

## UPUTSTVO 2005/29/EZ EVROPSKOG PARLAMENTA I SAVETA

od 11.05.2005

**o nepoštenoj poslovnoj praksi privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu kojim se dopunjuju Uputstvo Saveta 84/450/EEZ, uputstva Evropskog parlamenta i Saveta 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ i Uredba (EZ) broj 2006/2004 Evropskog parlamenta i Saveta**

**("Uputstvo o nepoštenoj poslovnoj praksi")**

EVROPSKI PARLAMENT I SAVET EVROPSKE UNIJE,

imajući u vidu Ugovor o osnivanju Evropske ekonomske zajednice, i posebno njegov član 95,

imajući u vidu predlog Komisije,

imajući u vidu mišljenje Ekonomskog i socijalnog komiteta<sup>1</sup>,

Postupajući u skladu sa procedurom propisanom u čl. 251 Ugovora<sup>2</sup>

S obzirom na to da:

(1) član 153(1) i (3) Ugovora predviđa da Zajednica treba da doprinese dostizanju visokog nivoa zaštite potrošača putem mera koje će usvojiti shodno članu 95 Ugovora;

(2) U skladu sa članom 14(2) Ugovora, unutrašnje tržište čini područje bez unutrašnjih granica na kojoj se garantuje slobodan protok roba i usluga i sloboda osnivanja. Razvoj poštene poslovne prakse na područje bez unutrašnjih granica je od suštinskog značaja za ubrzanje razvoja prekograničnog poslovanja.

(3) Zakoni država članica u vezi sa nepoštenom poslovnom praksom ukazuju na primetne razlike koje mogu stvoriti velike poremećaje konkurencije i prepreke normalnom funkcionisanju unutrašnjeg tržišta. U oblasti oglašavanja, Uputstvo Saveta 84/450/EEZ od 10. septembra 1984. o obmanjujućem i upoređujućem oglašavanju<sup>3</sup> propisuje minimalne kriterijume za usklađivanje propisa o obmanjujućem oglašavanju, ali ne sprečava države članice da zadrže postojeće ili donesu nove mere koji pružaju obimniju zaštitu potrošačima. Kao posledica prethodnog, propisi država-članica o obmanjujućem oglašavanju se u velikoj meri razilikuju.

<sup>1</sup> Službeni list C 108, 30.04.2004, strana 81

<sup>2</sup> Mišljenje skupštine Evrope od 20. aprila 2004. (Službeni list broj C 104 E, 30.04.2004, str. 260), Opšti stav Saveta od 15. novembra 2004. (Službeni list broj C 38 E, 15.02.2005, str. 1), Stav Evropskog parlamenta od 24. februara 2005. (još nije objavljen u Službenom listu) i Odluka Saveta od 12. aprila 2005.

<sup>3</sup> Službeni list broj L 250, 19.09. 1984, str. 17. Uputstvo poslednji put dopunjeno Uputstvom Evropskog parlamenta i Saveta 97/55/EZ (Službeni list broj L 290, 23.10.1997, str. 18)

(4) Navedene razlike dovode do nesigurnosti u vezi sa pitanjem koji nacionalni propisi se primenjuju na nepoštenu poslovnu praksu koja ugrožava ekonomske interese potrošača i stvara brojne prepreke koje utiču na privredne subjekte i potrošače. Te prepreke povećavaju troškove privrednih subjekata u ostvarivanju sloboda unutrašnjeg tržišta, a posebno onda kada vrše prekogranični plasman roba i usluga, reklamne kampanje i promotivne prodaje. Takve prepreke takođe čine potrošače nesigurnim po pitanju njihovih prava i umanjuju njihovo poverenje u funkcionisanje unutrašnjeg tržišta.

(5) U odsustvu jednoobraznih pravila na nivou Zajednice, prepreke slobodnom protoku usluga i roba preko nacionalnih granica ili slobodi osnivanja mogu biti prihvatljive u svetlu precedentnog prava Suda pravde Evropskih Zajednica, sve dotle dok one teže zaštiti priznatog javnog interesa i u skladu su s njim. U svetlu ciljeva Zajednice, kako je predviđeno odredbama Ugovora i ostalim pravom Zajednice u vezi sa slobodom kretanja i politikom Komisije o poslovnim komunikacijama, onako kako je naznačeno u Saopštenju Komisije pod naslovom "Dopuna Zelene knjige o poslovnim komunikacijama na unutrašnjem tržištu", takve prepreke treba da budu uklonjene. Ove prepreke mogu se jedino ukloniti donošenjem jednoobraznih pravila na nivou Zajednice koja predviđaju visok stepen zaštite potrošača, kao i pojašnjavanjem izvesnih pravnih koncepata na nivou Zajednice na način koji je neophodan za pravilno funkcionisanje unutrašnjeg tržišta i ispunjavanja zahteva pravne sigurnosti.

(6) Ovo uputstvo, stoga, približava propise država-članica o nepoštenoj poslovnoj praksi, uključujući nepošteno oglašavanje, koje direktno ugrožava ekonomske interese potrošača i zato, posredno, povređuje ekonomske interese legitimnih konkurenata. U skladu sa principom proporcionalnosti, ovo uputstvo štiti potrošače od posledica takve nepoštene poslovne prakse, ukoliko je od značaja, ali prihvata da u pojedinim slučajevima uticaj na potrošača može biti beznačajan. Uputstvo zato niti pokriva, niti utiče na nacionalne propise o nepoštenoj poslovnoj praksi kojom se povređuje isključivo ekonomski interesi konkurenata ili propise koji se odnose na transakcije između trgovaca; uzimajući u obzir punu primenu principa supsidijariteta, države članice će, ukoliko se na to odluče, i dalje imati mogućnost da regulišu takvu poslovnu praksu u skladu sa pravom Zajednice. Ovo uputstvo ne pokriva, niti utiče na odredbe Uputstva 84/450/EEZ o oglašavanju koje dovodi u zabludu privredna društva ali nije obmanjujuće za potrošače, kao i o upoređujućem oglašavanju. Štaviše, ovo uputstvo ne utiče na prihvaćen način oglašavanja i marketinšku praksu kao što je legitimno pozicioniranje proizvoda, razlikovanje robnih marki ili ponuda podsticaja koji mogu legitimno uticati na doživljanje proizvoda od strane potrošača i uticati na njegovo ponašanje, bez umanjivanja njegove sposobnosti da donese odluku po upoznavanju sa bitnim elementima .

(7) Predmet ovog uputstva je poslovna praksa koja utiče na odluku potrošača o pravnom poslu u vezi sa proizvodima. Ono se ne bavi poslovnom praksom koja se odvija prvenstveno u druge svrhe, uključujući npr. poslovnu komunikaciju namenjenu investitorima, kao što su završni računi i kompanijske promotivne publikacije. Ne bavi se propisivanjem pravnih uslova u vezi sa pitanjem dobrog ukusa i pristojnosti koji se mogu prilično razlikovati među državama članicama. Poslovna praksa kao što je npr. trgovačko reklamiranje-saletanje, nutkanje na ulicama, može biti nepoželjno u nekim državama članicama zbog kulturoloških razloga. Stoga državama članicama treba omogućiti da nastave zabranjivanje poslovne prakse na svojoj teritoriji u skladu sa pravom Zajednice iz razloga dobrog ukusa i pristojnosti, čak i onda kada takva praksa ne ograničava slobodu izbora potrošača. U primeni ovog uputstva, a posebno njegovih opštih klauzula, punu pažnju treba usmeriti na kontekst svakog pojedinačnog slučaja.

(8) Ovo uputstvo direktno štiti ekonomske interese potrošača od nepoštene poslovne prakse privrednih subjekata prema potrošačima. Zbog toga, ono takođe indirektno štiti legitimne privredne aktivnosti od njihovih konkurenata koji ne posluju u skladu sa pravilima iz ovog uputstva i garantuje poštnu konkurenciju u oblastima na koje se odnosi. Jasno je da postoje i drugi poslovni postupci koji, iako ne štete potrošačima, mogu povrediti konkurente i privredne klijente. Komisija treba pažljivo da ispita potrebu za preduzimanjem akcije Zajednice u oblasti neloyalne konkurencije i van okvira ovog uputstva i da, ako bude neophodno, preda zakonski predlog za regulisanje drugih aspekata neloyalne konkurencije.

(9) Ovo uputstvo ne dovodi u pitanje pojedinačne tužbe koje podignu oni koji su oštećeni nepoštenom poslovnim praksom. Uputstvo takođe ne dovodi u pitanje propise Zajednice i država-članica o obligacionom pravu, o pravima intelektualne svojine, o zdravstvenim i bezbedonosnim pitanjima proizvoda, o uslovima osnivanja i postupcima davanja dozvola, uključujući i one propise koji se, u skladu sa pravom Zajednice, odnose na kockarske aktivnosti, i propise Zajednice o konkurenciji i nacionalne odredbe koje ih sprovode. Državama-članicama se zato omogućava da, na svojoj teritoriji gde trgovac ima svoje sedište, zadrže ili uvedu ograničenja i zabrane poslovne postupke po osnovu zaštite zdravlja i bezbednosti potrošača, na primer u vezi alkohola, duvana ili farmaceutskih proizvoda. Finansijske usluge i nepokretna imovina zbog svoje složenosti i ozbiljnih rizika, zahtevaju detaljno regulisanje, uključujući pozitivne obaveze na teret trgovaca. Zato, u oblasti finansijskih usluga i nepokretne imovine, ovo uputstvo ne utiče na pravo države-članice da ide dalje od njegovih odredbi u cilju zaštite ekonomskih interesa potrošača. Nije primereno ovim uputstvom regulisati pitanja sertifikacije i standardizacije finoće predmeta od dragocenih metala.

(10) Neophodno je obezbediti usklađen odnos između ovog uputstva i postojećeg prava Zajednice, posebno tamo gde postoje detaljna pravila o nepoštenom poslovnim postupanjima za posebne sektore. Ovo uputstvo zbog toga dopunjuje Uputstvo 84/450/EEZ i Uputstvo 97/7/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 20. maja 1997. o zaštiti potrošača u vezi sa ugovorima o prodaji na daljinu<sup>4</sup>, Uputstvo 98/27/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 19. maja 1998. o privremenim merama za zaštitu interesa potrošača<sup>5</sup> i Uputstvo 2002/65/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 23. septembra 2002. u vezi sa distancionim marketingom potrošačkih finansijskih usluga<sup>6</sup>. Sledstveno tome, ovo se uputstvo primenjuje samo u onoj meri u kojoj ne postoje posebne odredbe prava Zajednice koje bi regulisale posebne aspekte nepoštenih poslovnih postupaka, kao što su zahtevi u vezi sa obaveštavanjem i pravila o načinu na koji se informacije predstavlja potrošaču. Uputstvo propisuje zaštitu potrošača u slučajevima kada nema posebne granske regulative na nivou Zajednice i zabranjuje trgovcima da stvaraju lažnu sliku o prirodi svojih proizvoda. Ovo je posebno važno za složene proizvodne sa visokim stepenom rizika za potrošače, kao što su izvesne finansijske usluge. Ovo uputstvo na odgovarajući način dopunjuje pravne tekovine Zajednice koje se primenjuju na poslovnu praksu koja povređuje ekonomske interese potrošača.

(11) Visok stepen usklađenosti, koji se postiže ujednačavanjem nacionalnih propisa putem ovog uputstva, stvara visok opšti nivo zaštite potrošača. Ovo uputstvo ustanovljava jedinstvenu opštu zabranu onih nepoštenih poslovnih postupaka koji remete ekonomsko

<sup>4</sup> Službeni list broj L 144, 04.06.1997, str. 19. Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom 2002/65/EZ (Službeni list broj L 271, 09.10.2002, str. 16)

<sup>5</sup> Službeni list broj L 166, 11.06.1998, str. 51. Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom 2002/65/EZ

<sup>6</sup> Službeni list broj L 271, 09.10.2002, str. 16

ponašanje potrošača. Ono, takođe, postavlja pravila o agresivnoj poslovnoj praksi koja trenutno nije regulisana na nivou Zajednice.

(12) Ujednačavanje će u mnogome povećati pravnu sigurnost kako potrošača, tako i privrednih subjekata. Potrošači i privredni subjekti će moći da se oslone na jedinstven pravni okvir zasnovan na jasno definisanim pravnim konceptima koji regulišu sve oblasti nepoštenih poslovnih postupaka širom EU. Krajnji efekt će biti uklanjanje prepreka koje potiču od fragmentiranih propisa o nepoštenim poslovnim postupcima kojima se povređuju ekonomski interesi potrošača, kao što će omogućiti ostvarenje ideje unutrašnjeg tržišta u ovoj oblasti.

(13) U svrhu postizanja ciljeva Zajednice putem uklanjanja prepreka na unutrašnjem tržištu, neophodno je da se zamene postojeće, neusklađene opšte klauzule i pravni principi država-članica. Zbog toga, jedinstvena, opšta zabrana ustanovljena ovim uputstvom pokriva nepoštene poslovne postupke koji remete ekonomsko ponašanje potrošača. U cilju pospešivanja poverenja potrošača opšta zabrana treba da se primenjuje podjednako na nepoštene poslovne postupke koji se dešavaju vanugovornih odnosa između trgovca i potrošača ili posle zaključenja ugovora i tokom njegovog izvršavanja. Opšta zabrana je detaljno utvrđena pravilima o dve naječešće vrste poslovnih postupaka, to jest obmanjujuće i agresivne trgovačke postupke.

(14) Poželjno je da obmanjujući poslovni postupci obuhvate sve one postupke, uključujući obmanjujuće oglašavanje, koji putem prevare sprečavaju potrošača da učini izbor zasnovan na poznavanju svih elemenata neophodnih za donošenje odluke, a što i čini efikasan izbor. U skladu sa propisima i praksom država-članica o obmanjujućem oglašavanju, ovo uputstvo razvrstava obmanjujuću praksu u obmanjujuće postupke i obmanjujuće propuste. Što se tiče propusta, ovo uputstvo predviđa ograničen broj ključnih delova informacije sa kojima potrošač treba da bude upoznat da bi doneo na relevantnim informacijama zasnovanu odluku o poslu. Takve informacije neće morati da se objavljuju u svim reklamama, sem tamo gde trgovac učini poziv na kupovinu, što je i koncept jasno definisan ovim uputstvom. Metod potpunog ujednačavanja, kojeg ovo uputstvo prihvata, ne utiče na pravo država-članica da u nacionalnim propisima navedu osnovne karakteristike pojedinih proizvoda, kao što su na primer kolekcionarski predmeti ili elektrotehnička roba, kod kojih bi propusti bili bitni u trenutku poziva na kupovinu. Namena ovog uputstva nije umanjenje izbora potrošača zabranom promocije proizvoda koji izgledaju slično drugim proizvodima, osim ako ta sličnost zbunjuje potrošače u vezi sa njihovim trgovačkim poreklom, zbog čega bi se takva promocija smatrala obmanjujućom. Ovo uputstvo ne treba da dovede u pitanje postojeće pravo Zajednice koje izričito dozvoljava državam-članicama izbor između nekoliko zakonskih mogućnosti za zaštitu potrošača u oblasti poslovnih postupaka. Ovo uputstvo posebno ne treba da dovede u pitanje čl. 13(3) Uputstva 2002/58/EZ Evropske skupštine i Saveta od 12. jula 2002. o obradi ličnih podataka i zaštiti privatnosti u oblasti elektronskih komunikacija<sup>7</sup>.

(15) U slučajevima kada pravo Zajednice propisuje uslove u vezi sa podacima vezanim za poslovne komunikacije, oglašavanje i marketing, ti podaci se smatraju bitnim po ovom uputstvu. Takođe, države-članice će, gde je to dozvoljeno minimalnim propisima u postojećim pravnim instrumentima prava Zajednice, imati pravo da zadrže ili predvide dodatne uslove u vezi sa podacima koji se tiču merodavnog prava i sa posledicama po to merodavno pravo. Nezaključena lista takvih uslova je sadržana u Aneksu II. Imajući u vidu potpuno ujednačenje uvedeno ovim uputstvom, samo podaci koje zahteva pravo Zajednice se

<sup>7</sup> Službeni list broj L 201, 31.07.2002, str. 37

smatraju bitnim u smislu čl. 7(5). Ako države-članice predvide dodatne uslove u vezi sa podacima, povrh i van onoga što je propisano pravom Zajednice, na osnovu minimalnih klauzula, propust davanja pomenute dodatne informacije neće predstavljati obmanjujući propust u smislu ovog uputstva. Sa druge strane, države-članice će imati mogućnost, onda kada je to predviđeno minimalnim klauzama prava Zajednice, da zadrže ili uvedu oštrije propise u skladu sa pravom Zajednice kako bi obezbedili viši stepen zaštite pojedinačnih ugovornih prava potrošača.

(16) Propisi o agresivnim poslovnim postupcima treba da pokriju one postupke koji bitno povređuju slobodu izbora potrošača. To su postupci koji se oslanjaju na uznemiravanje, pritisak uključujući i primenu fizičke sile, kao i nedopustivi uticaj.

(17) Radi postizanja veće pravne izvesnosti, poželjno utvrditi one poslovne postupke koji su nepošteni u svim okolnostima. U tom smislu Aneks I sadrži detaljnu listu svih takvih postupaka. To su samo oni poslovni postupci koji se smatraju nepoštenim bez provere "od slučaja do slučaja" u odnosu na odredbe iz članova 5 do 9. Lista se može izmeniti samo izmenom Uputstva.

(18) Poželjno je da se zaštite svi potrošači od nepoštenih poslovnih postupaka; međutim Sud pravde je odredio da je, od donošenja Uputstva 84/450/EEZ, prilikom presuđivanja slučajeva oglašavanja neophodno istražiti posledice na pretpostavljenog, tipičnog potrošača. U skladu sa principom proporcionalnosti i radi omogućavanja efikasne primene propisane zaštite, ovo uputstvo kao merilo uzima prosečnog potrošača koji je dobro obavešten, dovoljno pažljiv i brižan, uzimajući u obzir društvene, kulturne i lingvističke elemente u obzir, na način na koji to tumači Sud pravde, ali takođe sadrži i odredbe usmerene na prevenciju iskorišćavanja potrošača čije ga osobine čine posebno osetljivim na nepoštene poslovne postupke. Kada je trgovački postupak posebno usmeren prema određenoj grupi potrošača, kao što su deca, poželjno je da uticaj poslovne prakse bude procenjen iz perspektive prosečnog člana te grupe. Zbog toga je neophodno da se u listu poslovnih postupaka koji su u svim okolnostima nepošteni unese odredba koja, bez nametanja apsolutne zabrane oglašavanja usmerenog prema deci, štiti decu od direktnog ubeđivanja da kupuju. Standard prosečnog potrošača nije statistički test. Radi određivanja tipične reakcije prosečnog potrošača u datom slučaju nacionalni sudovi i državni organi će morati da vrše sopstvenu procenu, uzimajući u obzir sudsku praksu Suda pravde.

(19) Kada izvesne osobine kao što su starost, telesna i mentalna zaostalost ili spontanost čine potrošače posebno podložnim poslovnom postupku ili proizvodu, pri čemu će se ekonomsko ponašanje takvih potrošača verovatno poremetiti tim postupkom, a zbog toga što je trgovac bio dužan da to predvidi, neophodno je da se oni adekvatno zaštite utvrđivanjem prakse gledano iz ugla prosečnog člana te grupe.

(20) Primereno je predvideti ulogu kodeksa poslovanja na osnovu kojeg će trgovci dosledno primenjivati principe ovog uputstva u specifičnim privrednim granama. U granama gde postoje posebni obavezni uslovi kojima je regulisano ponašanje trgovaca, primereno je da oni, takođe, pruže dokaz u vezi sa zahtevima profesionalne pažnje u toj grani. Kontrola koju sprovode tvorci kodeksa, na nacionalnom ili nivou Zajednice u cilju uklanjanja nepoštenih poslovnih postupaka, mogu eliminisati potrebu pribegavanja upravnim ili sudskim postupcima, pa ju je potrebno ohrabriti u tom smislu. U cilju postizanja visokog stepena zaštite potrošača, udruženja potrošača mogu biti obaveštena o, i uključena u postupak izrade nacrtu poslovnog kodeksa.

(21) Lica ili organizacije koja po nacionalnim propisima imaju legitimni interes u ovoj oblasti moraju raspolagati pravnim sredstvima za pokretanje postupaka povodom nepoštenih poslovnih postupaka, bilo pred sudovima ili organima uprave koji su ili nadležni za odlučivanje po pritužbama ili za pokretanje odgovarajućeg pravnog postupka. Iako je u nadležnosti nacionalnog prava da odredi teret dokazivanja, neophodno je omogućiti sudovima i organima uprave da zahtevaju od trgovaca dostavljanje dokaza o tačnosti njihovih činjeničnih navoda.

(22) Neophodno je da države-članice propišu kazne za kršenje odredbi ovog uputstva i moraju obezbediti da se njegove odredbe sprovode. Ove kazne moraju biti efikasne, srazmerne i odvraćajuće.

(23) Pošto države-članice ne mogu same, u dovoljnoj meri, ostvariti ciljeve ovog uputstva, posebno one usmerene na uklanjanje prepreka funkcionisanju unutrašnjeg tržišta predviđenih nacionalnim pravima o nepoštenim poslovnim postupcima, kao i one usmerene na davanje opšteg visokog nivoa zaštite potrošača ujednačavanjem zakona, uredbi i upravnih akata država-članica o nepoštenim poslovnim postupcima, Zajednica može doneti propise u skladu sa principom supsidijariteta iz čl. 5 Ugovora. U skladu sa principom proporcionalnosti iz tog člana, ovo uputstvo ne reguliše ništa van onoga što je neophodno za uklanjanje prepreka na unutrašnjem tržištu i postizanje visokog opšteg stepena zaštite potrošača.

(24) Neophodno je razmotriti ovo uputstvo kako bi se obezbedilo rešavanje pitanja prepreka na unutrašnjem tržištu i postigao visok stepen zaštite potrošača. Razmatranje može navesti Komisiju da predloži dopune ovog uputstva, koje mogu da obuhvate i ograničeno proširenje broja izuzetaka iz čl. 3(5) i/ili izmena drugih propisa o zaštiti potrošača, a što bi odražavalo posvećenost Strategije Komisije o politici prema potrošačima razmatranju postojećeg prava i postizanju visokog, opšteg nivoa zaštite potrošača.

(25) Ovo uputstvo uvažava temeljna prava i poštuje principe prihvaćene naročito Poveljom o fundamentalnim pravima Evropske Unije,

USVOJILI SU OVO UPUTSTVO:

## POGLAVLJE 1

### OPŠTE ODREDBE

#### *Član 1.*

#### **Svrha**

Svrha ovog uputstva je da doprinese ispravnom funkcionisanju unutrašnjeg tržišta i postigne visok stepen zaštite potrošača ujednačavanjem zakona, podzakonskih akata i upravnog prava država-članica o nepoštenim poslovnim postupcima kojima se povređuju ekonomski interesi potrošača.

#### *Član 2.*

## Određivanje pojmova

U svrhu ovog uputstva:

- (a) „potrošač“ znači fizičko lice koje u poslovnim odnosima pokrivenim ovim uputstvom dela u svrhu koja je van njegove delatnosti, poslovanja ili profesije;
- (b) "trgovac" označava svako fizičko ili pravno lice koje je, u svojoj poslovnoj praksi obuhvaćenoj ovim uputstvom, postupa u svrhu svog poslovanja, trgovine, zanata ili profesije, kao i svako drugo lice koje postupa u ime ili kao punomoćnik trgovca;
- (c) "proizvod" označava svaku robu ili uslugu uključujući i nepokretnu imovinu, prava i obaveze;
- (d) "poslovni postupci privrednih subjekata prema potrošaču" (u daljem tekstu takođe kao "poslovni postupci") označava svaki postupak, propust, način poslovanja ili predstavljanja, komercijalnu komunikaciju koja obuhvata oglašavanje i marketing trgovca, direktno povezane sa promocijom, prodajom ili isporukom proizvoda potrošačima;
- (e) "bitno poremeti ekonomsko ponašanje potrošača" označava korišćenje poslovnih postupaka za bitnu povredu sposobnosti potrošača da donese odluku zasnovanu na svim potrebnim podacima, čime navode potrošača da preduzme odluku o zaključenju posla koju u drugačijim okolnostima ne bi doneo;
- (f) "kodeks ponašanja" označava sporazum ili skup pravila koji nisu predviđeni zakonom, podzakonskim aktima ili upravnim aktima države-članice koji definiše ponašanje trgovaca koji svojevóljno prihvataju obaveze iz kodeksa u vezi sa jednim ili više posebnih poslovnih postupaka ili poslovnih grana;
- (g) "tvorac kodeksa" označava svaki entitet, uključujući i trgovca ili grupu trgovaca, koji je odgovoran za formulisanje i reviziju kodeksa ponašanja i/ili za praćenje promena u kodeksu od strane onih koji su se svojevóljno njime obavezali;
- (h) "profesionalna pažnja" označava standard posebne veštine i pažnje koja se razumno može očekivati od trgovca u odnosima prema potrošačima i izjednačava se sa časnom tržišnom praksom i/ili opštim principom dobre vere u delatnosti trgovca;
- (i) "poziv na kupovinu" označava trgovačku komunikaciju koja navodi karakteristike proizvoda i cenu na način koji odgovara upotrebljenim sredstvima trgovačke komunikacije i zato omogućava potrošaču da obavi kupovinu;
- (j) "nedopušteni uticaj" označava iskorišćavanje položaja jače strane prema potrošaču radi primene pritiska, čak i bez upotrebe ili pretnje upotrebom fizičke sile na način koji bitno ograničava sposobnost potrošača da donese racionalnu odluku;
- (k) "odluka o pravnom poslu" označava svaku odluku koju donese potrošač u vezi toga kako i pod kojim uslovima da obavi kupovinu, da li da plaćanje izvrši u celini ili delimično, zadrži ili vrati proizvod ili da se koristi ugovornim pravima u vezi proizvoda, bez obzira da li potrošač odluči da preduzme bilo koju od navedenih radnji ili se uzdrži od reakcije;

(l) "regulisano zanimanje" označava profesionalnu delatnost ili grupu profesionalnih delatnosti čije obavljanje, pristup toj delatnosti ili neki od načina obavljanja je direktno ili posredno zavisno od posedovanja posebnih profesionalnih kvalifikacija u skladu sa zakonima, podzakonskim aktima ili upravnim propisima.

### *Član 3.*

#### **Polje primene**

1. Ovo uputstvo primenjuje se na nepoštene poslovne postupke privrednih subjekata prema potrošačima onako kako je to propisano u članu 5, pre, za vreme i posle poslovne transakcije povodom proizvoda.
2. Ovo uputstvo ne utiče na materijalno pravo, a posebno na propise o punovažnosti, sačinjavanju ili stupanju na snagu ugovora.
3. Ovo uputstvo ne utiče na Zajednicu ili nacionalne propise u vezi zdravstvenih i sigurnosnih aspekata proizvoda.
4. U slučaju sukoba odredbi ovog uputstva i drugih propisa Zajednice koji regulišu pojedina pitanja nepoštenih poslovnih postupaka, prvenstvo u primeni na te specifične aspekte imaće propisi Zajednice.
5. Za period od šest godina, počevši od 12. juna 2007, države-članice će nastaviti sa primenom nacionalnih propisa u oblasti koju ovo uputstvo ujednačava, a koji su restriktivniji ili precizniji od ovog uputstva i koji primenjuju uputstva koja sadrže minimalne klauzule o harmonizaciji. Ove mere su od suštinske važnosti za postizanje adekvatne zaštite potrošača od nepoštenih poslovnih postupaka i moraju biti srazmerne postizanju ovog cilja. Razmatranje iz čl. 18 može, ako se smatra neophodnim, obuhvatiti i predlog za produženje ovog odstupanja na dodatni ograničeni rok.
6. Države-članice će bez odlaganja obavestiti Komisiju o svojim nacionalnim propisima koji se primenjuju na osnovu st. 5 ovog člana.
7. Ovo uputstvo se ne dovodi u pitanje propise kojim se određuje nadležnost sudova.
8. Ovo uputstvo ne dovodi u pitanje uslove osnivanja, sisteme izdavanja dozvola, deontološke poslovne kodekse ili druga posebna pravila kojima se regulišu profesije u cilju zadržavanja visokih etičkih standarda na strani stručnjaka, koje države-članice mogu nametnuti stručnim licima u skladu sa pravom Zajednice.
9. U vezi sa "finansijskim uslugama" definisanim u Uputstvu 2002/65/EZ, uključujući tu i nepokretnu imovinu, države-članice mogu nametnuti zahteve koji su restriktivniji ili precizniji od ovog uputstva u oblasti koje ono ujednačava.
10. Ovo uputstvo se ne odnosi na primenu zakona, podzakonskih akata i upravnih propisa država-članica u vezi sa sertifikacijom i utvrđivanjem standarda finoće predmeta od dragocenih metala.

### *Član 4.*

## Unutrašnje tržište

Države-članice neće ograničavati slobodu pružanja usluga, niti slobodno kretanje roba iz razloga koji se nalaze u domenu koji ujednačava ovo uputstvo.

### POGLAVLJE 2

#### NEPOŠTENI POSLOVNI POSTUPCI

##### *Član 5.*

#### **Zabrana nepoštenih poslovnih postupaka**

1. Zabranjuju se nepošteni poslovni postupci.
2. Poslovni postupak se smatra nepoštenim ako:
  - (a) je suprotan zahtevima profesionalne pažnje, i
  - (b) bitno remeti ili je verovatno da će bitno poremetiti ekonomsko ponašanje prosečnog potrošača u vezi proizvoda do kojeg takav postupak dopire, ili kome je namenjen ili će poremetiti prosečnog člana grupe kada je poslovni postupak usmeren na posebnu grupu potrošača.
3. Poslovni postupci koji bi verovatno bitno poremetili ekonomsko ponašanje samo ako je jasno utvrdiva grupa potrošača koja je posebno ranjiva na praksu ili osnovni proizvod zbog svoje mentalne ili fizičke slabosti, starosti ili naivnosti na način koji bi trgovac razumno mogao da predvidi, biće analizirani iz ugla prosečnog člana te grupe. Ovo ne dovodi u pitanje opštu i legitimnu praksu oglašavanja, davanja preteranih izjava ili navoda koji nisu bili planirani da se doslovno shvate.
4. Posebno će se nepoštenim poslovnim postupcima smatrati:
  - (a) oni koji su obmanjujući i kao takvi navedeni u čl. 6 i 7, ili
  - (b) oni koji su agresivni i kao takvi navedeni u čl. 8 i 9.
5. Aneks I sadrži listu onih poslovnih postupaka koji se u svim okolnosti smatraju nepoštenim. Ista jedinstvena lista primenjuje se u svim državama-članicama i može biti izmenjena samo izmenom ovog uputstva.

## Obmanjujuće poslovne prakse

### Član 6.

#### Obmanjujuće radnje

1. Smatraće se da je poslovni postupak obmanjujući ako sadrži lažnu informaciju što ga čini neistinitim ili na bilo koji drugi način, uključujući opšti utisak, dovodi u zabludu ili će verovatno prevariti prosečnog potrošača, čak i onda kada je informacija činjenično tačna, u vezi jednog ili više od sledećih elemenata i u bilo kojem slučaju izaziva potrošača ili će ga verovatno navesti da se odluči na zaključenje posla koji u drugačijim okolnostima ne bi zaključio:

(a) postojanje ili priroda proizvoda;

(b) glavne karakteristike proizvoda kao što su raspoloživost, koristi, rizici, izvršenje, sastav, pomoćna oprema, postprodajna podrška i rešavanje reklamacija, način i datum proizvodnje ili pripreme, isporuka, ispravnost za upotrebu, upotreba, količina, specifikacija, geografsko ili trgovačko poreklo, rezultati koji se mogu očekivati od njegove upotrebe ili rezultati i bitne karakteristike testova ili provera izvedenih na proizvodu;

(c) obim obaveza trgovca, motivi za poslovne postupke i priroda postupka prodaje, svaka izjava ili simbol u vezi sa neposrednim ili posrednim sponzorstvom ili saglasnošću trgovca ili proizvodom;

(d) cena ili način na koji je cena obračunata ili postojanje posebne cenovne prednosti;

(e) potreba za servisom, delom, zamenom ili popravkom;

(f) priroda, svojstva i prava trgovca ili njegovog agenta, kao što je identitet i imovina, kvalifikacije trgovca, njegov status, dozvola, filijala ili veza i vlasnička prava nad industrijskom, trgovačkom ili intelektualnom imovinom ili njegove nagrade ili priznanja;

(g) prava potrošača, uključujući pravo zamene ili povrata plaćenog po Uputstvu 1999/44/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 25. maja 1999. o izvesnim aspektima prodaje robe široke potrošnje i povezanim garancijama<sup>8</sup> ili rizika sa kojim se može susresti.

2. Smatra se da poslovni postupak dovodi u zabludu ako prema svom činjeničnom stanju, uzimajući u obzir sve okolnosti i specifičnosti slučaja, navodi ili verovatno može da navede prosečnog potrošača da donese odluku o zaključenju posla koju u drugačijim okolnostima ne bi doneo i odnosi se na:

(a) marketing proizvoda, koji takođe obuhvata upoređujuće oglašavanje, koji dovodi do zabune u vezi sa proizvodima, trgovačkim markama, trgovačkim imenima ili drugim razlikujućim svojstvima konkurenta;

(b) neispunjavanje obaveza trgovca iz kodeksa ponašanja na koje se obavezao u sledećim slučajevima:

<sup>8</sup> Službeni list broj L 171, 07.07.1999, str. 12

- (i) obaveza nije fakultativna, već je čvrsta i moguće ju je proveriti, i
- (ii) trgovac u svom poslovnom postupanju pokaže da je obavezan kodeksom.

#### *Član 7.*

### **Obmanjujuća propuštanja**

1. Smatraće se da poslovni postupak dovodi u zabludu ako prema svom činjeničnom stanju, uzimajući u obzir sve okolnosti, specifičnosti i ograničenja sredstva za komunikaciju, trgovac propusti da pruži bitnu informaciju koja je prosečnom potrošaču neophodna u datom kontekstu za donošenje adekvatne odluke o zaključenju posla, pa to navede ili verovatno može da navede prosečnog potrošača da donese odluku o zaključenju posla koju u drugačijim okolnostima ne bi doneo.

2. Takođe se smatra obmanjujućim propuštanjem propust kada, uzimajući u obzir elemente opisane u st. 1, trgovac bitne informacije skriva ili daje nejasne, delimične, dvosmislene ili neblagovremene informacije iz istog stava ili propusti da identifikuje trgovačku nameru datog poslovnog postupka, ukoliko ona nije očigledna iz konteksta, kao i tamo gde u bilo kojem slučaju ovo navodi ili je verovatno da će navesti prosečnog potrošača da donese odluku o zaključenju posla koju u drugačijim okolnostima ne bi doneo.

3. Kada se koristi neko tehničko sredstvo za komunikaciju poslovnog postupka koje nameće ograničenja u prostoru i vremenu, ova ograničenja i sve mere koje preduzme trgovac radi stavljanja informacije na raspolaganje potrošaču bio kojim drugim sredstvima uzeće se u obzir prilikom odlučivanja da li je informacija izostala.

4. U slučaju upućivanja poziva na kupovinu, pod uslovom da to iz okolnosti slučaja nije očigledno, sledeće informacije se smatraju bitnim:

(a) glavne karakteristike proizvoda u obimu koji odgovara sredstvu komunikacije i proizvodu;

(b) puna adresa i identitet trgovca, kao što je njegovo trgovačko ime i tamo gde postoji, puna adresa i identitet trgovca u čije ime postupa;

(c) cena koja uključuje i porez ili tamo gde priroda proizvoda znači da se cena uobičajeno ne može izračunati unapred, način na koji je cena izračunata, kao i tamo gde postoji, sva dodatna vozarina, troškovi isporuke i poštarine ili, ako se ovi troškovi ne mogu uobičajeno unapred izračunati, činjenica da se takve dodatne dažbine moraju platiti;

(d) sporazumi o plaćanju, isporuci, izvršenju i načinu rešavanja reklamacija, ako odstupaju od zahteva profesionalne pažnje;

(e) za proizvode i transakcije koje podrazumevaju pravo istupanja ili otkaza, postojanje takvog prava.

5. U pogledu zahteva u vezi sa informacijama ustanovljenim pravom Zajednice za trgovačke komunikacije, uključujući oglašavanje ili marketing, bitnim se smatra nezaključena lista zahteva sadržana u Aneksu II.

## Odeljak 2

### **Agresivni poslovni postupci**

#### *Član 8.*

### **Agresivni poslovni postupci**

Smatra se da je poslovni postupak agresivan ako prema svom činjeničnom stanju, uzimajući u obzir sve okolnosti i specifičnosti slučaja, putem uznemiravanja, pritiskom, uključujući i fizičku silu ili nedozvoljeni uticaj, značajno umanjuje ili je verovatno da će značajno umanjiti slobodu izbora ili ponašanja potrošača u vezi sa proizvodom i time ga navesti ili verovatno navesti da zaključi posao koji u drugačijim okolnostima ne bi zaključio.

#### *Član 9.*

### **Upotreba uznemiravanja, pritiska ili nedozvoljenog uticaja**

Prilikom određivanja da li neki poslovni postupak koristi uznemiravanje, pritisak, uključujući fizičku silu ili nedozvoljeni uticaj, uzima se u obzir sledeće:

- (a) trenutak, mesto, priroda ili trajanje;
- (b) upotreba pretnje, uvredljivih izraza ili ponašanja;
- (c) korišćenje situacije od strane trgovca u smislu nesrećnog slučaja ili okolnosti takve težine kada je smanjena moć prosuđivanja potrošača čega je trgovac svestan, a radi uticaja na njegovu odluku u vezi sa proizvodom;
- (d) svaka teška ili nesrazmerna vanugovorna prepreka koju nameće trgovac i kada potrošač želi da vrši svoja prava po ugovoru, uključujući i pravo otkaza ugovora, zamene proizvoda ili traženja drugog trgovca;
- (e) svaka pretnja preduzimanjem pravne radnje koja po zakonu ne može biti preduzeta.

## POGLAVLJE 3

### **KODEKS PONAŠANJA**

#### *Član 10.*

### **Kodeks ponašanja**

Ovo uputstvo ne isključuje, a države-članice mogu da ohrabre, kontrolu nepoštenih poslovnih postupaka od strane tvorca kodeksa i obraćanje tim telima od strane lica ili organizacija

navedenih u članu 11, ako se postupci pred tim telima vode pored sudskih ili upravnih postupcima pomenutih u tom članu.

Obraćanje kontrolnim organima se nikada ne mogu smatrati jednakim prethodno navedenim sredstvima sudske ili upravne zaštite iz čl. 11.

#### POGLAVLJE 4

### ZAVRŠNE ODREDBE

#### *Član 11.*

#### **Izvršavanje**

1. Države-članice će utvrditi odgovarajuća i efikasna sredstva za borbu protiv nepoštenih poslovnih postupaka u cilju povinovanja odredbama ovog uputstva u interesu potrošača.

Pomenuta sredstva obuhvataju zakonske propise po kojima lica ili organizacije kojima je po nacionalnom pravu priznato postojanje legitimnog interesa u borbi protiv nepoštenih poslovnih postupaka, uključujući i konkurente, može:

- (a) podići tužbu povodom takvog nepoštenog poslovnog postupka; i/ili
- (b) izneti predmet nepoštenog poslovnog postupka pred organ uprave nadležan bilo za odlučivanje po žalbama ili za pokretanje odgovarajućeg pravnog postupka.

Svaka država-članica će odlučiti koje od pomenutih rešenja će propisati i da li će sudovima ili organima uprave dati pravo da zahtevaju traženje preliminarne zaštite pre pokretanja postupaka rešavanja po pritužbama, uključujući i one navedene u čl. 10. Ova sredstva stajace na raspolaganju, bez obzira na to da li se oštećeni potrošač nalazi na teritoriji države-članice gde trgovac ima sedište ili u drugoj državi-članici.

Države-članice će odlučiti o sledećem:

- (a) da li se propisani pravni postupci mogu voditi prema pojedinom trgovcu odvojeno ili grupi trgovaca iz iste privredne grane istovremeno; i
- (b) da li se propisani pravni postupci mogu voditi protiv tvorca kodeksa ponašanja u slučaju kada relevantni kodeks promovise neispunjavanje zakonom propisanih uslova.

2. Prema zakonskim odredbama iz st. 1, države-članice će sudovima ili organima uprave poveriti ovlašćenja za postupanje u svim slučajevima u kojima oni budu smatrali da je to neophodno sudeći prema svim umešanim interesima, a posebno uzimajući u obzir javni interes:

- (a) da donesu rešenja o prestanku nepoštenog poslovnog postupanja ili da pokrenu odgovarajući pravni postupak za donošenje rešenja o prestanku nepoštenog poslovnog postupanja; ili

(b) ako nepošteni poslovni postupak još nije izvršen, ali njegovo nastupanje neposredno predstoji, da donese rešenje o zabrani tog postupka ili pokrene odgovarajući pravni postupak za donošenje rešenja o zabrani tog postupka,

čak i bez obaveze dokazivanja da je stvarno nastupio gubitak, šteta, namera ili nepažnja na strani trgovca.

Države-članice će doneti propise da se mere navedene u prvom podstavu preduzimaju po ubrzanom postupku:

- sa privremenim dejstvom, ili

- konačnim dejstvom,

s tim da svaka država-članica sama odluči koju od dve navedene opcije će izabrati.

Štaviše, države-članice mogu preneti ovlašćenja na sudove ili organe uprave da, u cilju uklanjanja trajnih posledica nepoštenog poslovnog postupka, rešenjem o njegovim prestanku koje je sadržano u konačnog odluci narede:

(a) objavljivanje te odluke u celini ili delimično u obliku koji taj organ bude smatrao prikladnim;

(b) pored objavljivanja predmetne odluke, objavljivanje korektivne izreke.

3. Organi uprave iz st. 1 moraju:

(a) biti sastavljeni tako da ne dovode u sumnju svoju neutralnost;

(b) imati adekvatna ovlašćenja kada odlučuju o pritužbama, praćenju i efikasnom sprovođenju svojih odluka;

(c) normalno dati obrazloženje svojih odluka.

Kada isključivo organ uprave vrši ovlašćenja iz st. 2, uvek je obavezno davanje obrazloženja odluka. Pored toga, u tom slučaju mora se omogućiti sudska zaštita od postupaka u kojima je on pogrešno ili na neodgovarajući način vršio, odnosno nije vršio svoja ovlašćenja.

## *Član 12.*

### **Sudovi i organi uprave: dokazivanje reklamacija**

Države-članice će na sudove ili organe uprave preneti ovlašćenja za postupanje u građanskim ili upravnim postupcima propisanim u čl. 11:

(a) da zahtevaju od trgovca da pruži dokaz u vezi činjenične ispravnosti reklamacije u vezi poslovnog postupka ako, uzimajući u obzir legitimni interes trgovca i druge strane u postupku, takav zahtev izgleda prikladan zbog okolnosti datog slučaja; i

(b) da smatra podnetu reklamaciju netačnom ako traženi dokaz u skladu sa st. (a) ne bude dat na uvid ili ga sud ili organ uprave bude smatrao nedovoljnim.

#### *Član 13.*

#### **Kazne**

Države-članice propisuju kazne za nepoštovanje odredbi nacionalnog prava usvojenih radi primene ovog uputstva i preduzimaju sve neophodne mere da osiguraju njihovu primenu. Ove kazne moraju biti efikasne, srazmerne i odvraćajuće.

#### *Član 14.*

#### **Izmene Uputstva 84/450/EEZ**

Uputstvo 84/450/EEZ se ovim putem menja na sledeći način:

1. Član 1 se menja sledećim:

##### *„Član 1.*

Svrha ovog uputstva je da zaštiti trgovce od obmanjujućeg oglašavanja i njegovih neprihvatljivih posledica, kao i da propiše uslove po kojima je dozvoljeno upoređujuće reklamiranje.";

2. U članu 2:

- tačka 3 se menja sledećom:

"3. "trgovac" označava svako fizičko ili pravno lice koje postupa u svrhu svoje trgovinske aktivnosti, zanata, poslovanja ili zanimanja, kao i svako ko istupa u ime ili za račun trgovca.",

- i dodaje se sledeća tačka:

"4. "tvorac kodeksa" označava svako lice, uključujući trgovca ili grupu trgovaca, koji je odgovoran za donošenje i izmenu kodeksa i/ili praćenje njegovog poštovanja od strane onih koji su ga prihvatili.";

3. Član 3a se menja sledećim:

##### *„Član 3a*

1. Kada se radi o poređenju, upoređujuće reklamiranje će biti dozvoljeno ako budu ispunjeni sledeći uslovi:

(a) ako reklamiranje nije obmanjujuće u smislu članova 2(2), 3 i 7(1) ovog uputstva ili članova 6 i 7 Uputstva 2005/29/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 11. maja 2005.

u vezi sa nepoštenim poslovnim postupcima privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu<sup>9</sup>;

(b) ako se reklamiranje odnosi na upoređivanje roba ili usluga koje zadovoljavaju iste potrebe ili su namenjene za istu svrhu;

(c) ako reklamiranje objektivno upoređuje jednu ili više bitnih, relevantnih, proverivih i reprezentativnih odlika roba i usluga, uključujući i cenu;

(d) ako reklamiranje ne diskredituje ili ne omalovažava trgovačke marke, trgovačke nazive ili druge znake razlikovanja roba, usluga, aktivnosti ili okolnosti konkurenta;

(e) ako se za proizvode sa oznakom porekla reklamiranje u svakom slučaju odnosi na proizvode sa istim oznakama;

(f) ako reklamiranje ne koristi nepoštenu prednost u vezi sa reputacijom trgovačke marke, trgovačkog naziva ili drugih znakova razlikovanja od konkurenta ili oznaka porekla konkurentskog proizvoda;

(g) ako reklamiranje ne predstavlja robu i usluge kao imitacije ili replike roba ili usluga koje nose zaštićenu trgovačku marku ili trgovački naziv;

(h) ako reklamiranje ne stvara zabunu kod trgovaca, između oglašivača i konkurenta ili između trgovačke marke, trgovačkog naziva ili drugih znakova razlikovanja oglašivača u vezi sa njegovom robom ili uslugama i roba i usluga konkurenta.“

4. Član 4(1) se menja sledećim:

"1. Države-članice će utvrditi odgovarajuća i efikasna sredstva za borbu protiv obmanjujućih oglašavanja u cilju obezbeđenja počinjanja odredbama o upoređujućem oglašavanju u interesu trgovaca i konkurenata. Pomenuta sredstva obuhvataju zakonske propise po kojima lica ili organizacije kojima je po nacionalnom pravu priznato postojanje legitimnog interesa u borbi protiv obmanjujućeg oglašavanja ili interesa za regulisanje upoređujućeg oglašavanja, mogu:

(a) pokrenu pravni postupak povodom takvog reklamiranja; ili

(b) izneti predmet takvog oglašavanja pred organ uprave nadležan bilo za odlučivanje po žalbama ili za pokretanje odgovarajućeg pravnog postupka.

Svaka država-članica ima pravo da odluči koje od navedenih rešenja će predvideti i da li će ovlastiti sudove ili organe uprave da zahtevaju prethodno korišćenje drugih utvrđenih sredstava rešavanja pritužbi, uključujući i one navedene u čl. 5.

Svaka država-članica će odlučiti o sledećem:

(a) da li se propisani pravni postupci mogu voditi prema pojedinom trgovcu odvojeno ili grupi trgovaca iz iste privredne grane istovremeno; i

<sup>9</sup> Službeni list broj L 149, 11.06.2005, str. 22

(b) da li se propisani pravni postupci mogu voditi protiv tvorca kodeksa ponašanja u slučaju kada relevantni kodeks promoviše neispunjavanje zakonom propisanih uslova.“;

5. Član 7(1) se menja sledećim:

"1. Ovo uputstvo ne dovodi u pitanje pravo država-članica da zadrže ili donese propise radi postizanja veće zaštite trgovaca i konkurenata od obmanjujućeg reklamiranja."

#### *Član 15.*

#### **Izmene uputstava 97/7/EZ i 2002/65/EZ**

1. Član 9 Uputstva 97/7/EZ se zamenjuje sledećim:

#### *„Član 9.*

Prodaja bez prethodnog naručivanja

Imajući u vidu zabranu prakse prodaje nenaručenih dobara i usluga predviđenu Uputstvom 2005/29/EZ od 11. maja 2005. Evropskog parlamenta i Saveta u vezi sa nepoštenom poslovnom praksom privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu<sup>10</sup>, države-članice će predvideti izuzeće potrošača od bilo kakve obaveze plaćanja u slučaju dobijanja nenaručenih dobara ili usluga pri čemu izostanak bilo kakvog odgovora potrošača na ponudu ne može predstavljati njegovu saglasnost.“

2. Član 9 Uputstva 2002/65/EZ se zamenjuje sledećim:

#### *„Član 9.*

Imajući u vidu zabranu prakse prodaje nenaručenih dobara i usluga predviđenu Uputstvom 2005/29/EZ od 11. maja 2005. Evropskog parlamenta i Saveta u vezi sa nepoštenom poslovnom praksom privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu<sup>11</sup>, i ne dovodeću u pitanje odredbe propisa država-članica o prećutnom obnavljanju ugovora sklopljenih na daljinu kada ti propisi dozvoljavaju prećutno obnavljanje, države-članice će preduzeti mere da izuzmu potrošača od bilo kakve obaveze u slučaju dobijanja nenaručenih dobara ili usluga pri čemu izostanak bilo kakvog odgovora potrošača na ponudu ne može predstavljati njegovu saglasnost.“

#### *Član 16.*

#### **Izmene Uputstva 98/27/EZ i Uredbe (EZ) broj 2006/2004**

1. U Aneksu Uputstva 98/27/EZ, tačka 1 se zamenjuje sledećom:

<sup>10</sup> Službeni list broj L 149, 11.06.2005, str. 22

<sup>11</sup> Službeni list broj L 149, 11.06.2005, str. 22

"1. Uputstvo 2005/29/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 11. maja 2005 u vezi sa nepoštenom poslovnom praksom privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu (Službeni list broj L 149, 11.06.2005, str. 22)."

2. U Aneksu Uredbe (EZ) broj 2006/2004 Evropskog parlamenta i Saveta od 27. oktobra 2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za sprovođenje propisa o zaštiti potrošača (Uredba o saradnji u oblasti zaštite potrošača)<sup>12</sup> dodaje se sledeća tačka:

"16. Uputstvo 2005/29/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 11. maja 2005 u vezi sa nepoštenom poslovnom praksom privrednih subjekata prema potrošačima na unutrašnjem tržištu (Službeni list broj L 149, 11.06.2005, str. 22)."

#### *Član 17.*

### **Obaveštavanje**

Države članice preduzimaju odgovarajuće mere da obaveste potrošače o nacionalnim propisima kojima se u nacionalno pravo prenosi ovo uputstvo i, po potrebi, ohrabruju trgovci i tvorcii kodeksa ponašanja da obavestavaju potrošače o svojim kodeksima.

#### *Član 18.*

### **Nadzor**

1. Komisija će do 12. juna 2011 uputiti Evropskom parlamentu i Savetu detaljan izveštaj o primeni ovog uputstva, a posebno članova 3(9) i 4 i Aneksa I, o potrebi daljeg usklađivanja i pojednostavljenja prava Zajednice o zaštiti potrošača i, imajući u vidu čl. 3(5), o merama koje je potrebno preduzeti na nivou Zajednice radi obezbeđivanja održanja odgovarajućeg stepena zaštite potrošača. Po potrebi, uz izveštaj će se dostaviti i predlog izmena ovog uputstva ili drugog relevantnog dela prava Zajednice.

2. Evropski parlament i Savet postupiće po predlogu Komisije, u skladu sa Ugovorom, u roku od dve godine od dana prezentacije predloga komisije datog u skladu sa st. 1 ovog člana.

#### *Član 19.*

### **Transpozicija**

Države-članice će doneti i objaviti zakone, podzakonske akte i upravne akte neophodne za postupanje po ovom uputstvu do 12. juna 2007. O tome i svim naknadnim izmenama će bez odlaganja obavestiti Komisiju.

Države-članice će primeniti pomenute mere do 12. decembra 2007. Kada države-članice usvoje te mere, one treba da sadrže pozivanje na ovo uputstvo ili da se u službenom listu navede da su propisi koji se objavljuju doneti u vezi s primenom ovog uputstva. Države-članice same određuju kako će se izvršiti ovo pozivanje.

#### *Član 20.*

---

<sup>12</sup> Službeni list broj L 364, 09.12.2004, str. 1

## **Stupanje na snagu**

Ovo uputstvo stupa na snagu sledećeg dana posle objavljivanja u Službenom listu Evropske unije.

*Član 21.*

### **Adresati**

Ovo uputstvo se odnosi na države-članice.

## ANEKS I

### POSLOVNE PRAKSE KOJE SE SMATRAJU NEPOŠTENIM U SVIM OKOLNOSTIMA

#### Obmanjujuće poslovne prakse

1. Tvrdnja da je trgovac potpisnik kodeksa ponašanja, a da zapravo nije.
2. Isticanje oznake poverenja, oznake kvaliteta ili ekvivalenta bez prethodnog dobijanja neophodne dozvole.
3. Tvrdnja da je kodeks ponašanja odobrilo državni ili drugi organ, a da u stvari to nije slučaj.
4. Tvrdnja da je trgovac (uključujući i njegove poslovne postupke) ili njegov proizvod dobio saglasnost, podršku ili dozvolu državnog ili privatnog organa, iako nije tačno, ili kada iznosi takve tvrdnje pri čemu ne ispunjava uslove potrebne za dobijanje saglasnosti, pokroviteljstva ili dozvole.
5. Upućivanje poziva na kupovinu proizvoda sa tačno određenom cenom bez prijavljivanja postojanja razumnih osnova zbog kojih bi trgovac mogao očekivati da neće moći da ponudi ili od drugog trgovca nabavi one proizvode ili njima ekvivalentne proizvode po oglašenoj ceni u roku i količinama koje su razumne imajući u vidu proizvod, obim oglašavanja proizvoda i ponuđenu cenu („bait advertising“)
6. Upućivanje poziva na kupovinu proizvoda po tačno određenoj ceni i onda:
  - a) odbijanje da se potrošaču pokaže reklamirana roba; ili
  - b) odbijanje da se prihvate porudžbine ili odbijanje isporuke u razumnom roku; ili
  - c) prikazivanje neispravnog uzorka proizvodau nameri promovisanja drugog proizvoda („bait and switch“).
7. Lažno navođenje da će se proizvod moći kupiti u ograničenom roku ili da će se moći nabaviti pod posebnim uslovima u ograničenom vremenu, kako bi se isprovociralo donošenje momentalne odluke i potrošačima uskratila dovoljna mogućnost ili vreme da donesu adekvatnu odluku.
8. Preuzimanje obaveze da se pruži postprodajna usluga potrošaču sa kojim je trgovac komunicirao pre zaključenja posla na jeziku koji nije službeni jezik države-članice na čijoj se teritoriji nalazi trgovac, kao i pružanje pomenute usluge isključivo na drugom jeziku, a da o to nije bilo jasno otkriveno potrošaču pre nego se obavezao zaključenim poslom.
9. Navođenje ili na drugi način stvaranje utiska da se proizvod može zakonito prodavati, a zapravo ne može.
10. Predstavljanje prava koja potrošači imaju po zakonu kao posebnu karakteristiku ponude trgovca.

11. Korišćenje publikovanih sadržaja u medijima u cilju promovisanja proizvoda, bez jasnog navođenja u sadržaju informacije, slikama ili zvuku za potrošača da je trgovac platio tu promociju ("advertorial"). Ovo ne dovodi u pitanje Uputstvo Saveta 89/552/EEZ<sup>13</sup>.
12. Postavljanje suštinski netačne tvrdnje u vezi sa prirodom i obimom rizika za ličnu bezbednost potrošača ili njegove porodice ako potrošač ne kupi proizvod.
13. Promovisanje proizvoda sličnog proizvodu kojeg izrađuje neki drugi proizvođač na način koji namerno dovodi u zabludu potrošača da poveruje da je proizvod proizveo taj drugi proizvođač.
14. Ustanovljavanje, upravljanje ili promocija piramidalnih promotivnih programa kada potrošač ima mogućnost da dobije nagradu koja prvenstveno potiče od uvođenja drugih potrošača u piramidalni program pre nego od prodaje ili potrošnje proizvoda.
15. Tvrdnja da trgovac ubrzo prestaje sa radom ili se preseljava, iako to nije tačno.
16. Tvrdnja da su proizvodi sposobni da obezbede dobitak u igrama na sreću.
17. Lažna tvrdnja da proizvod može da izleći bolest, disfunkciju ili deformacije.
18. Davanje bitno netačne informacije o uslovima na tržištu ili mogućnosti pronalaženja proizvoda u nameri navođenja potrošača da nabavi proizvod pod uslovima manje povoljnim od normalnih tržišnih uslova.
19. Tvrdnja trgovca da nudi promotivnu igru ili nagradu, bez dodeljivanja opisanih nagrada ili drugog odgovarajućeg ekvivalenta.
20. Opisivanje proizvoda recima "gratis", "besplatno", "bez troška" ili slično, ako potrošač ne treba da plati ništa drugo do neizbežnih troškova odgovora na poslovni postupak, naplatu ili plaćanje isporuke proizvoda.
21. Unošenje u marketinški materijal fakture ili sličnog dokumenta na osnovu kojeg se traži plaćanje koje potrošaču daje iluziju da je već naručio reklamirani proizvod, iako to nije slučaj.
22. Lažna tvrdnja ili stvaranje utiska da trgovac ne postupa u svrhu koja se tiče njegovog poslovanja, trgovine, zanata ili profesije ili njegovo lažno predstavljanje u svojstvu potrošača.
23. Stvaranje lažnog utiska da je postprodajnu uslugu u vezi sa proizvodom moguće dobiti i u drugoj državi-članici pored one u kojoj se prodaje proizvod.

### **Agresivni poslovni postupci**

24. Stvaranje utiska da potrošač ne može napustiti poslovne prostorije pre zaključenja ugovora.

<sup>13</sup> Uputstvo Saveta 89/552/EEZ od 3. oktobra 1989. o ujednačavanju izvesnih odredbi u zakonima, podzakonskim aktima ili upravnim aktima država-članica u vezi sa obavljanjem televizijskog emitovanja (Službeni list broj L 298, 17.10.1989, str. 23). Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom 97/36/EZ Evropskog parlamenta i Saveta (Službeni list broj L 202, 30.07.1997, str. 60)

25. Vršenje ličnih poseta u prebivalište potrošača ignorišući zahtev potrošača da se udalji ili da se ne vraća izuzev u opravdanim okolnostima i obimu koji je, prema propisima nacionalnog prava, neophodan za izvršenje ugovornih obaveza.

26. Uporno i nepoželjno obraćanje putem telefona, telefaksa, elektronske pošte ili drugih telekomunikacionih sredstava, izuzev u opravdanim okolnostima i u obimu koji je, po nacionalnim propisima, neophodan za izvršenje ugovornih obaveza. Ovo ne dovodi u pitanje član 10 Uputstva 97/7/EZ i uputstava 95/46/EZ<sup>14</sup> i 2002/58/EZ.

27. Zahtevanje od potrošača koji želi da postavi odštetni zahtev po polisi osiguranja da dostavi dokumenta koja se razumno ne mogu smatrati relevantnim u pogledu punovažnosti štete, ili sistematsko izbegavanje da se odgovori na ponovljeno obraćanje potrošača, a u cilju njegovog odvrćanja od vršenja svojih ugovornih prava.

28. Ubacivanje u reklamu direktnog obraćanja deci da kupuju reklamirane proizvode ili ubeđivanje njihovih roditelja ili drugih punoletnih lica da kupuju reklamirane proizvode za njih. Ova odredba ne dovodi u pitanje član 16 Uputstva 89/552/EEZ o televizijskom emitovanju.

29. Zahtevanje momentalnog plaćanja ili plaćanja u ratama za proizvod, njegov povraćaj ili čuvanje, kojeg potrošač nije tražio, izuzev onda kada je proizvod zamena koja se isporučuje u skladu sa članom 7(3) iz Uputstva 97/7/EZ (prodaja nenaručenih dobara ili usluga).

30. Izričito upozorenje potrošaču da će, ako ne kupi proizvod ili uslugu, posao trgovca ili egzistencija biti ugroženi.

31. Stvaranje lažnog utisak da je potrošač već dobio nagradu, da će je dobiti ili da će osvojiti dobitak, dobiti nagradu ili neki drugi ekvivalent po izvršenju neke radnje, a da u stvari:

- ne postoji nikakva nagrada, niti njoj ekvivalenta korist, ili

- preduzimanje bilo kakve radnje u vezi sa dobijanjem nagrade ili druge ekvivalentne koristi podleže obavezi potrošača da plati izvesnu novčanu sumu ili učini neki trošak.

<sup>14</sup> Uputstvo 95/46/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 24. oktobra 1995. o zaštiti pojedinaca u vezi sa obradom ličnih podataka i o slobodnom protoku tih podataka (Službeni list broj L 281, 23.11.1995, str. 31). Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uredbom (EZ) broj 1882/2003 (Službeni list broj L 284, 31.10.2003, str. 1)

## ANEKS II

### ODREDBE PRAVA ZAJEDNICE KOJIMA SE PROPISUJU PRAVILA ZA OGLAŠAVANJE I TRGOVAČKE KOMUNIKACIJE

Članovi 4 i 5 Uputstva 97/7/EZ

Član 3 Uputstva Saveta 90/314/EEZ od 13. juna 1990. o paket putovanjima, paket odmorima i paket aranžmanima.<sup>15</sup>

Član 3(3) Uputstva 94/47/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 26. oktobra 1994. o zaštiti kupaca u vezi sa izvesnim aspektima ugovora i kupovini prava na upotrebu nepokretne imovine na tajmšer osnovi.<sup>16</sup>

Član 3(4) Uputstva 98/6/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 16. februara 1998. o zaštiti potrošača u vezi sa prikazivanjem cena proizvoda koji se nude potrošačima.<sup>17</sup>

Članovi 86. do 100. Uputstva 2001/83/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 6. novembra 2001. o Zakoniku Zajednice u vezi sa medicinskim proizvodima za ljudsku upotrebu.<sup>18</sup>

Članovi 5 i 6 Uputstva 2000/31/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 8. juna 2000. o izvesnim pravnim aspektima usluga informatičkog društva, a posebno u vezi elektronske trgovine na unutrašnjem tržištu (Uputstvo o elektronskoj trgovini).<sup>19</sup>

Član 1(d) Uputstva 98/7/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 16. februara 1998. kojim je dopunjeno Uputstvo Saveta 87/102/EEZ o ujednačavanju zakona, podzakonskih akata i upravnih akata država-članica u vezi potrošačkih kredita.<sup>20</sup>

Članovi 3 i 4 Uputstva 2002/65/EZ

Član 1(9) Uputstva 2001/107/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 21. januara 2002. kojim je dopunjeno Uputstvo Saveta 85/611/EEZ o ujednačavanju zakona, podzakonskih akata i upravnih akata u vezi sa pravnim licima koja se bave kolektivnim investiranjem u prenosive hartije od vrednosti, uz osvrt na regulisanje uprave firmi i pojednostavljivanje prospekata.<sup>21</sup>

Članovi 12 i 13 Uputstva 2002/92/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 9. decembra 2002 o posredovanju u osiguranju.<sup>22</sup>

<sup>15</sup> Službeni list broj L 158, 23.06.1990, str. 59

<sup>16</sup> Službeni list broj L 280, 29.10.1994, str. 83

<sup>17</sup> Službeni list broj L 80, 18.03.1998, str. 27

<sup>18</sup> Službeni list broj L 311, 28.11.2001, str. 67. Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom 2004/27/EZ (Službeni list broj L 136, 30.04. 2004, str. 34)

<sup>19</sup> Službeni list broj L 178, 17.07.2000, str. 1

<sup>20</sup> Službeni list broj L 101, 01.04.1998, str. 17

<sup>21</sup> Službeni list broj L 41, 13.02.2002, str. 20

<sup>22</sup> Službeni list broj L 9, 15.01.2003, str. 3

Član 36 Uputstva 2002/83/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 5. novembra 2002. o osiguranju života.<sup>23</sup>

Član 19 Uputstva 2004/39/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 21. aprila 2004. o osiguranju života.<sup>24</sup>

Članovi 31 i 43 Uputstva Saveta 92/49/EEZ od 18. juna 1992. o ujednačavanju zakona, podzakonskih akata i upravnih akata koji se tiču pravila o direktnom osiguranju, izuzev osiguranja života<sup>25</sup> (Treće uputstvo o osiguranju života).

Članovi 5, 7 i 8 Uputstva 2003/71/EZ Evropskog parlamenta i Saveta od 4. novembra 2003. o prospektima koji se objavljuju kada se javnosti nude hartije od vrednosti ili se prihvata njihovo stavljanje u promet.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Službeni list broj L 345, 19.12. 2002, str. 1. Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom Saveta 2004/66/EZ. (Službeni list broj L 168, 01.05.2004, str. 35)

<sup>24</sup> Službeni list broj L 145, 30.04.2004, str. 1

<sup>25</sup> Službeni list broj L 228, 11.08.1992, str. 1. Uputstvo koje je poslednji put dopunjeno Uputstvom 2002/87/EZ Evropskog parlamenta i Saveta (Službeni list broj L 35, 11.02.2003, str. 1)

<sup>26</sup> Službeni list broj L 345, 31.12.2003, str. 64