EVROPSKÁ
KOMISE

V Bruselu dne 14.3.2013
COM(2013) 138 final

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ A EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU

týkající se uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách

Dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele
Budování důvěry ve vnitřní trh

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ A EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU

týkající se uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách

Dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele
Budování důvěry ve vnitřní trh

1. ÚVOD

Směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách[1] (dále jen „směrnice“) byla přijata dne 11. května 2005 a jejím cílem bylo napomoci spotřebitelům při využívání vnitřního trhu tím, že odstranila regulační překážky vyplývající z rozdílných vnitrostátních norem, které odrazovaly podniky od prodeje a narušovaly důvěru spotřebitelů při nákupech v celé EU.

Směrnice představuje hlavní obecný soubor právních předpisů EU upravujících klamavou reklamu a jiné nekalé praktiky v transakcích mezi podniky a spotřebiteli. Má široký rozsah uplatnění, který se vztahuje na všechny transakce mezi podniky a spotřebiteli ve všech odvětvích. Uplatňuje se v rámci transakce nejen na fázi reklamy a marketingu, ale také „… *před obchodní transakcí týkající se produktu, v jejím průběhu a po ní*“[2].

Směrnice zajišťuje vysokou úroveň ochrany spotřebitele ve všech odvětvích. Funguje jako záchranná síť, která vyplňuje mezery, které nejsou upraveny jinými odvětvovými předpisy EU. Zajišťuje, aby spotřebitelé nebyli uváděni v omyl ani vystavováni agresivnímu marketingu a aby jakékoli tvrzení obchodníka v EU bylo jasné, přesné a doložené, a spotřebitelé se tak mohli informovaně a smysluplně rozhodovat.

Spolu s dalšími právními předpisy v oblasti vnitřního trhu[3] a „nařízením o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“ o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele[4] přispívá směrnice o nekalých obchodních praktikách k dosažení transparentnosti trhu a zabránění nekalé hospodářské soutěži v celé EU. Všechny členské státy provedly její pravidla do svých vnitrostátních právních předpisů.

Toto sdělení shrnuje hlavní závěry, které lze vyvodit na základě počáteční zkušební doby při prosazování směrnice o nekalých obchodních praktikách, a stanoví, jakých opatření je zapotřebí pro maximalizaci přínosů směrnice k integraci jednotného trhu a ochraně spotřebitele.

---

1 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004.

2 Viz čl. 3 odst. 1 směrnice.

3 Např. směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu (směrnice o elektronickém obchodu) a směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. listopadu 2011 o právech spotřebitelů.

4 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele („nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“).

Společně s tímto sdělením se zveřejňuje pracovní dokument útvarů Komise[5] obsahující podrobné informace o uplatňování směrnice v členských státech. Jde o součást Evropského programu pro spotřebitele[6], jehož cílem je maximalizovat účast spotřebitelů a jistotu na trhu, a tím posílit důvěru a růst.

Spotřebitelské výdaje představují 56 % HDP EU a jsou zásadní pro splnění cíle, kterým je inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění. Jak je uvedeno v Evropském programu pro spotřebitele, podpora spotřebitelské poptávky může Evropské unii velmi pomoci při překonávání krize.

Aby to bylo možné, je třeba využít potenciál jednotného trhu.

Údaje ukazují, že spotřebitelé nakupující on-line v zemích celé EU mají až 16krát větší výběr zboží, přičemž ale 60 % spotřebitelů tento způsob maloobchodních nákupů zatím nevyužívá. V důsledku této své zdrženlivosti spotřebitelé plně nevyužívají rozmanitost výběru a cenové rozdíly, které jednotný trh poskytuje.

Politická opatření, která zlepší důvěru spotřebitelů v přeshraniční nakupování na internetu, mohou významně napomoci hospodářskému růstu v Evropě.

2. HODNOCENÍ PŘÍNOSU SMĚRNICE

2.1. Dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele a rovných podmínek pro obchodníky

První zkušenosti s prováděním směrnice ukazují, že směrnice výrazně zvýšila ochranu spotřebitele ve všech členských státech, neboť lépe chrání podniky dodržující právo před jejich konkurenty, kteří pravidla nedodržují.

Výhody, které směrnice přináší, vyplývají zejména ze dvou jejích specifických vlastností, zejména z jejího charakteru horizontální „záchranné sítě“ a jejího spojení pravidel založených na zásadách s „černou listinou“ konkrétních zákazů určitých nekalých praktik.

Pravidla směrnice o nekalých obchodních praktikách založená na zásadách umožňují vnitrostátním orgánům, aby se přizpůsobily rychle se vyvíjejícím výrobkům, službám a způsobům prodeje. Fungují jako univerzální ustanovení poskytující kritéria, která lze použít s jistou mírou flexibility k tomu, aby se zabránilo nekalému jednání, na něž se konkrétní zákazy nevztahují.

„Černá listina“ za všech okolností zakázaných praktik poskytuje vnitrostátním orgánům účinný nástroj pro řešení obvyklých nekalých praktik, jako jsou vábivá reklama, falešné bezplatné nabídky, skrytá reklama a přímé zaměření na děti.

Níže jsou uvedeny příklady podle směrnice zakázaných praktik.

Lákání spotřebitele do prostor obchodníka nebo na jeho internetové stránky nabízením výrobků nebo služeb, které nemohou být poskytnuty („vábivá reklama“)

Sabine z Německa nalezla v časopise inzerát, kde se nabízela speciální sleva: ***„Leťte do Barcelony za pouhé 1 euro!“*** *Když se ale pokusila rezervovat si let on-line, ceny byly podstatně vyšší. Kontaktovala tedy oddělení pro služby zákazníkům dané společnosti a*

[5] Viz pracovní dokument útvarů Komise „Podrobné informace o uplatňování směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (‚směrnice o nekalých obchodních praktikách‘)“, který je připojen k tomuto sdělení.

[6] Viz „*Evropský program pro spotřebitele – zvýšení důvěry a podpora růstu*“, COM (2012) 225 final, 22.5.2012 – http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/index_cs.htm.

dozvěděla se, že za snížené sazby byl nabídnut pouze malý počet sedadel. Většina zákazníků této nabídky nemohla využít.

Směrnice o nekalých obchodních praktikách zakazuje tuto praxi, při níž se nabízí produkt za určitou cenu, aniž by bylo jasně sděleno, že jeho dostupnost může být v poměru k rozsahu reklamy a k nabízené ceně omezena.

Falešné „bezplatné“ nabídky

Marit z Estonska obdržela z internetového obchodu s kosmetickými výrobky tento e-mail: ***„Zavolejte hned a obdržíte ZDARMA dárek, značkové sluneční brýle!“****. Když zavolala, bylo jí sděleno, že je tato nabídka k dispozici pouze při objednávce výrobků v hodnotě 2 000 EUR nebo více.*

Směrnice o nekalých obchodních praktikách brání obchodníkům, aby nesprávně označovali výrobek jako bezplatný, když ve skutečnosti musí spotřebitel vynaložit náklady jiné než náklady spojené s reakcí na obchodní praktiku nebo platbu za doručení věci.

Překážky při přechodu

Filip se rozhodl změnit pojištění svého domu a uzavřít výhodnější smlouvu s novou společností. Když zavolal do své pojišťovny, bylo mu sděleno, že musí k ukončení své stávající smlouvy vyplnit různé formuláře. Bohužel bude trvat přes dva týdny, než bude pojišťovna schopna (nebo ochotna) potřebné formuláře dodat, a telefonistka mu rovněž sdělí, že vyřízení žádosti může pojišťovně trvat až tři měsíce. Frustrovaný Filip to vzdává. Nevyplatí se mu to.

Podle směrnice o nekalých obchodních praktikách nesmí obchodníci ukládat žádné obtížné nebo neúměrné mimosmluvní překážky v případě, že chce spotřebitel uplatnit svá smluvní práva, včetně práv na vypovězení smlouvy nebo na přechod na jiný produkt nebo k jinému obchodníkovi.

Přímé nabádání dětí

*Alaina překvapilo, když na něj jeho dceru začala naléhat, aby jí koupil sbírku filmů s její oblíbenou literární postavou. Pochopil, co se stalo, když si všiml televizní reklamy na vydání filmů, v níž se uvádělo: „****Tvoje oblíbená kniha je nyní na DVD – řekni tatínkovi, ať Ti ji koupí!****“*

Podle směrnice o nekalých obchodních praktikách jde o nekalou praktiku, nabádá-li prodejce děti, aby žádali dospělého o koupi inzerovaných produktů. Tento zákaz platí pro všechna média, včetně televize, jakož i pro internetovou reklamu.

Díky směrnici o nekalých obchodních praktikách byly vnitrostátní kontrolní orgány v oblasti ochrany spotřebitele schopny omezit a sankcionovat řadu nekalých obchodních praktik, včetně *zavádějících environmentálních tvrzení* a *agresivních praktik*[7]. Nicméně:

– Zúčastněné strany upozorňují, že navzdory stávajícímu právnímu rámci se ekologická tvrzení (například „ekologický“, „biologicky rozložitelný“, „udržitelný“ a „přírodní“) stále nepoužívají seriózně a jsou často velmi obecná, vágní a nepřesně definovaná. Sdružení spotřebitelů varují, že je kromě toho obtížné ověřit pravdivost těchto tvrzení, zejména v odvětví energetiky, kosmetických výrobků, automobilů a detergentů.

– Několik členských států upozorňuje na agresivní praktiky zaměřené na děti, v oblasti on-line her, jakož i na starší osoby. Je třeba dále pracovat na prosazování dané

[7] Viz oddíl 4 průvodního pracovního dokumentu útvarů Komise, který obsahuje podrobné informace o uplatňování této směrnice, o prosazování práva.

směrnice, pokud jde o tyto kategorie zranitelných spotřebitelů, kteří jsou v oslabené pozici. Zejména je s ohledem na postupné stárnutí obyvatelstva potřeba zajistit, aby byli zranitelní spotřebitelé chráněni před riziky, která vyplývají z dopadů hospodářské krize a ze složitosti digitálních trhů.

2.2. Budování důvěry ve vnitřní trh

Směrnice tím, že nahradila rozdílné právní předpisy členských států o nekalých obchodních praktikách jedním souborem pravidel, zjednodušila právní prostředí a pomohla odstranit překážky v přeshraničním obchodu.

Rovněž byla často využívána při řešení přeshraničních případů. Téměř 50 % žádostí o vzájemnou pomoc, které se zpracovávaly prostřednictvím sítě pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele[8] za posledních pět let (žádosti o informace, záznamy a žádosti o prosazování práva), se týkaly porušení směrnice o nekalých obchodních praktikách. Kromě toho provedla síť pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele na základě ustanovení směrnice několik společných dozorových akcí („sweeps“) (týkajících se digitálních produktů/služeb, internetových stránek pro prodej letenek, on-line služeb pro mobilní telefony, internetových stránek pro prodej spotřební elektroniky)[9].

Cílem podstatné části této směrnice je zajistit, aby se informace o hlavních charakteristikách výrobku nebo služby, o ceně a o klíčových podmínkách spotřebitelům poskytovaly pravdivě, úplně a včas. Spotřebitelé pak mohou snáze pochopit a porovnat nabídky. Má to rovněž přímý dopad na marketingové a reklamní techniky, které obchodníci vyvíjejí.

Reklama hraje zásadní úlohu ve fungování jednotného trhu a je hlavním nástrojem, díky němuž podniky prodávají své výrobky a služby přes hranice. Reklama umožňuje společnostem se otevřeně odlišit: podporuje to hospodářskou soutěž, snižují se tak ceny a zvyšuje se kvalita.

Přesné a transparentnější informace u vnitrostátních a přeshraničních nabídek byly rovněž identifikovány v nedávno vydaném sdělení o elektronickém obchodu jako jeden z klíčových faktorů pro zvýšení důvěry spotřebitelů a pro podporu prodeje on-line[10].

Důkazy z poslední doby ukazují, že o nákupy v zahraničí má nyní zájem více spotřebitelů (52 %, +19 %), kteří jsou ochotni při nich utratit více peněz (18 %, +5 procentních bodů), než v roce 2006, kdy směrnice ještě nebyla provedena v členských státech[11]. Směrnice o nekalých obchodních praktikách hrála svou úlohu při vytváření tohoto otevřenějšího postoje evropských spotřebitelů, neboť je jedním z hlavních evropských legislativních nástrojů zaměřených na posílení jejich důvěry a povzbuzení přeshraničního obchodu. Nicméně je

---

8 Nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele č. 2006/2004 vytvořilo rámec, který umožní donucovacím orgánům úzce spolupracovat na zastavení přeshraničních obchodních praktik porušujících právní předpisy. Přeshraniční případy týkající se porušení směrnice o nekalých obchodních praktikách se od roku 2007 řeší prostřednictvím sítě pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele.

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

10 Viz pracovní dokument útvarů Komise, *Umožnit spotřebitelům využívat elektronického obchodu*, který doprovází sdělení Komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů, *Soudržný rámec pro posílení důvěry v jednotný digitální trh elektronického obchodu a on-line služeb*, COM(2011) 942 final, 11.1.2012 – http://ec.europa.eu/internal_market/elektronický obchod/communication_2012_en.htm.

11 Viz bleskový průzkum Eurobarometru 332 *Postoje spotřebitelů k přeshraničnímu obchodu a ochraně spotřebitele*, květen 2012, s. 8, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Roste počet spotřebitelů, 50 %, ochotných nakupovat zboží a služby s využitím jiného jazyka EU (+ 17 bodů ve srovnání s rokem 2006). Podíl těch, kteří by zásadně nebyli ochotni nakupovat v jiném jazyce, se snížil ze 42 % v roce 2008 na 30 % v roce 2011. Podíl Evropanů, kteří tvrdí, že vědí, kde hledat informace a rady o přeshraničním nakupování, rovněž výrazně vzrostl, z 24 % v roce 2006 na 39 % v roce 2011.

nutno uznat, že růst přeshraničního on-line nakupování daleko zaostává za růstem domácích on-line nákupů, z čehož jasně vyplývá, že je třeba udělat více.

Finanční služby a nemovitý majetek jsou z důvodu své složitosti a inherentních vážných rizik kritickými odvětvími. V těchto oblastech bylo hlášeno několik nekalých praktik, jako je nedostatek základních informací ve fázi reklamy a klamavý popis produktů. Většina členských států zavedla vnitrostátní předpisy, které spotřebitelům poskytují záruky, jež posilují a doplňují záruky stanovené ve směrnici o nekalých obchodních praktikách. Výsledky šetření prokazují, že by prozatím nebylo vhodné zrušit možnost, kterou členským státům dává směrnice, aby překročily úroveň harmonizace, kterou směrnice v těchto specifických odvětvích stanoví[12].

2.3. Přiměřené a účinné prosazování směrnice

Právní rámec směrnice o nekalých obchodních praktikách se celkově osvědčil jako vhodný pro posuzování zákonnosti nových on-line praktik, které se rozvíjejí souběžně s rozvojem reklamních technik prodeje, jako jsou porovnávání cen a internetové stránky pro hromadné rezervace nebo například v souvislosti s rostoucím zapojením reklamy do sociálních sítí.

Zdá se, že členské státy a zúčastněné subjekty považují vnitrostátní prosazování směrnice obecně za přiměřené a účinné, ale varují, že nedostatek zdrojů, složitost či délka interních postupů a chybějící odstrašující sankce ohrožují její řádné provádění.

V případech přeshraničních nekalých obchodních praktik je pro donucovací orgány skutečnou výzvou rychle a účinně reagovat. To má rovněž dopad na prosazování právních předpisů na přeshraniční úrovni, a jak ukazuje výsledek konzultace, projevilo se to v oblasti správní spolupráce na základě nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele.

Zkušenosti s prosazováním potvrzují, že jeden z hlavních problémů týkajících se přehledových nástrojů zákazníka, a zejména *internetových stránek porovnávajících ceny*, spočívá v tom, že není jasně zveřejněna totožnost obchodníka provozujícího stránky a/nebo skutečnost, zda maloobchodníci platí za zobrazení svých výrobků a služeb (tj. zda je daná stránka sponzorována, či nikoli).

Ze zpětné vazby od zúčastněných stran vyplývá, že povinnost poskytovat jasné a úplné informace o cenách je často zanedbávána v komerčních nabídkách, zejména v *odvětví cestovního ruchu a dopravy*.

V obou případech zúčastněné strany nepožadují legislativní opatření, ale přísnější a soudržnější kroky při prosazování práva.

3. HLAVNÍ PRIORITY DALŠÍCH OPATŘENÍ

V souladu s tím, co bylo uvedeno v Evropském programu pro spotřebitele a ve sdělení Komise o lepším fungování jednotného trhu[13], představuje lepší provádění a prosazování stávajících pravidel „rychlou výhodu“ pro růst a zaměstnanost.

---

[12] Viz čl. 3 odst. 9 směrnice o nekalých obchodních praktikách a *Studie o uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách na finanční služby a nemovitý majetek*, uskutečněná společností Civic Consulting jménem Evropské komise, GŘ pro spravedlnost 2012, k dispozici na adrese: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

[13] Viz sdělení Evropské komise *Lepší správa pro jednotný trh*, KOM(2012) 259/2, http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf.

V této souvislosti hraje směrnice klíčovou úlohu a Komise určila klíčové prioritní oblasti pro uvolnění růstového potenciálu jednotného trhu: maloobchod (včetně elektronického obchodu), cestovní ruch a doprava, finanční služby, digitální hospodářství, energetiku a udržitelnost[14].

K tomu, aby směrnice zachovávala vysokou úroveň ochrany spotřebitele a bylo možno využít jejího přínosu pro vnitřní trh, je třeba **zintenzívnit vnitrostátní prosazování a posílit spolupráci při přeshraničním prosazování právních předpisů**. To platí především v případě nekalých praktik objevujících se současně v různých členských státech. V takových případech je účinná koordinace mezi Komisí, vnitrostátními orgány, organizacemi na ochranu spotřebitelů a podniky klíčem k řešení praktik, které mají celoevropský dopad[15].

Potřeba zintenzivnit prosazování na přeshraniční i vnitrostátní úrovni je výzvou pro Komisi, aby hrála **důležitější úlohu**, spojila síly s členskými státy a podporovala je při uplatňování směrnice v celé EU. V této souvislosti Komise zváží, jak může v souladu se Smlouvami hrát aktivnější roli při podpoře soudržného uplatňování směrnice, a to zejména ve vztahu k nekalým praktikám s přeshraničním rozměrem, jako jsou například ty, které se vyskytují v on-line prostředí a které představují pro donucovací orgány společné otázky. Podpora sbližování postupů při provádění směrnice je klíčem k zajištění rovných podmínek pro hospodářské subjekty, zejména když jednají v přeshraničních podmínkách, a v konečném důsledku i k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitelů v celé Evropě.

3.1. Zajistit plný soulad vnitrostátních právních předpisů se směrnicí

Komise v rámci své úlohy strážkyně smluv bude pokračovat v podrobném sledování správného provádění a uplatňování směrnice ve všech členských státech. Bude kontrolovat shodu a provádět podrobné přezkumy, aby zjistila, jak pravidla fungují v praxi, a určila nápravná opatření, pokud to bude třeba. Současná analýza ukazuje, že v několika členských státech stále existují rozdíly mezi vnitrostátními právními předpisy a směrnicí. Útvary Komise jsou proto v kontaktu s příslušnými členskými státy. Pokud členský stát neplní své povinnosti při provádění a prosazování právních předpisů, Komise přijme nezbytná opatření na základě článku 258 SFEU.

3.2. Zajistit jednotné a přiměřené uplatňování směrnice v členských státech

S cílem zajistit přiměřené a jednotné uplatňování směrnice bude Komise:

- dále rozvíjet **Pokyny** v reakci na příspěvky získané od vnitrostátních donucovacích orgánů a dalších zúčastněných stran, vznik nových praktik, včetně prostředí on-line, a rozvoj evropské a vnitrostátní judikatury[16].
- zdokonalovat, šířit a aktualizovat **databázi** směrnice o nekalých obchodních praktikách[17].

---

14 Viz Evropský program pro spotřebitele.

15 Viz doprovodný pracovní dokument útvarů Komise, který obsahuje podrobné informace o uplatňování směrnice, oddíl 3.3.3, například ve vztahu k rozhodnutí italského antimonopolního úřadu (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento n. 23193 ze dne 27. prosince 2011.

16 Mimo jiné má Komise v úmyslu dále rozvíjet své Pokyny pro zavádějící environmentální tvrzení, a to na základě výsledků konkrétních studií, které mají být provedeny v průběhu roku 2013, a probíhající práce na akčním plánu pro udržitelnou spotřebu a výrobu.

17 Viz https://webgate.ec.europa.eu/ucp/. Tato databáze je založena na rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES ze dne 18. prosince 2006, kterým se zavádí akční program Společenství v oblasti spotřebitelské politiky (2007–2013).

3.3. Posílit spolupráci při prosazování práva a správní spolupráci mezi členskými státy

S ohledem na zpětnou vazbu od členských států a zúčastněných stran, jakož i na údaje, které jsou k dispozici, Komise určila klíčová odvětví, v nichž byly nalezeny případy poškození a promarněných příležitostí pro spotřebitele a kde je růstový potenciál jednotného trhu největší.

V těchto oblastech Komise zahájí konkrétní iniciativy zaměřené na posílení prosazování práva v souladu s cíli stanovenými v Evropském programu pro spotřebitele.

Komise přijme tato opatření:

- *zavede pravidelné tematické **workshopy** mezi vnitrostátními donucovacími orgány a bude organizovat **školení** pro donucovací a soudní orgány*
- *zvýší účinnost sítě pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele a bude nadále podporovat koordinované **kroky při prosazování práva** („**sweeps**“)*
- *bude nápomocna členským státům při zajišťování **účinného uplatňování směrnice** prostřednictvím dalšího rozvoje **Pokynů** a sdílení osvědčených postupů s členskými státy*
- *ve spolupráci s členskými státy vyvine **ukazatele prosazování práva**, které budou specifické pro uplatňování směrnice o nekalých obchodních praktikách a které odhalí nedostatky a selhání, jež si vyžadují další šetření a/nebo nápravná opatření.*

Tato opatření se zaměří na tyto klíčové odvětví a oblasti:

- *Cestovní ruch a doprava*
- *Digitální/on-line trhy*
- *Environmentální tvrzení*
- *Finanční služby*
- *Nemovitý majetek*

*Ve všech těchto odvětvích bude věnována zvláštní pozornost praktikám, které se zaměřují na **zranitelné spotřebitele**, zejména starší a nezletilé osoby.*

3.4. Sledovat vývoj na trhu a provádět osvětu

Komise bude pozorně sledovat vývoj trhu s cílem zajistit, aby regulační rámec i nadále poskytoval vysokou úroveň ochrany spotřebitelů při jejich domácích i přeshraničních nákupech.

Zvláštní pozornost bude věnována vhodnosti právního rámce, pokud jde o jeho schopnost držet krok s rychlým vývojem marketingu a technik prodeje, výrobků a služeb v on-line světě.

Vedle posíleného prosazování jsou důležité osvětové iniciativy, aby byli spotřebitelé schopni řádně uplatňovat svá práva. V roce 2013, jako součást Evropského roku občanů, bude zahájena *v celé EU osvětová kampaň* o právech spotřebitele, včetně směrnice o nekalých obchodních praktikách, a to v úzké spolupráci se všemi zúčastněnými stranami, včetně podniků a sdružení spotřebitelů.

4. ZÁVĚRY

Směrnice o nekalých obchodních praktikách se ukázala jako cenný nástroj pro zvýšení blahobytu spotřebitelů. Zjednodušila právní prostředí a pomohla odstranit překážky přeshraničního obchodu. Ze zkušeností vyplynulo, že tento horizontální právní předpis,

založený na zásadách, je užitečný a pružný. Zjednodušené právní prostředí usnadňuje podnikům, aby se zapojily do přeshraničních činností, přičemž umožňuje spotřebitelům a podnikům, aby ve větší míře využívali skrytý potenciál vnitřního trhu.

Komise se domnívá, že by nebylo vhodné v této fázi směrnici měnit, a to mimo jiné proto, že zkušenosti s jejím prosazováním jsou v členských státech stále ještě časově omezeny pro tak rozsáhlý soubor právních předpisů. Komise nyní soustředí svou pozornost na soudržnost provádění této směrnice a podnikne konkrétní kroky k zajištění lepšího prosazování práva v oblastech, které mají klíčový význam pro důvěru spotřebitelů a růst.