EIROPAS
KOMISIJA

Briselē, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI UN EIROPAS EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI

Par Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanu

Panākt patērētāju tiesību augsta līmeņa aizsardzību – veidot uzticēšanos iekšējam tirgum

KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI UN EIROPAS EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI

Par Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanu

Panākt patērētāju tiesību augsta līmeņa aizsardzību – veidot uzticēšanos iekšējam tirgum

1. IEVADS

Negodīgas komercprakses Direktīva 2005/29/EK[1] ("direktīva") tika pieņemta 2005. gada 11. maijā, lai palīdzētu patērētājiem gūt labumu no iekšējā tirgus, novēršot regulatīvos šķēršļus, kas rodas atšķirīgu valstu noteikumu dēļ, kuri mazināja uzņēmumu vēlmi iesaistīties tirdzniecībā un iedragāja patērētāju uzticēšanos attiecībā uz pirkumu veikšanu visā ES teritorijā.

Direktīva ir galvenais ES tiesību akts, kas reglamentē maldinošu reklāmu un citu netaisnīgu praksi darījumos starp uzņēmumiem un patērētājiem. Tai ir plaša piemērošanas joma, jo to piemēro visiem darījumiem starp uzņēmumiem un patērētājiem ("*B2C*") un visās nozarēs. Tā attiecas ne tikai uz darījuma reklāmas vai tirdzniecības posmu, bet arī uz posmu „pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā"[2].

Direktīvā paredzēts augsts patērētāju aizsardzības līmenis visās nozarēs. Tā darbojas kā drošības tīkls, kas novērš nepilnības, kuras nereglamentē citi ES nozaru noteikumi. Tā nodrošina, ka patērētāji netiek maldināti vai pakļauti agresīvai tirdzniecībai un ka jebkura norāde, ko tirgotāji snieguši ES, ir skaidra, precīza un pamatota, tādējādi ļaujot patērētājiem veikt informētu un jēgpilnu izvēli.

Kopā ar citiem iekšējo tirgu reglamentējošiem tiesību aktiem[3] un regulu par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā[4], Negodīgas komercprakses direktīva palīdz nodrošināt tirgus pārredzamību un novērst negodīgu konkurenci visā ES. Visas dalībvalstis ir īstenojušas tās noteikumus savos valsts tiesību aktos.

Šajā paziņojumā izklāstīti galvenie secinājumi, ko var izdarīt, pamatojoties uz sākotnējo pieredzi Negodīgas komercprakses direktīvas īstenošanā, kā tas prasīts direktīvas 18. pantā, un noteikta nepieciešamā rīcība, lai maksimāli palielinātu direktīvas devumu vienotā tirgus integrācijai un patērētāju tiesību aizsardzībai.

---

1 Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004.

2 Skatīt direktīvas 3. panta 1. punktu.

3 Piemēram, Eiropas Parlamenta un Padomes 2000. gada 8. jūnija Direktīva 2000/31/EK par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū ("Direktīva par elektronisko tirdzniecību") un Eiropas Parlamenta un Padomes 2011. gada 25. oktobra Direktīva 2011/83/ES par patērētāju tiesībām.

4 Eiropas Parlamenta un Padomes 2004. gada 27. oktobra Regula (EK) Nr. 2006/2004 par sadarbību starp valstu iestādēm, kas atbildīgas par tiesību aktu īstenošanu patērētāju tiesību aizsardzības jomā ("Regula par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā").

Kopā ar šo paziņojumu ir publicēts detalizēts ziņojums[5] par direktīvas piemērošanu dalībvalstīs. Šie dokumenti ir daļa no Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmas[6], kuras mērķis ir palielināt patērētāju līdzdalību un uzticību tirgum, tādējādi veicinot paļāvību un izaugsmi.

Patēriņa izdevumi veido 56 % no ES IKP, un tie ir būtiski, lai sasniegtu mērķi – gudru, ilgtspējīgu un iekļaujošu izaugsmi. Kā norādīts Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā, pieprasījuma stimulēšanai var būt būtiska nozīme ES izkļūšanā no krīzes.

Lai tas notiktu, jārealizē vienotā tirgus potenciāls.

Dati liecina, ka patērētājiem, kas visā ES teritorijā iepērkas tiešsaistē, ir pieejams līdz 16 reižu plašāks ražojumu klāsts, taču 60 % patērētāju šo iespēju vēl neizmanto. Tas nozīmē, ka viņi neizmanto visas iespējas, ko vienotajā tirgū piedāvā daudzveidīgā izvēle un cenu atšķirības.

Politikas pasākumi, kas palielina patērētāju uzticību, veicot pārrobežu iepirkšanos tiešsaistē, var būt nozīmīgs stimuls ekonomikas izaugsmei Eiropā.

2. DIREKTĪVAS PRIEKŠROCĪBU IZVĒRTĒJUMS

2.1. Panākt patērētāju tiesību augsta līmeņa aizsardzību un vienlīdzīgus noteikumus tirgotājiem

Direktīvas īstenošanā gūtā pirmā pieredze liecina par to, ka direktīva ir ievērojami uzlabojusi patērētāju tiesību aizsardzību dalībvalstīs, vienlaikus labāk aizsargājot godīgus uzņēmumus no konkurentiem, kas darbojas, ignorējot noteikumus.

Direktīvas sniegtās priekšrocības galvenokārt izriet no diviem īpašiem tās aspektiem, proti, tās horizontālā "drošības tīkla" rakstura un tā, ka direktīva apvieno uz pamatprincipiem balstītus noteikumus ar "melno sarakstu" dažu konkrētu negodīgas prakses veidu aizliegumam.

Negodīgas komercprakses direktīvas uz pamatprincipiem balstītie noteikumi ir ļāvuši valsts iestādēm pielāgoties strauji mainīgajām produktu un pakalpojumu jomām un tirdzniecības metodēm. Tie darbojas kā visaptveroši noteikumi ar kritērijiem, ko ar zināmu elastību var izmantot, lai novērstu negodīgu rīcību, uz kuru neattiecas konkrēti aizliegumi.

Savukārt "melnais saraksts", ar ko jebkuros apstākļos aizliedz konkrētu praksi, ir efektīvs rīks valsts iestādēm, lai vērstos pret izplatītu negodīgu praksi, piemēram, ēsmas reklāmu, viltus bezmaksas piedāvājumiem, slēpto reklāmu un bērnu tiešu uzrunāšanu reklāmās.

Sniedzam dažus negodīgas prakses piemērus, kas aizliegta saskaņā ar direktīvu.

Patērētāju piesaistīšana tirgotāja telpās vai tīmekļa vietnē, piedāvājot produktus vai pakalpojumus, kurus nav iespējams sniegt ("ēsmas reklāma")

Sabīne no Vācijas atrada žurnālā sludinājumu ar īpašu piedāvājumu: ***"Lidojiet uz Barselonu tikai par EUR 1!"*** *Bet, kad viņa mēģināja norezervēt lidojumu tiešsaistē, cena bija jau daudz lielāka. Kad viņa vērsās uzņēmuma klientu apkalpošanas centrā, viņa uzzināja, ka par samazināto cenu tika piedāvāts tikai neliels vietu skaits. Lielākā daļa klientu šo piedāvājumu nemaz nevarētu izmantot.*

[5] Skatīt šim paziņojumam pievienoto ziņojumu "Pirmais ziņojums par Direktīvas 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem ("Negodīgas komercprakses direktīva"), piemērošanu".

[6] Skatīt „Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programma paļāvības un izaugsmes veicināšanai", COM (2012) 225 *final*, 22.05.2012., http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_en.htm.

Negodīgas komercprakses direktīva aizliedz šādu praksi piedāvāt produktu par konkrētu cenu un bez skaidras norādes, ka produkta pieejamība reklāmas ietvaros un par piedāvāto cenu var būt ierobežota.

Viltus bezmaksas piedāvājumi

Marita no Igaunijas saņēma no skaistumkopšanas preču mazumtirgotāja tiešsaistē šādu e-pastu: ***"Zvaniet tūlīt un saņemsiet dāvanu par brīvu – zīmola saulesbrilles!"*** *Sazvanījusi tirgotāju, viņa tika informēta, ka šis piedāvājums ir spēkā, tikai izdarot pasūtījumu par kopējo summu EUR 2000 vai vairāk.*

Negodīgas komercprakses direktīva neļauj tirgotājam nepatiesi piedāvāt produktu par brīvu, ja patiesībā patērētājam rodas papildu izdevumi, kas nav saistīti ar atsaukšanos uz šo komercpiedāvājumu vai maksājumu par pasūtījuma piegādi.

Šķēršļi tirgotāja nomaiņai

Filips ir nolēmis mainīt savu mājas apdrošināšanu un noslēgt piemērotāku līgumu ar citu apdrošinātāju. Kad viņš sazinās ar savu pašreizējo apdrošinātāju, Filipam tiek paziņots, ka viņam, lai pārtrauktu spēkā esošo līgumu, ir jāaizpilda daudzas dažādas veidlapas. Diemžēl būs nepieciešamas vairāk nekā divas nedēļas, kamēr apdrošinātājs spēs (vai gribēs) izsniegt nepieciešamās veidlapas, turklāt sazvanītā apdrošinātāja darbiniece arī norāda, ka pieprasījuma izskatīšanai būs nepieciešami 3 mēneši. Dziļi vīlies, Filips atsakās no savas ieceres. Pāri paliek vien labie nodomi.

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvu tirgotāji nedrīkst noteikt nekādus apgrūtinošus vai nesamērīgus ārpuslīgumiskus šķēršļus, ja patērētājs vēlas izmantot savas līgumiskās tiesības, tostarp tiesības līgumu izbeigt vai izvēlēties citu produktu vai citu tirgotāju.

Bērnu tieša uzrunāšana reklāmās

*Alans bija pārsteigts, kad meita pēkšņi nedeva viņam mieru, prasot nopirkt filmu izlasi ar viņas iecienītākajiem grāmatu varoņiem. Alans saprata, kas noticis, kad viņš ievēroja TV reklāmu par filmu izlases izdošanu, kurā tika norādīts: "****Tava mīļākā grāmata tagad ir pieejama arī DVD formātā – palūdz, lai tētis tev to nopērk!"***

Saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvu tā ir negodīga prakse, ja pārdevēji tieši cenšas pārliecināt bērnus, lai tie lūdz pieaugušajiem pirkt reklamētos produktus. Šāds aizliegums ir spēkā attiecībā uz visiem plašsaziņas līdzekļiem, tostarp televīziju, kā arī interneta reklāmu.

Pateicoties Negodīgas komercprakses direktīvai, valsts patērētāju tiesību aizsardzības uzraudzītājiem ir izdevies ierobežot dažādus negodīgas uzņēmējdarbības prakses veidus un sodīt par to, tostarp par *maldinošām norādēm par ietekmi uz vidi* un *agresīvu praksi*[7]. Un tomēr.

– Ieinteresētās personas norāda, ka, neraugoties uz pašreizējo tiesisko regulējumu, norādes "videi draudzīgs" (piemēram, "videi nekaitīgs", "bioloģiski noārdāms", "ilgtspējīgs" un "dabīgs") joprojām tiek izmantotas bezatbildīgi un bieži ir ļoti vispārīgas, neskaidras un nekonkrēti definētas. Patērētāju apvienības ziņo, ka papildu grūtības sagādā pārbaudes, vai sniegtās norādes ir patiesas, jo īpaši enerģētikas, kosmētikas, automobiļu un mazgāšanas līdzekļu nozarēs.

[7] Skatīt 4. iedaļu par izpildi paziņojumam pievienotajā ziņojumā par direktīvas piemērošanu.

– Dažas dalībvalstis ziņo par agresīvu praksi, uzrunājot bērnus tiešsaistes spēļu jomā, kā arī vēršoties pie vecāka gadagājuma cilvēkiem. Ir aktīvāk jāstrādā, lai stiprinātu direktīvas izpildi attiecībā uz šiem neaizsargātajiem patērētājiem, kuri šādās situācijās nespēj pretoties kārdinājumam. Jo īpaši, ņemot vērā arī aizvien lielākas iedzīvotāju daļas novecošanu, ir jānodrošina neaizsargāto patērētāju aizsardzība pret risku, ko rada ekonomiskās krīzes sekas un digitālo tirgu sarežģītība.

2.2. Veidot uzticēšanos vienotajam tirgum

Aizstājot atšķirīgos dalībvalstu noteikumus par negodīgu komercpraksi ar vienu noteikumu kopumu, direktīva ir vienkāršojusi reglamentējošo vidi un palīdzējusi novērst šķēršļus pārrobežu tirdzniecībai.

Direktīva arī tika plaši izmantota, lai risinātu pārrobežu gadījumus. Gandrīz 50 % savstarpējas palīdzības lūgumu gadījumu (informācijas pieprasījumi, brīdinājumi un izpildes pieprasījumi), kas pēdējo 5 gadu laikā izskatīti *CPC* tīklā[8], attiecās uz Negodīgas komercprakses direktīvas pārkāpumiem. Turklāt vairākus kopīgus uzraudzības pasākumus ("pārbaudes") *CPC* tīkls veica, pamatojoties uz direktīvas noteikumiem (attiecībā uz digitālajiem produktiem / pakalpojumiem, tīmekļa vietnēm, kas pārdod lidmašīnas biļetes, mobilo tālruņu pakalpojumiem tiešsaistē, tīmekļa vietnēm, kas pārdod plaša patēriņa elektronikas preces)[9].

Daudzu direktīvas noteikumu mērķis ir nodrošināt, ka patērētājiem tiek sniegta patiesa, pilnīga un savlaicīga informācija par kāda produkta vai pakalpojuma galvenajām īpašībām, cenu un pamata nosacījumiem. Tas ļauj patērētājiem vieglāk saprast un salīdzināt piedāvājumus, un tam ir tieša ietekme uz tirdzniecības un reklāmas metodēm, ko izstrādājuši tirgotāji.

Reklāmai ir būtiska nozīme funkcionējošā vienotajā tirgū, un tā ir uzņēmumu galvenais rīks, pārdodot savus produktus un pakalpojumus pāri robežām. Reklāma dod iespēju uzņēmumiem atklāti savstarpēji atšķirties: tā stimulē konkurenci, samazina cenas un paaugstina kvalitāti.

Arī nesen pieņemtajā e-tirdzniecības paziņojumā tika norādīts, ka precīza un pārredzamāka informācija par iekšzemes un pārrobežu piedāvājumiem ir viens no galvenajiem faktoriem, lai palielinātu patērētāju uzticību un stimulētu mazumtirgotājus pārdot tiešsaistē[10].

Jaunākie dati liecina, ka aizvien vairāk patērētājiem šobrīd ir interese par pārrobežu pirkumiem (52 %, + 19 procentpunkti), un ka viņi ir gatavi atvēlēt vairāk naudas pārrobežu pirkumiem (18 %, + 5 procentpunkti) – salīdzinot ar 2006. gadu, kad direktīva vēl nebija transponēta dalībvalstīs[11]. Negodīgas komercprakses direktīvai ir bijusi nozīme, veidojot šo

---

8 Ar Regulu Nr. 2006/2004 par sadarbību patērētāju tiesību aizsardzības jomā tika izveidota sistēma, kas ļauj izpildiestādēm cieši sadarboties, lai pārtrauktu pārrobežu komercpraksi, ar kuru pārkāpj tiesību aktus patērētāju tiesību jomā. Kopš 2007. gada *CPC* tīklā ir risināti pārrobežu gadījumi, kas saistīti ar Negodīgas komercprakses direktīvas pārkāpumiem.

9 http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm.

10 Skatīt Komisijas dienestu darba dokumentu "Nodrošināt patērētājiem elektroniskās tirdzniecības priekšrocības", kas pievienots Komisijas paziņojumam Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai "Vienota sistēma uzticēšanās pastiprināšanai vienotajam digitālajam e-tirdzniecības un tiešsaistes pakalpojumu tirgum", COM (2011) 942, galīgā redakcija, 11.1.2012., http://ec.europa.eu/internal_market/e-komercijas/communication_2012. gadam_lv.htm.

11 Skatīt Eirobarometra zibensaptauju 332 "Patērētāju attieksme pret pārrobežu tirdzniecību un patērētāju tiesību aizsardzību", 2012. gada maijs, 8. lpp. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Arvien vairāk patērētāju jeb 50 % ir gatavi iegādāties preces vai pakalpojumus, izmantojot citu ES valodu (+ 17 procentpunkti salīdzinājumā ar 2006. gadu). To patērētāju procentuālā daļa, kas absolūti nevēlas iepirkties citā valodā, ir samazinājusies no 42 % 2008. gadā līdz 30 % 2011. gadā. To eiropiešu

atvērtāko attieksmi Eiropas patērētāju vidū, jo tā ir viens no galvenajiem ES leģislatīvajiem rīkiem, kas izstrādāti, lai veicinātu patērētāju uzticēšanos un sekmētu pārrobežu tirdzniecību. Tomēr ir jāatzīst, ka pārrobežu iepirkšanās tiešsaistē pieaugums būtiski atpaliek no iekšzemes iepirkšanās tiešsaistē pieauguma, tādējādi uzsverot, ka vēl ir jādara vairāk.

Finanšu pakalpojumi un nekustamais īpašums ir īpaši jutīgas nozares, kam par iemeslu ir to sarežģītība un saistība ar būtiskiem riskiem. Šajās jomās ir ziņots par vairākiem negodīgas prakses gadījumiem, piemēram, būtiskas informācijas trūkumu reklāmā un maldinošu produktu aprakstu. Lielākā daļa dalībvalstu ir ieviesusi valsts noteikumus, kas paredz patērētājiem drošības pasākumus, kuri paplašina un papildina negodīgas komercprakses direktīvas noteikumus. Izmeklēšanas rezultāti liecina, ka pagaidām nebūtu lietderīgi atcelt direktīvā paredzēto iespēju dalībvalstīm pieņemt noteikumus, kas pārsniedz direktīvā noteikto saskaņošanas līmeni attiecībā uz šīm konkrētajām nozarēm[12].

2.3. Atbilstoša un efektīva direktīvas izpilde

Kopumā tiesiskais regulējums, ko nodrošina Negodīgas komercprakses direktīva, ir izrādījies ļoti piemērots tam, lai novērtētu, cik godīga ir jauna darījumu prakse tiešsaistē, kas attīstās vienlaikus ar tirdzniecības reklāmas paņēmieniem, piemēram, cenu salīdzināšana un kolektīvās rezervēšanas tīmekļa vietnes vai, piemēram, saistībā ar arvien plašāku reklāmas iesaistīšanu sociālajos tīklos.

Šķiet, ka dalībvalstis un ieinteresētās personas direktīvas izpildi valsts līmenī uzskata par kopumā atbilstīgu un efektīvu, bet norāda, ka resursu trūkums, iekšējo procedūru sarežģītība vai ilgums un preventīvu sankciju trūkums apdraud tās pienācīgu piemērošanu.

Ja konstatēta negodīga komercdarbības prakse pārrobežu darījumos, tad izpildiestādes saskaras ar būtisku problēmu, kā nodrošināt ātru un efektīvu risinājumu. Tas ietekmē arī tiesību aktu izpildi pārrobežu līmenī, un, kā liecina apspriešanās rezultāti, tas ir kļuvis acīmredzams administratīvās sadarbības jomā, pamatojoties uz *CPC* regulu.

Izpildes pieredze apstiprina, ka viena no galvenajām problēmām attiecībā uz klientiem pieejamajiem pārbaudes rīkiem un jo īpaši *cenu salīdzināšanas tīmekļa vietnēm* ir tā, ka tajās netiek skaidri atklāta tirgotāja identitāte, kurš apkalpo attiecīgo vietni, un/vai tas, vai mazumtirgotājiem ir jāmaksā par to, ka viņi savus produktus un pakalpojumus piedāvā attiecīgajā vietnē (t.i., vai tīmekļa vietne tiek sponsorēta vai ne).

Spriežot pēc ieinteresēto personu atsauksmēm, pienākums sniegt skaidru un pilnīgu informāciju par cenām komercpiedāvājumos bieži tiek atstāts bez ievērības, jo īpaši *ceļojumu un transporta nozarē*.

Abos gadījumos ieinteresētās personas nav prasījušas veikt likumdošanas pasākumus, bet aicinājušas ieviest stingrākas un saskaņotākas izpildes darbības.

---

12 īpatsvars, kuri apgalvo, ka viņi zina, kur meklējama informācija un padomi par pārrobežu iepirkšanos, arī ir ievērojami palielinājies no 24 % 2006. gadā līdz 39 % 2011. gadā.
Skatīt Negodīgas komercprakses direktīvas 3. panta 9. punktu un pētījumu "Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošana finanšu pakalpojumiem un nekustamajam īpašumam", ko uzņēmums *Civic Consulting* veica Eiropas Komisijas Tieslietu ģenerāldirektorāta uzdevumā 2012. gadā; pieejams šādā tīmekļa vietnē: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

3. GALVENĀS PRIORITĀTES TURPMĀKAI RĪCĪBAI

Saskaņā ar noteikumiem, kas izklāstīti Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā un Komisijas Paziņojumā par vienotā tirgus labāku pārvaldību[13], rezultātus izaugsmes un nodarbinātības jomā ātri var gūt, nodrošinot esošo noteikumu labāku īstenošanu un izpildi.

Šajā kontekstā direktīvai ir izšķiroša loma, un Komisija kā galvenās prioritārās jomas vienotā tirgus izaugsmes potenciāla palielināšanai ir noteikusi mazumtirdzniecību (tostarp e-tirdzniecību), ceļojumu un transporta nozari, finanšu pakalpojumus, digitālo ekonomiku, enerģētiku un ilgtspēju[14].

Lai garantētu, ka direktīva nodrošina augsta līmeņa patērētāju tiesību aizsardzību un tiek izmantotas tās priekšrocības iekšējam tirgum, nepieciešams **uzlabot valsts izpildes pasākumus un pastiprināt sadarbību pārrobežu izpildē**. Tas jo īpaši attiecas uz negodīgu praksi, kas parādās vienlaicīgi dažādās dalībvalstīs. Šādos gadījumos efektīvai koordinācijai starp Komisiju, valsts iestādēm, patērētāju organizācijām un uzņēmumiem ir būtiska nozīme, lai novērstu praksi, kam ir ES mēroga ietekme[15].

Nepieciešamība pilnveidot izpildi pārrobežu un valsts līmenī prasa, lai Komisija uzņemtos **ietekmīgāku lomu**, apvienojot spēkus ar dalībvalstīm un atbalstot tās direktīvas piemērošanā visā ES. Šajā sakarā Komisija apsvērs, kā saskaņā ar Līgumiem tā var uzņemties aktīvāku lomu, rosinot direktīvas saskaņotu piemērošanu jo īpaši attiecībā uz negodīgu praksi, kam ir pārrobežu aspekts, piemēram, tādu praksi, kas notiek tiešsaistes vidē un rada kopīgas problēmas izpildiestādēm. Ir būtiski veicināt saskaņotu praksi direktīvas īstenošanā, lai nodrošinātu vienlīdzīgus noteikumus tirgotājiem, jo īpaši tad, kad tie darbojas pārrobežu kontekstā, un, visbeidzot, lai nodrošinātu augstu patērētāju tiesību aizsardzības līmeni visā Eiropā.

3.1. Nodrošināt valsts tiesību aktu pilnīgu atbilstību direktīvai

Nodrošinot Līgumu uzraudzību, Komisija turpinās cieši uzraudzīt direktīvas pareizu transponēšanu un piemērošanu visās dalībvalstīs. Tā veiks atbilstības pārbaudes un padziļinātu pārskatīšanu, lai novērtētu noteikumu darbību praksē un noteiktu korektīvus pasākumus, ja tie nepieciešami. Pašreizējā analīze liecina, ka vairākās dalībvalstīs joprojām pastāv neatbilstība starp valsts tiesību aktiem un direktīvu. Tāpēc Komisijas dienesti uztur sakarus ar attiecīgajām dalībvalstīm. Komisija veiks nepieciešamos pasākumus saskaņā ar LESD 258. pantu, ja dalībvalsts nepildīs savus transponēšanas un izpildes pienākumus.

3.2. Nodrošināt vienādu un atbilstošu direktīvas piemērošanu dalībvalstīs

Lai nodrošinātu, ka direktīvu piemēro atbilstīgi un konsekventi, Komisija

- turpinās pilnveidot **vadlīnijas**, reaģējot uz atzinumiem, kas saņemti no valstu izpildiestādēm un citām ieinteresētajām personām, uz jaunas prakses gadījumiem, tostarp tiešsaistē, un ES un valstu tiesu prakses attīstību[16];

---

13 Skatīt Eiropas Komisijas Paziņojumu "Vienotā tirgus labāka pārvaldība", COM (2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf.

14 Skatīt Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmu.

15 Skatīt pievienotā ziņojuma par direktīvas piemērošanu 3.3.3. iedaļu, piemēram, saistībā ar Itālijas Konkurences iestādes (*AGCM*) 2011. gada 27. decembra Lēmumu PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia, Provvedimento n.* 23193.

16 Komisija plāno arī turpmāk attīstīt savas vadlīnijas par maldinošām norādēm par ietekmi uz vidi, pamatojoties uz konkrēta pētījuma rezultātiem, kas jāveic 2013. gadā, un turpināt darbu pie ilgtspējīga patēriņa un ražošanas un ilgtspējīgas rūpniecības politikas rīcības plāna.

- pilnveidos, paplašinās un atjauninās Negodīgas komercprakses direktīvas **datu bāzi**[17].

3.3. Palielināt dalībvalstu sadarbību izpildes un administratīvajā jomā

Ņemot vērā no dalībvalstīm un ieinteresētajām personām saņemtās atsauksmes, kā arī pieejamos datus, Komisija ir noteikusi galvenās nozares, kurās konstatēts patērētājiem nodarīts kaitējums un zaudētas iespējas un kurās vienotā tirgus izaugsmes potenciāls ir vislielākais.

Šajās jomās Komisija sāks konkrētas iniciatīvas, kuru mērķis ir pastiprināt izpildi saskaņā ar mērķiem, kas izklāstīti Eiropas Patērētāju tiesību aizsardzības programmā.

Komisija veiks šādus pasākumus:

- *organizēs regulārus tematiskus **seminārus** valstu izpildiestādēm un rīkos **mācības** izpildiestāžu un tiesu darbiniekiem;*
- *palielinās CPC tīkla efektivitāti un turpinās veicināt koordinētus **izpildes pasākumus (pārbaudes)**;*
- *palīdzēs dalībvalstīm nodrošināt **direktīvas efektīvu piemērošanu**, turpinot attīstīt **vadlīnijas** un apmainoties ar labākās prakses piemēriem dalībvalstīs;*
- *sadarbojoties ar dalībvalstīm, izstrādās **izpildes rādītājus**, kas nepieciešami Negodīgas komercprakses direktīvas piemērošanai, ar kuru palīdzību varēs atklāt trūkumus un nepilnības, kam vajadzīga papildu izmeklēšana un/vai korektīva rīcība.*

Šie pasākumi būs vērsti uz šādām pamatnozarēm/jomām:

- *Ceļojumi un transports*
- *Digitālie / tiešsaistes tirgi*
- *Norādes par ietekmi uz vidi*
- *Finanšu pakalpojumi*
- *Nekustamais īpašums*

*Visās šajās nozarēs īpaša uzmanība tiks pievērsta praksei, kuras mērķis **ir neaizsargātie patērētāji**, jo īpaši vecāka gadagājuma cilvēki un nepilngadīgie.*

3.4. Uzraudzīt tirgus attīstību un veicināt izpratni

Komisija turpinās cieši uzraudzīt tirgus attīstību, lai nodrošinātu, ka regulējums arī turpmāk sniedz augstu aizsardzības līmeni patērētājiem, veicot iekšzemes un pārrobežu iepirkumus.

Īpaša uzmanība tiks pievērsta tam, cik piemērots ir tiesiskais regulējums, lai spētu sekot tirgdarbības un pārdošanas veidu, produktu un pakalpojumu tiešsaistes vidē straujajai attīstībai.

Līdztekus pastiprinātai izpildei, izpratnes veicināšanas iniciatīvas ir svarīgas, lai patērētāji spētu pienācīgi aizstāvēt savas tiesības. 2013. gadā, kas pasludināts par Eiropas Pilsoņu gadu, ciešā sadarbībā ar visām ieinteresētajām personām, tostarp uzņēmumiem un patērētāju apvienībām, tiks uzsākta *ES mēroga kampaņa*, lai palielinātu informētību par patērētāju tiesībām, tostarp saskaņā ar Negodīgas komercprakses direktīvu.

[17] Skatīt https://webgate.ec.europa.eu/ucp/ – šīs datubāzes pamatā ir Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 18. decembra Lēmums Nr. 1926/2006/EK, ar ko izveido Kopienas rīcības programmu patērētāju tiesību aizsardzības politikas jomā (no 2007. gada līdz 2013. gadam).

4. SECINĀJUMI

Negodīgas komercprakses direktīva ir pierādījusi, ka tā ir vērtīgs rīks, lai palielinātu patērētāju labklājību. Tā ir vienkāršojusi normatīvo vidi un palīdzējusi novērst šķēršļus pārrobežu tirdzniecībai. Pieredze ir parādījusi, cik lietderīgi un elastīgi ir šie uz principiem balstītie un horizontālie tiesību akti. Vienkāršotā normatīvā vide atvieglo uzņēmumiem iesaistīšanos pārrobežu darījumos, vienlaikus ļaujot patērētājiem un uzņēmumiem gūt arvien lielāku labumu no neizmantotajām iespējām, ko sniedz iekšējais tirgus.

Komisija uzskata, ka šajā posmā nebūtu lietderīgi grozīt direktīvu, jo īpaši tādēļ, ka attiecībā uz šo visaptverošo tiesību aktu vēl nav gūta pietiekama pieredze saistībā ar direktīvas izpildi dalībvalstīs. Tagad Komisija galveno uzmanību pievērsīs saskaņotībai direktīvas īstenošanā, veicot konkrētus pasākumus, lai uzlabotu izpildi galvenajās jomās, tādējādi vairojot patērētāju uzticību un palielinot izaugsmi.