eventuell erklæring eller symbol i forbindelse med direkte eller indirekte sponing eller godkjenning av den næringsdrivende eller produktet,
- d) pris eller beregningsmåte for pris, eller eksistensen av en prisfordel,
- e) behovet for service, deler, erstatning eller reparasjon,
- f) den næringsdrivendes eller vedkommendes agents art, egenskaper og rettigheter, for eksempel identitet og formue, kvalifikasjoner, status, godkjenning, tilknytning eller tilhørighet og industrielle rettigheter, kommersielle rettigheter eller immaterialrettigheter eller priser og utmerkelser vedkommende har mottatt,
- g) forbrukerens rettigheter, herunder rett til omlevering eller tilbakebetaling i henhold til europaparlaments- og rådsdirektiv 1999/44/EF av 25. mai 1999 om visse sider ved forbrukerkjøp og tilknyttede garantier⁽¹⁾, eller risikoene forbrukeren kan bli utsatt for.

2. En handelspraksis anses som urimelig også dersom den, i sin konkrete sammenheng og idet det tas hensyn til alle dens elementer og omstendighetene for øvrig, påvirker eller er egnet til å påvirke gjennomsnittsfbrukeren til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet, og innebærer

- a) markedsføring av et produkt, herunder gjennom sammenlignende reklame, som forårsaker forveksling med en konkurrents produkter, varemerker, handelsnavn eller andre kjennetegn,
- b) at den næringsdrivende ikke overholder forpliktelsene i atferdsregler som vedkommende har forpliktet seg til å overholde, der

⁽¹⁾ EFT L 171 av 7.7.1999, s. 12.

- i) forpliktelsen ikke bare er en målsetning, men fast og etterprøvbar,
og
- ii) den næringsdrivende i en handelspraksis angir at han/hun er bundet av reglene.

Artikkel 7

Villedende utelatelser

1. En handelspraksis anses som villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og idet det tas hensyn til alle dens elementer og omstendighetene for øvrig og begrensningene ved kommunikasjonsmediet, utelater vesentlige opplysninger som gjennomsnittsforbrukeren ut fra sammenhengen trenger for å kunne treffe en informert transaksjonsbeslutning, og som dermed påvirker eller er egnet til å påvirke gjennomsnittsforbrukeren til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet.
2. En utelatelse anses som villedende også dersom den næringsdrivende, idet det tas hensyn til forholdene beskrevet i nr. 1, skjuler eller gir vesentlige opplysninger som nevnt i nr. 1 på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte, eller dersom handelspraksisens kommersielle formål ikke angis i tilfeller der dette ikke allerede framgår av sammenhengen, og der dette i alle fall påvirker eller er egnet til å påvirke gjennomsnittsforbrukeren til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet.
3. Dersom mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, innebærer plass- eller tidsmessige begrensninger, skal disse begrensningene og eventuelle tiltak som den næringsdrivende treffer for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne ved andre midler, tas i betraktning når det avgjøres om opplysninger er utelatt.
4. Ved en oppfordring til kjøp anses følgende opplysninger som vesentlige dersom de ikke allerede framgår av sammenhengen:
 - a) produktets hovedegenskaper, i relevant omfang for mediet og produktet,
 - b) den næringsdrivendes geografiske adresse og identitet, for eksempel handelsnavn, og om relevant, geografisk adresse og identitet til den næringsdrivende som vedkommende opptrer på vegne av,
 - c) prisen medregnet avgifter, eller, dersom produktets art innebærer at prisen ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, hvordan prisen beregnes, og eventuelt alle tilleggskostnader til frakt, levering eller porto eller, dersom disse kostnadene ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, at det kan forekomme slike tilleggskostnader,
 - d) vilkår for betaling, levering, yting og klagebehandling, dersom disse avviker fra kravene til yrkesmessig aktsomhet,
 - e) for produkter og transaksjoner som omfattes av angrerett eller avbestillingsrett, at det foreligger en slik rett.

5. Opplysningskrav som er fastsatt i fellesskapsretten i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, herunder reklame og markedsføring, anses som vesentlige; i vedlegg II er det gjengitt en ikke-uttømmende liste over slike bestemmelser.

Avsnitt 2

Aggressiv handelspraksis

Artikkel 8

Aggressiv handelspraksis

En handelspraksis anses som aggressiv dersom den, i sin konkrete sammenheng og idet det tas hensyn til alle dens elementer og omstendighetene for øvrig, ved trakassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, eller utilbørlig påvirkning i vesentlig grad begrenser eller er egnet til å begrense gjennomsnittsforbrukerens valgmuligheter eller atferd i forbindelse med produktet og dermed påvirker vedkommende eller er egnet til å påvirke vedkommende til å treffe en transaksjonsbeslutning som vedkommende ellers ikke ville ha truffet.

Artikkel 9

Bruk av trakassering, tvang og utilbørlig påvirkning

Når det skal avgjøres om det i en handelspraksis anvendes trakassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, eller utilbørlig påvirkning, skal det tas hensyn til følgende:

- a) tidspunkt, sted, art og varighet,
- b) bruk av truende eller utilbørlig språk eller atferd,
- c) den næringsdrivendes utnyttning av en konkret uheldig hendelse eller omstendighet som er så alvorlig at den kan nedsette forbrukerens dømmekraft, som den næringsdrivende er klar over, til å påvirke forbrukerens beslutning i forbindelse med produktet,
- d) belastende eller uforholdsmessige hindringer som ikke følger av avtalen, som den næringsdrivende pålegger når en forbruker ønsker å utøve rettigheter i henhold til avtalen, herunder rett til å heve en avtale eller bytte til et annet produkt eller en annen næringsdrivende,
- e) enhver trussel om handlinger som er ulovlige.

KAPITTEL 3

ATFERDSREGLER

*Artikkel 10***Atferdsregler**

Dette direktiv er ikke til hinder for at kontroll av urimelig handelspraksis kan utøves av ansvarlige for atferdsregler, noe også medlemsstatene kan oppfordre til, eller at personene eller organisasjonene nevnt i artikkel 11 bringer saker inn for slike organer, dersom slik klageadgang kommer i tillegg til den rettslige eller administrative behandling som er nevnt i samme artikkel.

Klager til slike kontrollorganer skal aldri anses som avkall på rett til rettslig eller administrativ behandling som fastsatt i artikkel 11.

KAPITTEL 4

SLUTTBESTEMMELSER*Artikkel 11***Håndheving**

1. Medlemsstatene skal sikre at det finnes tilstrekkelige og effektive midler til å bekjempe urimelige former for handelspraksis, slik at bestemmelsene i dette direktiv overholdes i forbrukernes interesse.

Slike midler skal omfatte lovbestemmelser som gir personer eller organisasjoner som i henhold til nasjonal lovgivning anses å ha rettmessig interesse i å bekjempe urimelig handelspraksis, herunder konkurrenter, adgang til

- a) å bringe en sak mot slik urimelig handelspraksis inn for retten,
og/eller
- b) å bringe slik urimelig handelspraksis inn for en forvaltningsmyndighet som har myndighet til å avgjøre klager eller til å innlede relevant rettergang.

Den enkelte medlemsstat kan avgjøre hvilke av disse midlene som skal stå til rådighet, og hvorvidt domstoler eller forvaltningsmyndigheter skal kunne kreve at saken først framlegges for en annen etablert klageinstans, herunder de som er nevnt i artikkel 10. Disse midlene skal stå til rådighet uansett om de berørte forbrukerne befinner seg på territoriet til medlemsstaten der den næringsdrivende er etablert, eller i en annen medlemsstat.

Den enkelte medlemsstat kan avgjøre

- a) hvorvidt disse rettsmidlene, enkeltvis eller samlet, kan rettes mot et antall næringsdrivende fra samme økonomiske sektor,
og

- b) hvorvidt disse rettsmidlene kan rettes mot en ansvarlig for atferdsregler når relevante regler fremmer manglende oppfyllelse av lovfestede krav.

2. I henhold til lovbestemmelsene nevnt i nr. 1 skal medlemsstatene, dersom de anser slike tiltak som nødvendige idet det tas hensyn til alle berørte interesser, særlig allmennhetens interesser, gi domstolene og forvaltningsmyndighetene myndighet til

- a) å påby opphør av urimelig handelspraksis, eller å innlede rettergang med sikte på å få påbudt opphør av slik praksis,
eller
- b) dersom den urimelige handelspraksisen ennå ikke er iverksatt, men er nær forestående, å nedlegge forbud mot praksisen, eller å innlede rettergang med sikte på å få nedlagt forbud mot praksisen,

selv uten bevis for faktisk skade eller tap, eller forsett eller uaktsomhet fra den næringsdrivendes side.

Medlemsstatene skal også vedta bestemmelser om at tiltakene nevnt i første ledd kan treffes etter en framskyndet framgangsmåte

- med midlertidig virkning,
eller
- med endelig virkning,

idet det er opp til hver enkelt medlemsstat å avgjøre hvilket av de to alternativene som velges.

Videre kan medlemsstatene, med sikte på å fjerne virkningene av urimelige former for handelspraksis som det med et endelig vedtak er påbudt opphør av, gi domstolene eller forvaltningsmyndighetene myndighet til

- a) å kreve offentliggjøring av vedtaket i sin helhet eller i utdrag og i en form som de anser som egnet,
- b) å kreve at det dessuten offentliggjøres en rettelse.
3. Forvaltningsmyndighetene nevnt i nr. 1 skal
- a) være sammensatt på en måte som ikke inngir tvil om deres upartiskhet,
- b) når de avgjør klager, ha nødvendig myndighet til effektivt å kunne overvåke og gjennomføre overholdelse av de vedtak de har gjort,
- c) som hovedregel begrunne sine vedtak.

Når den myndighet som er nevnt i nr. 2, utelukkende utøves av en forvaltningsmyndighet, skal den alltid begrunne sine vedtak. I dette tilfellet skal det dessuten vedtas framgangsmåter der forvaltningsmyndighetens urettmessige eller urimelige utøvelse av myndighet eller unnlattelse av å utøve slik myndighet kan påklages.

Artikkel 12

Domstoler og forvaltningsmyndigheter: Dokumentasjon av påstander

Medlemsstatene skal gi domstoler eller forvaltningsmyndigheter myndighet til, ved den rettslige eller administrative behandling nevnt i artikkel 11

- a) å kreve at den næringsdrivende framlegger dokumentasjon på riktigheten av faktapåstander i forbindelse med en handelspraksis dersom et slikt krav, idet det tas hensyn til de rettmessige interessene til den næringsdrivende og andre parter i saken, framstår som relevant på grunnlag av omstendighetene i det aktuelle tilfellet,

og

- b) å anse faktapåstander som uriktige dersom dokumentasjonen som kreves i henhold til bokstav a), ikke framlegges eller anses som utilstrekkelig av domstolen eller forvaltningsmyndigheten.

Artikkel 13

Sanksjoner

Medlemsstatene skal fastsette sanksjoner for overtredelser av de nasjonale bestemmelser de vedtar for å gjennomføre dette direktiv, og treffe de nødvendige tiltak for å sikre at de anvendes. Sanksjonene skal være virkningsfulle, stå i forhold til overtredelsen og virke avskrekkende.

Artikkel 14

Endringer i direktiv 84/450/EØF

I direktiv 84/450/EØF gjøres følgende endringer:

1. Artikkel 1 skal lyde:

«Artikkel 1

Formålet med dette direktiv er å verne næringsdrivende mot villedende reklame og de urimelige følger av slik reklame, og å fastsette på hvilke vilkår sammenlignende reklame er tillatt.»

2. I artikkel 2

- skal nr. 3 lyde:

- «3. «næringsdrivende», enhver fysisk eller juridisk person som opptrer for formål som gjelder vedkommendes forretnings-, industri-, håndverks- eller yrkesvirksomhet, og enhver som opptrer i vedkommendes navn eller på vedkommendes vegne,»

- skal nytt nr. 4 lyde:

- «4. «ansvarlig for atferdsregler», enhver enhet, herunder en næringsdrivende eller en gruppe av næringsdrivende, som er ansvarlig for utforming og ajourføring av atferdsregler og/eller for å føre tilsyn med at reglene overholdes av dem som har forpliktet seg til å følge dem.»

3. Artikkel 3a skal lyde:

«Artikkel 3a

1. Sammenlignende reklame skal hva sammenligningen angår, være tillatt dersom følgende vilkår er oppfylt:
- a) reklamen er ikke villedende i henhold til artikkel 2 nr. 2, artikkel 3 og artikkel 7 nr. 1 i dette direktiv eller artikkel 6 og 7 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked(*),
 - b) den sammenligner varer eller tjenester som dekker samme behov eller er beregnet på samme formål,
 - c) den sammenligner objektivt én eller flere egenskaper ved disse varene og tjenestene som er konkrete, relevante, dokumenterbare og representative, herunder prisen,
 - d) den bringer ikke i vanry eller taler nedsettende om en konkurrents varemerker, handelsnavn, andre kjennetegn, varer, tjenester, virksomhet eller situasjon,
 - e) for varer med opprinnelsesbetegnelse gjelder den i hvert enkelt tilfelle varer med samme betegnelse,
 - f) den drar ikke urimelig fordel av den anseelse som er knyttet til en konkurrents varemerker, handelsnavn eller andre kjennetegn, eller av konkurrerende varers opprinnelsesbetegnelse,
 - g) den framstiller ikke varer eller tjenester som en etterligning eller kopi av varer eller tjenester med et beskyttet varemerke eller handelsnavn,
 - h) den forårsaker ikke forveksling blant næringsdrivende, mellom annonsøren og en konkurrent eller mellom annonsørens og en konkurrents varemerker, handelsnavn, andre kjennetegn, varer eller tjenester.

(*) EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22.»

4. Artikkel 4 nr. 1 skal lyde:

«1. Medlemsstatene skal, til gagn for næringsdrivende og konkurrenter, sørge for at det finnes effektive og tilstrekkelige midler til å bekjempe villedende reklame og sikre at bestemmelsene om sammenlignende reklame overholdes. Slike midler skal omfatte lovbestemmelser der det er fastsatt at personer eller organisasjoner som i henhold til

nasjonal lovgivning har rettmessig interesse i å bekjempe villedende reklame eller regulere sammenlignende reklame, kan

- a) ta rettslige skritt mot slik reklame,
eller
- b) bringe slik reklame inn for en forvaltningsmyndighet som har myndighet til å avgjøre klager eller innlede rettergang.

Den enkelte medlemsstat bestemmer selv hvilke av disse juridiske muligheter som skal stå til rådighet, og om domstolene eller forvaltningsmyndighetene skal kunne kreve at forholdet først skal prøves ved en annen klageinstans, herunder de som er nevnt i artikkel 5.

Den enkelte medlemsstat bestemmer selv

- a) om disse rettsmidlene hver for seg eller samlet kan rettes mot et antall næringsdrivende fra samme økonomiske sektor,
og
- b) om disse rettsmidlene kan rettes mot en ansvarlig for atferdsregler dersom relevant regel bidrar til at de lovfestede krav ikke oppfylles.»

5. Artikkel 7 nr. 1 skal lyde:

«1. Dette direktiv er ikke til hinder for at medlemsstatene kan opprettholde eller vedta bestemmelser om villedende reklame med henblikk på å sikre et mer omfattende vern av næringsdrivende og konkurrenter.»

Artikkel 15

Endringer i direktiv 97/7/EF og 2002/65/EF

1. Artikkel 9 i direktiv 97/7/EF skal lyde:

«*Artikkel 9*

Uanmodet levering

På grunnlag av forbudet mot uanmodet levering fastsatt i europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked(*) skal medlemsstatene treffe de tiltak som er nødvendige for å frita forbrukeren for enhver forpliktelse dersom det leveres varer eller ytes tjenester som ikke er bestilt, idet uteblitt svar ikke regnes som samtykke.

(*) EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22.»

2. Artikkel 9 i direktiv 2002/65/EF skal lyde:

«Artikkel 9

På grunnlag av forbudet mot tenesteyting som det ikkje er bede om, som er fastsett i europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked(*), og utan at det rører ved føresegner i medlemsstatane om stillteiane lenging av fjernsalsavtaler, dersom slike føresegner tillét stillteiane lenging, skal medlemsstatane gjere dei tiltaka som er naudsynte for å frita forbrukaren for alle plikter ved yting av tenester som det ikkje er bede om, ettersom mangel på svar ikkje skal reknast som eit samtykke.

(*) EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22.»

Artikkel 16

Endringer i direktiv 98/27/EF og forordning (EF) nr. 2006/2004

1. I vedlegget til direktiv 98/27/EF skal punkt 1 lyde:
 - «1. Europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked (EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22).»
2. I vedlegget til europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 2006/2004 av 27. oktober 2004 om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av forbrukervernlovgivning (forordningen om forbrukervernsamarbeid)⁽¹⁾ tilføyes følgende punkt:
 - «16. Europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked (EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22).»

Artikkel 17

Opplysninger

Medlemsstatene skal treffe de tiltak som er nødvendige for å opplyse forbrukerne om den nasjonale lovgivning som gjennomfører dette direktiv, og skal der det er relevant, oppmuntre næringsdrivende og ansvarlige for atferdsregler til å opplyse forbrukerne om sine atferdsregler.

⁽¹⁾ EUT L 364 av 9.12.2004, s. 1.

*Artikkel 18***Revisjon**

1. Kommisjonen skal senest 12. juni 2011 framlegge for Europaparlamentet og Rådet en omfattende rapport om anvendelsen av dette direktiv, særlig artikkel 3 nr. 9, artikkel 4 og vedlegg I, om mulighetene for ytterligere harmonisering og forenkling av Fellesskapets regelverk for forbrukervern og, under henvisning til artikkel 3 nr. 5, om eventuelle tiltak som må treffes på fellesskapsplan for å sikre at et tilstrekkelig nivå av forbrukervern ivaretas. Rapporten skal om nødvendig ledsages av et forslag til revisjon av dette direktiv eller andre relevante deler av fellesskapsretten.

2. Europaparlamentet og Rådet skal, i samsvar med traktaten, bestrebe seg på å treffe beslutning innen to år fra Kommisjonens framleggelse av eventuelle forslag i henhold til nr. 1.

*Artikkel 19***Innarbeiding i nasjonal lovgivning**

Medlemsstatene skal vedta og kunngjøre de lover og forskrifter som er nødvendige for å etterkomme dette direktiv, innen 12. juni 2007. De skal umiddelbart underrette Kommisjonen om dette, og skal underrette Kommisjonen om eventuelle senere endringer.

De skal anvende disse bestemmelsene senest fra 12. desember 2007. Disse bestemmelsene skal, når de vedtas av medlemsstatene, inneholde en henvisning til dette direktiv, eller det skal vises til direktivet når de kunngjøres. Nærmere regler for henvisningen fastsettes av medlemsstatene.

*Artikkel 20***Ikrafttredelse**

Dette direktiv trer i kraft dagen etter at det er kunngjort i *Den europeiske unions tidende*.

*Artikkel 21***Adressater**

Dette direktiv er rettet til medlemsstatene.

Utferdiget i Strasbourg, 11. mai 2005.

For Europaparlamentet

J. P. BORRELL FONTELLLES

President

For Rådet

N. SCHMIT

Formann

VEDLEGG I

**FORMER FOR HANDELSPRAKSIS SOM UNDER ALLE OMSTENDIGHETER
ANSES SOM URIMELIGE**

Villedende handelspraksis

1. At en næringsdrivende hevder å ha undertegnet atferdsregler når dette ikke er tilfellet.
2. Å framvise et sertifikat, kvalitetsmerke eller tilsvarende uten å ha oppnådd nødvendig tillatelse.
3. Å hevde at atferdsregler er godkjent av et offentlig organ eller annet organ uten at dette er tilfellet.
4. Å hevde at en næringsdrivende (herunder vedkommendes handelspraksis) eller et produkt er godkjent, autorisert eller tillatt av et offentlig eller privat organ når dette ikke er tilfellet, eller å framsette en slik påstand uten å oppfylle vilkårene for godkjenning, anerkjennelse eller tillatelse.
5. Å oppfordre til kjøp av produkter til en bestemt pris uten å opplyse om et eventuelt rimelig grunnlag den næringsdrivende har for å tro at han/hun ikke vil være i stand til å levere eller få en annen næringsdrivende til å levere disse produktene til den aktuelle prisen innenfor et tidsrom og i en mengde som er rimelig ut fra produktet, reklamens omfang og oppgitt pris (lokketilbud).
6. Å oppfordre til kjøp av produkter til en bestemt pris og så
 - a) nekte å vise det averterte produktet til forbrukerne,
eller
 - b) nekte å motta bestillinger på det eller levere det innen rimelig tid,
eller
 - c) framvise en defekt utgave av det,
med sikte på å fremme salg av et annet produkt (en type lokketilbud).
7. Feilaktig å hevde at et produkt vil være tilgjengelig i et svært begrenset tidsrom, eller at det vil være tilgjengelig bare på bestemte vilkår i et svært begrenset tidsrom, for å framkalle en umiddelbar beslutning og frata forbrukerne tilstrekkelig mulighet eller tid til å gjøre et informert valg.
8. Å påta seg å yte ettersalgsservice overfor forbrukere som den næringsdrivende har kommunisert med før en transaksjon på et språk som ikke er et offisielt språk i medlemsstaten der den næringsdrivende er etablert, og deretter yte slik service bare på et annet språk uten klart å tilkjenne dette for forbrukeren før forbrukeren forplikter seg til transaksjonen.

9. Å hevde eller på annen måte skape inntrykk av at et produkt kan selges lovlig når det ikke kan det.
10. Å framstille rettigheter som forbrukere har i henhold til loven, som en særlig egenskap ved den næringsdrivendes tilbud.
11. Å bruke redaksjonelt innhold i medier til å fremme salg av et produkt der en næringsdrivende har betalt for slik reklame uten å gjøre det klart i innholdet eller ved bilder eller lyder som er klart gjenkjennelige for forbrukeren (annonser i redaksjonell form). Dette berører ikke rådsdirektiv 89/552/EØF⁽¹⁾.
12. Å framsette en faktisk uriktig påstand om art og omfang av risikoen for forbrukerens eller vedkommendes families personlige sikkerhet dersom forbrukeren ikke kjøper produktet.
13. Å fremme salg av et produkt som ligner på et produkt som framstilles av en bestemt produsent, på en slik måte at det bevisst forleder forbrukeren til å tro at produktet er framstilt av samme produsent når det ikke er det.
14. Å etablere, drive eller markedsføre en pyramideordning der en forbruker betaler et vederlag for mulighet til å oppnå kompensasjon som primært stammer fra andre forbrukere som trer inn i systemet, snarere enn fra salg eller forbruk av produkter.
15. Å hevde at den næringsdrivende er i ferd med å avvikle virksomheten eller flytte til andre lokaler, når dette ikke er tilfellet.
16. Å hevde at produkter kan gjøre det lettere å vinne i hasardspill.
17. Feilaktig å hevde at et produkt kan kurere sykdom, funksjonssvikt eller misdannelser.
18. Å formidle faktisk uriktige opplysninger om markedsvilkår eller om muligheten for å skaffe seg produktet, i den hensikt å påvirke forbrukeren til å anskaffe produktet på mindre gunstige vilkår enn normale markedsvilkår.
19. Å hevde som ledd i handelspraksis at det avholdes en konkurranse eller en salgsfremmende kampanje med premier, uten å utdele premiene som beskrives eller noe rimelig tilsvarende.
20. Å beskrive et produkt som «gratis», «vederlagsfritt», «uten betaling» eller lignende dersom forbrukeren skal betale mer enn de uunngåelige utgiftene for å reagere på handelspraksisen, samt henting eller betaling for levering av artikkelen.
21. Å legge ved en faktura eller et lignende dokument som oppfordrer til betaling i markedsføringsmateriale som gir forbrukeren inntrykk av at vedkommende allerede har bestilt produktet som markedsføres, når det ikke er tilfellet.

(¹) Rådsdirektiv 89/552/EØF av 3. oktober 1989 om samordning av visse bestemmelser om utøvelse av fjernsynsvirksomhet, fastsatt ved lov eller forskrift i medlemsstatene (EFT L 298 av 17.10.1989, s. 23). Direktivet endret ved europaparlaments- og rådsdirektiv 97/36/EF (EFT L 202 av 30.7.1997, s. 60).

22. Feilaktig å hevde eller gi inntrykk av at den næringsdrivende ikke opptrer for formål som gjelder vedkommendes forretnings-, industri-, håndverks- eller yrkesvirksomhet, eller feilaktig å framstille seg som forbruker.
23. Å skape feilaktig inntrykk av at ettersalgsservice for et produkt er tilgjengelig i en annen medlemsstat enn den der produktet selges.

Aggressiv handelspraksis

24. Å skape inntrykk av at forbrukeren ikke kan forlate lokalet før en avtale er inngått.
25. Å personlig oppsøke forbrukerens bolig og overse forbrukerens anmodning om å forlate stedet eller ikke komme tilbake annet enn under omstendigheter og i det omfang som i henhold til nasjonal lovgivning er berettiget for å kreve oppfyllelse av en avtaleforpliktelse.
26. Å foreta gjentatte og uønskede henvendelser per telefon, telefaks, e-post eller andre fjernmedier, annet enn under omstendigheter og i det omfang som i henhold til nasjonal lovgivning er berettiget for å kreve oppfyllelse av en avtaleforpliktelse. Dette berører ikke artikkel 10 i direktiv 97/7/EF og direktiv 95/46/EF⁽¹⁾ og 2002/58/EF.
27. Å kreve av en forbruker som ønsker å fremme et krav i forbindelse med en forsikringspolise, at vedkommende framlegger dokumenter som ikke med rimelighet kan anses som relevante for kravets berettigelse, eller systematisk å unnlate å svare på relevant korrespondanse for å hindre forbrukeren i å utøve sine avtalefestede rettigheter.
28. Å ta med i reklame direkte oppfordringer til barn om å kjøpe annonserte produkter eller overtale foreldrene eller andre voksne til å kjøpe de annonserte produktene til dem. Denne bestemmelsen berører ikke artikkel 16 i direktiv 89/552/EØF om fjernsynsvirksomhet.
29. Å kreve at forbrukeren umiddelbart eller senere betaler for, returnerer eller oppbevarer produkter som den næringsdrivende har levert, men som forbrukeren ikke har bedt om, med mindre produktet er en erstatning som er levert i samsvar med artikkel 7 nr. 3 i direktiv 97/7/EF (uanmodet levering).
30. Uttrykkelig å opplyse en forbruker om at den næringsdrivendes arbeid eller levebrød er i fare dersom vedkommende ikke kjøper et produkt eller en tjeneste.
31. Å skape feilaktig inntrykk av at forbrukeren allerede har vunnet, vil vinne eller etter å ha utført en bestemt handling vil vinne en premie eller et annet tilsvarende gode, når enten
 - det ikke foreligger noen premie eller annet tilsvarende gode,
 - eller

⁽¹⁾ Europaparlaments- og rådsdirektiv 95/46/EF av 24. oktober 1995 om beskyttelse av fysiske personer i forbindelse med behandling av personopplysninger og om fri utveksling av slike opplysninger (EFT L 281 av 23.11.1995, s. 31). Direktivet endret ved forordning (EF) nr. 1882/2003 (EUT L 284 av 31.10.2003, s. 1).

- den handlingen som skal utføres i forbindelse med premien eller et tilsvarende gode, forutsetter at forbrukeren betaler penger eller pådrar seg utgifter.

VEDLEGG II

**FELLESKAPSBESTEMMELSER OM REKLAME OG KOMMERSIELL
KOMMUNIKASJON**

Artikkel 4 og 5 i direktiv 97/7/EF

Artikkel 3 i rådsdirektiv 90/314/EØF av 13. juni 1990 om pakkereiser, herunder pakkeferier og pakketurer⁽¹⁾

Artikkel 3 nr. 3 i europaparlaments- og rådsdirektiv 94/47/EF av 26. oktober 1994 om beskyttelse av kjøperen i forbindelse med visse aspekter ved avtaler om deltidsbruksrett til fast eiendom (timeshare-avtaler)⁽²⁾

Artikkel 3 nr. 4 i europaparlaments- og rådsdirektiv 98/6/EF av 16. februar 1998 om forbrukarvern ved opplysning om priser på forbruksvarer⁽³⁾

Artikkel 86 til 100 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2001/83/EF av 6. november 2001 om innføring av et fellesskapsregelverk for legemidler for mennesker⁽⁴⁾

Artikkel 5 og 6 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/31/EF av 8. juni 2000 om visse rettslige aspekter ved informasjonssamfunnstjenester, særlig elektronisk handel, i det indre marked («direktivet om elektronisk handel»)⁽⁵⁾

Artikkel 1 bokstav d) i europaparlaments- og rådsdirektiv 98/7/EF av 16. februar 1998 om endring av direktiv 87/102/EØF om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om forbrukerkreditt⁽⁶⁾

Artikkel 3 og 4 i direktiv 2002/65/EF

Artikkel 1 nr. 9 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2001/107/EF av 21. januar 2002 om endring av rådsdirektiv 85/611/EØF om samordning av lover og forskrifter om visse foretak for kollektiv investering i verdipapirer (investeringsforetak) med henblikk på å innføre regler for forvaltningsselskaper og forenklede prospekter⁽⁷⁾

Artikkel 12 og 13 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/92/EF av 9. desember 2002 om forsikringsformidling⁽⁸⁾

Artikkel 36 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/83/EF av 5. november 2002 om livsforsikring⁽¹⁾

⁽¹⁾ EFT L 158 av 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ EFT L 280 av 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ EFT L 80 av 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ EFT L 311 av 28.11.2001, s. 67. Direktivet sist endret ved direktiv 2004/27/EF (EUT L 136 av 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ EFT L 178 av 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ EFT L 101 av 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ EFT L 41 av 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ EFT L 9 av 15.1.2003, s. 3.

Artikkel 19 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2004/39/EF av 21. april 2004 om markeder for finansielle instrumenter⁽²⁾

Artikkel 31 og 43 i rådsdirektiv 92/49/EØF av 18. juni 1992 om samordning av lover og forskrifter om direkte forsikring med unntak av livsforsikring (tredje direktiv om annen forsikring enn livsforsikring)⁽³⁾

Artikkel 5, 7 og 8 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2003/71/EF av 4. november 2003 om prospektet som skal offentliggjøres når verdipapirer tilbys til offentligheten eller opptas til notering⁽⁴⁾

⁽¹⁾ EFT L 345 av 19.12.2002, s. 1. Direktivet sist endret ved rådsdirektiv 2004/66/EF (EUT L 168 av 1.5.2004, s. 35).

⁽²⁾ EUT L 145 av 30.4.2004, s. 1.

⁽³⁾ EFT L 228 av 11.8.1992, s. 1. Direktivet sist endret ved europaparlaments- og rådsdirektiv 2002/87/EF (EUT L 35 av 11.2.2003, s. 1).

⁽⁴⁾ EUT L 345 av 31.12.2003, s. 64.