

„საქართველოს საკანონმდებლო მაცნეს“ ვებგვერდზე განთავსებულ ევროკავშირის კანონმდებლობის აქტების ქართულენოვან ვერსიებს არ გააჩნია ოფიციალური იურიდიული ძალა

შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC, რომლითაც შესწორებები შედის საბჭოს დირექტივაში 84/450/EEC, ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივებში 97/7/EC, 98/27/EC და 2002/65/EC და ევროპარლამენტისა და საბჭოს რეგულაციაში (EC) No 2006/2004

(„დირექტივა არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ“)

(ტექსტი ვრცელდება ევროპის ეკონომიკურ სივრცეზე)

ევროპარლამენტმა და ევროკავშირის საბჭომ,

ითვალისწინებენ რა ევროგაერთიანების დამფუძნებელი ხელშეკრულების, კერძოდ კი, ამ ხელშეკრულების 95-ე მუხლს,

ითვალისწინებენ რა კომისიის წინადადებას,

ითვალისწინებენ რა ევროპის ეკონომიკურ და სოციალურ საკითხთა კომიტეტის მოსაზრებას<sup>1</sup>,

მოქმედებენ რა ხელშეკრულების 251-ე მუხლით დადგენილი პროცედურის შესაბამისად<sup>2</sup>,

ვინაიდან:

1. ხელშეკრულების 153-ე მუხლის 1-ლი პუნქტი და მე-3 პუნქტის (ა) ქვეპუნქტი ითვალისწინებს, რომ გაერთიანებამ ხელი უნდა შეუწყოს მომხმარებლის მაღალ დონეზე დაცვის უზრუნველყოფას, რისთვისაც მან უნდა მიიღოს აღნიშნული ხელშეკრულების 95-ე მუხლით განსაზღვრული ზომები.
2. ხელშეკრულების მე-14 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად შიდა ბაზარი მოიცავს შიდა საზღვრების არმქონე ზონას, სადაც უზრუნველყოფილია საქონლისა და მომსახურების თავისუფალი გადაადგილება და ცხოვრებისა და ეკონომიკური საქმიანობის თავისუფლება. სამართლიანი კომერციული პრაქტიკის განვითარება შიდა საზღვრების არმქონე ზონაში მეტად მნიშვნელოვანია ტრანსსასაზღვრო საქმიანობის განვითარებისთვის.
3. წვერი სახელმწიფოების კანონებში, რომლებიც დაკავშირებულია არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან, შეინიშნება განსხვავებები, რომელთაც შეუძლია, მნიშვნელოვნად შეაფერხონ კონკურენცია და შიდა ბაზრის გამართული ფუნქციონირება. რეკლამის სფეროში შეცდომაში შემყვანი და შედარებითი რეკლამის შესახებ საბჭოს 1984 წლის 10 სექტემბრის დირექტივა 84/450/EEC<sup>3</sup> ადგენს მინიმალურ კრიტერიუმებს შეცდომაში შემყვან რეკლამასთან დაკავშირებული კანონმდებლობის ჰარმონიზებისთვის, თუმცა ხელს არ უშლის წევრ სახელმწიფოებს, ძალაში დატოვონ ან მიიღონ ზომები მომხმარებელთა გაძლიერებული დაცვის უზრუნველსაყოფად. შესაბამისად, წვერი სახელმწიფოების დებულებები შეცდომაში შემყვანი რეკლამის შესახებ მნიშვნელოვნად განსხვავდება ერთმანეთისგან.
4. აღნიშნული განსხვავებები წარმოქმნის გაურკვევლობას, თუ რომელი ეროვნული წესები გამოიყენება ისეთ არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან მიმართებით, რომელიც აზარალებს მომხმარებლის ეკონომიკურ ინტერესებს, ქმნის ბევრ დაბრკოლებას, რომელიც უარყოფითად აისახება ბიზნესსა და მომხმარებელზე. ეს დაბრკოლებები ბიზნესს უზრდის შიდა ბაზრის თავისუფლებებით სარგებლობის ხარჯებს, განსაკუთრებით, როდესაც ბიზნესებს სურთ, განახორციელონ ტრანსსასაზღვრო მარკეტინგი, სარეკლამო კამპანიები და რეალიზაციის სტიმულირება. ასევე, ამგვარი დაბრკოლებების გამო მომხმარებლები ვეღარ არკვევენ, რისი უფლება აქვთ და შიდა ბაზრისადმი ნდობას კარგავენ.
5. გაერთიანების დონეზე ერთიანი წესების არარსებობის პირობებში, საზღვრებზე მომსახურებებისა და საქონლის თავისუფალი გადაადგილებისას წარმოშობილი ან ცხოვრებისა და ეკონომიკური საქმიანობის თავისუფლების წინაშე არსებული დაბრკოლებების გამართლება შეიძლება ევროგაერთიანებების მართლმსაჯულების სასამართლოს პრეცედენტული სამართლიდან გამომდინარე, იმდენად, რამდენადაც ისინი მიზნად ისახავს აღიარებული საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვას და ამ ამოცანების თანაზომიერია. ამგვარი დაბრკოლებები უნდა აღმოფხვრას ხელშეკრულების დებულებებსა და გადაადგილების თავისუფლების შესახებ გაერთიანების მეორად კანონმდებლობაში განსაზღვრული გაერთიანების ამოცანების გათვალისწინებით და კომერციული კომუნიკაციების შესახებ კომისიის პოლიტიკის შესაბამისად, რომელიც განსაზღვრულია კომისიის კომუნიკაციაში სათაურით „შიდა ბაზარზე არსებულ კომერციულ კომუნიკაციებთან დაკავშირებული მწვანე წიგნის შემდგომი ღონისძიებები“. აღნიშნული დაბრკოლებების აღმოფხვრა შესაძლებელია მხოლოდ გაერთიანების დონეზე საერთო წესების დადგენით, რომლებიც უზრუნველყოფს მომხმარებლის დაცვას მაღალ დონეზე და გაერთიანების დონეზე გარკვეული სამართლებრივი ცნებების განმარტებით, რამდენადაც ეს საჭიროა შიდა ბაზრის სათანადო ფუნქციონირებისა და სამართლებრივი სიცხადის მოთხოვნების დაკმაყოფილებისთვის.
6. აქედან გამომდინარე, ეს დირექტივა აახლოებს წვერი სახელმწიფოების კანონებს არაკეთილსინდისიერი

კომერციული პრაქტიკის შესახებ, მათ შორის, არაკეთილსინდისიერი რეკლამის შესახებ, რაც პირდაპირ ლახავს მომხმარებლის ეკონომიკურ ინტერესებს და, შესაბამისად, არაპირდაპირ ლახავს კანონიერი კონკურენტების ეკონომიკურ ინტერესებს. პროპორციულობის პრინციპის შესაბამისად, ეს დირექტივა მომხმარებელს იცავს არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის მნიშვნელოვანი შედეგებისგან, თუმცა აღიარებს, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში მომხმარებელზე გავლენა შეიძლება უმნიშვნელო იყოს. ის არ მოიცავს ისეთ არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებულ ეროვნულ კანონმდებლობას და არც გავლენას ახდენს მასზე, რომელიც მხოლოდ კონკურენტების ინტერესებს ვნებს ან რომელიც მოვაჭრეებს შორის გარიგებას ეხება; სუბსიდიარობის პრინციპის გათვალისწინებით, წევრი სახელმწიფოები კვლავ შეძლებენ ამგვარი პრაქტიკის რეგულირებას გაერთიანების კანონმდებლობის შესაბამისად, თუ ამ საშუალებას აირჩევენ. ეს დირექტივა არ მოიცავს დირექტივის 84/450/EEC დებულებებს ისეთი რეკლამის შესახებ, რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს ბიზნესი, მაგრამ არა მომხმარებელი და არც გავლენას ახდენს მათზე. ამასთან, ეს დირექტივა გავლენას არ ახდენს რეკლამირებისა და მარკეტინგის მიღებულ პრაქტიკაზე, როგორცაა პროდუქციის კანონიერი განთავსება, ბრენდის დიფერენცირება ან წახალისების შეთავაზება, რასაც შეუძლია, კანონიერად იქონიოს გავლენა მომხმარებლის მიერ პროდუქციის აღქმაზე და მათ ქცევაზე ისე, რომ მომხმარებელს არ დააკარგინოს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების უნარი.

7. ეს დირექტივა ეხება კომერციულ პრაქტიკას, რომელიც პირდაპირაა დაკავშირებული შესყიდვის შესახებ მომხმარებლის გადაწყვეტილებებთან. ის არ ეხება სხვა მიზნით წარმოებულ კომერციულ პრაქტიკას, მაგალითად, ინვესტორებისთვის განკუთვნილ კომერციულ კომუნიკაციას, კერძოდ, წლიურ ანგარიშებსა და კორპორატიულ სარეკლამო ლიტერატურას. ის არ ეხება წესიერების ფარგლებთან დაკავშირებულ სამართლებრივ მოთხოვნებს, რომლებიც წევრ სახელმწიფოებში მეტად განსხვავდება. კომერციული პრაქტიკა, მაგალითად, რეკლამირება ქუჩებში წევრი სახელმწიფოსთვის შესაძლოა სასურველი არ იყოს კულტურული მიზეზებიდან გამომდინარე. შესაბამისად, წევრ სახელმწიფოებს კვლავ უნდა შეეძლოთ საკუთარ ტერიტორიაზე კომერციული პრაქტიკის აკრძალვა, გაერთიანების კანონმდებლობის შესაბამისად, წესიერების ფარგლებიდან გამომდინარე, თუნდაც ამგვარი პრაქტიკა არ ზღუდავდეს მომხმარებლის არჩევნის თავისუფლებას. ამ დირექტივის, კერძოდ, მისი ზოგადი დებულებების გამოყენებისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული ცალკეული შემთხვევების კონტექსტი.
8. ეს დირექტივა პირდაპირ იცავს მომხმარებლის ეკონომიკურ ინტერესებს არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკისგან. შესაბამისად, ის არაპირდაპირ იცავს კანონიერ ბიზნესებსაც კონკურენტებისგან, რომლებიც არ თამაშობენ ამ დირექტივის წესების მიხედვით. ამდენად, ის უზრუნველყოფს კეთილსინდისიერ კონკურენტების მის მიერ რეგულირებულ სფეროებში. რასაკვირველია, არსებობს სხვა კომერციული პრაქტიკა, რომელიც არ აზარალებს მომხმარებელს, თუმცა შეუძლია დააზარალოს კონკურენტები და ბიზნეს-კლიენტები. კომისიამ ყურადღებით უნდა შეისწავლოს, რამდენად საჭიროა გაერთიანების ქმედება არაკეთილსინდისიერი კონკურენტების სფეროში, რომელიც არ რეგულირდება ამ დირექტივით და, საჭიროების შემთხვევაში, შეიმუშავოს საკანონმდებლო წინადადება, რათა დირექტივამ დაარეგულიროს არაკეთილსინდისიერი კონკურენტების ეს სხვა ასპექტებიც.
9. ეს დირექტივა არ ზღუდავს არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკით დაზარალებულ ფიზიკურ პირთა მიერ აღძრულ სარჩელებს. ის ასევე არ ეხება სახელშეკრულებო სამართლის, ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების, პროდუქციის სიჯანსაღისა და უსაფრთხოების ასპექტების, დაარსების პირობებისა და ავტორიზაციის რეჟიმების შესახებ გაერთიანებისა და ეროვნულ წესებს, იმ წესების ჩათვლით, რომლებიც, გაერთიანების კანონმდებლობის თანახმად, უკავშირდება აზარტული თამაშობების მოწყობასთან დაკავშირებულ საქმიანობას. ის ასევე არ ეხება გაერთიანების კონკურენტების წესებს და მათ განმახორციელებელ ეროვნულ დებულებებს. ამდენად, წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ საკუთარ ტერიტორიაზე, სადაც განთავსებულია მოვაჭრე, მომხმარებლების ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების დასაცავად, ძალაში დატოვოს ან შემოიღოს შეზღუდვები და აკრძალვები კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებით, მაგალითად, ალკოჰოლურ სასმელებზე, თამბაქოზე ან ფარმაცევტულ პროდუქციაზე. ფინანსური მომსახურება და უძრავი ქონება, მათი კომპლექსურობიდან და მათთვის დამახასიათებელი სერიოზული რისკებიდან გამომდინარე, საჭიროებს დეტალურ მოთხოვნებს, მათ შორის, მოვაჭრეებისთვის პოზიტიური ვალდებულებების დაკისრებას. აქედან გამომდინარე, ფინანსური მომსახურებისა და უძრავი ქონების სფეროში ეს დირექტივა არ ზღუდავს წევრი სახელმწიფოების უფლებას, მისი დებულებების გარდა გამოიყენონ სხვა საშუალებები მომხმარებელთა ეკონომიკური ინტერესების დასაცავად. მიზანშეწონილი არ არის, ის არეგულირებდეს ძვირფასი ლითონებისგან დამზადებული ნივთების სინჯის სერტიფიცირებასა და მითითებას.
10. საჭიროა, უზრუნველყოფილ იქნეს შესაბამისობა ამ დირექტივასა და გაერთიანების მოქმედ კანონმდებლობას შორის, განსაკუთრებით, როდესაც არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებული დეტალური დებულებები კონკრეტულ სექტორებს ეხება. აქედან გამომდინარე, ამ დირექტივით შესწორებები შედის დირექტივაში 84/450/EEC, დისტანციური ხელშეკრულებების დადებისას მომხმარებლის დაცვის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1997 წლის 20 მაისის დირექტივაში 97/7/EC<sup>4</sup>, მომხმარებელთა ინტერესების დასაცავად აკრძალვის ღონისძიებების შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1998 წლის 19 მაისის დირექტივაში 98/27/EC<sup>5</sup> და მომხმარებლის ფინანსური მომსახურების დისტანციური მარკეტინგის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 23 სექტემბრის დირექტივაში 2002/65/EC<sup>6</sup>. შესაბამისად, ეს დირექტივა გამოიყენება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გაერთიანების კანონმდებლობაში არ არის სპეციალური დებულებები არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის კონკრეტული ასპექტების დასარეგულირებლად, როგორებიცაა: საინფორმაციო მოთხოვნები და მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ხერხებთან დაკავშირებული წესები. ის უზრუნველყოფს მომხმარებლის დაცვას, როდესაც გაერთიანების დონეზე არ არსებობს სპეციალური

- დარგობრივი კანონმდებლობა და მოვაჭრეებს უკრძალავს პროდუქციაზე მცდარი წარმოდგენის შექმნას. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კომპლექსური პროდუქციის შემთხვევაში, რომლებიც მეტად სარისკოა მომხმარებლისთვის, მაგალითად, ზოგიერთი ფინანსური მომსახურების პროდუქტი. შესაბამისად, ეს დირექტივა ავსებს ევროგაერთიანების კანონმდებლობას, რომელიც მომხმარებლის ეკონომიკური ინტერესებისათვის საზიანო კომერციულ პრაქტიკაზე ვრცელდება.
11. ამ დირექტივის მეშვეობით ეროვნული დებულებების დაახლოების შედეგად მიღწეული მაღალი დონის შერწყმა მომხმარებელთა დაცვის საერთო მაღალ დონეს უზრუნველყოფს. ეს დირექტივა აწესებს მომხმარებელთა ეკონომიკური ქცევის შემცველი არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის ერთიან ზოგად აკრძალვას. ის ასევე განსაზღვრავს წესებს აგრესიული კომერციული პრაქტიკისთვის, რომელიც ამჟამად არ რეგულირდება გაერთიანების დონეზე.
  12. ჰარმონიზაცია მნიშვნელოვნად გაზრდის სამართლებრივ სიცხადეს როგორც მომხმარებლისთვის, ისე ბიზნესისთვის. როგორც მომხმარებელი, ისე ბიზნესი შეძლებს, დაეყრდნოს ერთიან მარეგულირებელ ჩარჩოს, რომელიც ეფუძვნება კარგად განსაზღვრულ სამართლებრივ ცნებებს და არეგულირებს არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის ყველა ასპექტს ევროკავშირის ფარგლებში. შედეგად, ის აღმოფხვრის დაბრკოლებებს, რომლებიც წარმოიშობა მომხმარებელთა ინტერესებისთვის საზიანო არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებული წესების დანაწევრების გამო და შესაძლებელს გახდის შიდა ბაზრის ფუნქციონირების მიღწევას ამ სფეროში.
  13. შიდა ბაზარზე არსებული დაბრკოლებების აღმოფხვრით გაერთიანების მიზნების მისაღწევად საჭიროა, შეიცვალოს წევრ სახელმწიფოებში არსებული, განსხვავებული ზოგადი დებულებები და სამართლებრივი პრინციპები. ამიტომ, ერთიანი, საერთო ზოგადი აკრძალვა, რომელსაც ეს დირექტივა აწესებს, ეხება არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკას, რომელიც ცვლის მომხმარებელთა ეკონომიკურ ქცევას. მომხმარებლის ნდობის გასამყარებლად, ზოგადი აკრძალვა თანაბრად უნდა გავრცელდეს ნებისმიერ არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკაზე, რომელიც არსებობს მოვაჭრესა და მომხმარებელს შორის როგორც სახელშეკრულებო ურთიერთობამდე, ისე ხელშეკრულების დადების შემდეგ და მისი შესრულების პერიოდში. ზოგადი აკრძალვა შემუშავდა ყველაზე გავრცელებული ორი ტიპის კომერციულ პრაქტიკასთან, კერძოდ, შეცდომაში შემყვან კომერციულ პრაქტიკასა და აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებული წესების მიხედვით.
  14. სასურველია, რომ შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა გულისხმობდეს შეცდომაში შემყვან რეკლამასაც, რომელსაც შეცდომაში შეჰყავს მომხმარებელი და ხელს უშლის მას ინფორმირებული და, შესაბამისად, ეფექტური არჩევნის გაკეთებაში. შეცდომაში შემყვანი რეკლამის შესახებ წევრი სახელმწიფოების კანონებისა და პრაქტიკის შესაბამისად, ეს დირექტივა ახდენს შეცდომაში შემყვანი პრაქტიკის კლასიფიკაციას შეცდომაში შემყვან მოქმედებად და შეცდომაში შემყვან უმოქმედობად. რაც შეეხება უმოქმედობას, ეს დირექტივა განსაზღვრავს ძირითადი ინფორმაციის ზღვრულ ოდენობას, რომელიც მომხმარებელს სჭირდება შესყიდვისას ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად. არ არის აუცილებელი, ამგვარ ინფორმაციას ყველა რეკლამა შეიცავდეს. მას მხოლოდ ის რეკლამები უნდა შეიცავდეს, რომლებიც მოვაჭრე მომხმარებელს შესყიდვის განხორციელებას სთავაზობს. ეს კონცეფცია მკაფიოდ ჩანს ამ დირექტივაში. ამ დირექტივით მიღებული სრული ჰარმონიზაციის მიდგომა წევრ სახელმწიფოებს ხელს არ უშლის, ეროვნულ კანონმდებლობაში განსაზღვრონ კონკრეტული პროდუქციის, მაგალითად, საკოლექციო ნივთების ან ელექტროტექნიკური საქონლის მთავარი მახასიათებლები, რომელთა მიუთითებლობა მნიშვნელოვან გავლენას მოახდენდა შესყიდვის განხორციელების შეთავაზებისას. ამ დირექტივის მიზანი არ არის, შეამციროს მომხმარებლების არჩევანი სხვა პროდუქციის მსგავსი პროდუქციის რეკლამირების აკრძალვის ხარჯზე, თუ ეს მსგავსება მომხმარებლის დაბნეულობას არ იწვევს პროდუქტის კომერციულ წარმომავლობასთან დაკავშირებით და, ამდენად, შეცდომაში შემყვანი არ არის. ეს დირექტივა არ უნდა ეწინააღმდეგებოდეს გაერთიანების მოქმედ კანონმდებლობას, რომელიც ცალსახად უწყობს ხელს წევრ სახელმწიფოებს, არჩევანი გააკეთონ რამდენიმე მარეგულირებელ ვარიანტს შორის კომერციული პრაქტიკის სფეროში მომხმარებელთა დასაცავად. კერძოდ კი, ეს დირექტივა არ უნდა ეწინააღმდეგებოდეს ელექტრონული კომუნიკაციების სექტორში პერსონალური მონაცემების დამუშავებისა და პირადი ცხოვრების საიდუმლოების დაცვის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 12 ივლისის დირექტივის 2002/58/EC მე-13(3) მუხლს<sup>7</sup>.
  15. იმ შემთხვევაში, თუ გაერთიანების კანონმდებლობაში განსაზღვრულია საინფორმაციო მოთხოვნები კომერციულ კომუნიკაციასთან, რეკლამირებასა და მარკეტინგთან დაკავშირებით, ამ დირექტივის თანახმად ეს ინფორმაცია მიიჩნევა მნიშვნელოვან ინფორმაციად. წევრ სახელმწიფოებს შეეძლებათ, ძალაში დატოვონ ან დაამატონ საინფორმაციო მოთხოვნები სახელშეკრულებო სამართალთან და სახელშეკრულებო სამართლით გამოწვეულ შედეგებთან დაკავშირებით, თუ ეს ნებადართულია გაერთიანების მოქმედი კანონმდებლობის ინსტრუმენტების მინიმალური დებულებებით. ამგვარი საინფორმაციო მოთხოვნების არასრული ჩამონათვალი შესულია კანონმდებლობის II დანართში. ამ დირექტივის მიხედვით შემოღებული სრული ჰარმონიზაციიდან გამომდინარე, მე-7(5) მუხლის მიზნებისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციად მიიჩნევა მხოლოდ გაერთიანების კანონმდებლობაში მოთხოვნილი ინფორმაცია. იმ შემთხვევაში, თუ წევრი სახელმწიფოები, მინიმალური დებულებების საფუძველზე, შემოიღებენ საინფორმაციო მოთხოვნებს, რომლებიც არ არის განსაზღვრული გაერთიანების კანონმდებლობაში, ამ დირექტივის თანახმად დამატებითი ინფორმაციის მიუთითებლობა არ მიიჩნევა შეცდომაში შემყვან უმოქმედობად. პირიქით, წევრ სახელმწიფოებს შეეძლება, გაერთიანების კანონმდებლობის მინიმალური დებულებებით დაშვების შემთხვევაში, ძალაში დატოვონ ან შემოიღონ უფრო მკაცრი დებულებები გაერთიანების კანონმდებლობის შესაბამისად, რათა უზრუნველყონ მომხმარებლების ინდივიდუალური სახელშეკრულებო უფლებების უფრო მაღალ დონეზე დაცვა.

16. აგრესიულ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებული დებულებები უნდა გავრცელდეს ისეთ პრაქტიკაზეც, რომელიც მნიშვნელოვნად ზღუდავს მომხმარებლის არჩევნის თავისუფლებას. ამგვარია პრაქტიკა, რომელიც იყენებს შევიწროებას, იძულებას, ფიზიკური ძალის გამოყენების ჩათვლით, და არასათანადო ზემოქმედებას.
17. მეტი სამართლებრივი სიცხადის უზრუნველყოფის მიზნით, სასურველია, გამოვლინდეს ყველა გარემოებაში არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა. ამ მიზნით I დანართში შესულია ყველა ამგვარი პრაქტიკის სრული ჩამონათვალი. მხოლოდ ეს კომერციული პრაქტიკა შეიძლება იქნეს მიჩნეული არაკეთილსინდისიერად ინდივიდუალური შეფასების გარეშე მე-5-მე-9 მუხლების დებულებების მიხედვით. აღნიშნული ჩამონათვლის შეცვლა დასაშვებია მხოლოდ დირექტივის გადახედვის შემთხვევაში.
18. მიზანშეწონილია, არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისგან დაცული იყოს ყველა მომხმარებელი; თუმცა, დირექტივის 84/450/EEC ამოქმედების შემდეგ რეკლამის საქმეებზე გადაწყვეტილების გამოტანისას, მართლმსაჯულების სასამართლომ საჭიროდ მიიჩნია, შეემოწმებინა გავლენა პირობით, ტიპიურ მომხმარებელზე. პროპორციულობის პრინციპის შესაბამისად და მასში გათვალისწინებული დაცვის საშუალებების ეფექტური გამოყენების ხელშესაწყობად, ეს დირექტივა, ითვალისწინებს რა სოციალურ, კულტურულ და ენობრივ ფაქტორებს, ათვლის წერტილად იყენებს საშუალო მომხმარებელს, რომელიც, მართლმსაჯულების სასამართლოს განმარტებით, საკმარისადაა ინფორმირებული, დაკვირვებული და ფრთხილი, თუმცა ის შეიცავს ისეთ დებულებებსაც, რომლებიც მიზნად ისახავს, ხელი შეუშალოს ისეთი მომხმარებლების ექსპლუატაციას, რომლებიც, მათი თვისებებიდან გამომდინარე, განსაკუთრებით დაუცველნი არიან არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისგან. იმ შემთხვევაში, თუ კომერციული პრაქტიკა მომხმარებელთა რომელიმე კონკრეტულ ჯგუფზეა გათვლილი, მაგალითად, ბავშვებზე, სასურველია, კომერციული პრაქტიკის გავლენა შეფასდეს ამ ჯგუფის საშუალო წარმომადგენლის ინტერესებიდან გამომდინარე. აქედან გამომდინარე, მიზანშეწონილია, ყველა გარემოებაში არაკეთილსინდისიერი პრაქტიკის ჩამონათვლისთვის შემუშავდეს დებულება, რომელიც ბავშვებს დაიცავს შესყიდვის განხორციელების პირდაპირი მოწოდებისგან, მაგრამ სრულად არ აკრძალავს ბავშვებისადმი მიმართულ რეკლამას. საშუალო მომხმარებლის ტესტი არ არის სტატისტიკური ტესტი. ეროვნულმა სასამართლოებმა და ხელისუფლებამ უნდა გამოიყენონ გადაწყვეტილების მიღების საკუთარი უფლებამოსილება, მართლმსაჯულების სასამართლოს პრეცედენტული სამართლის გათვალისწინებით, რათა დაადგინონ მოცემულ შემთხვევაში საშუალო მომხმარებლის ტიპური რეაქცია.
19. იმ შემთხვევაში, თუ გარკვეული მახასიათებლების გამო, როგორებიცაა ასაკი, ფიზიკური ან გონებრივი ნაკლი ან გულუბრყვილობა, მომხმარებლები განსაკუთრებით ადვილად იხიბლებიან კომერციული პრაქტიკით ან ძირითადი პროდუქტით და მხოლოდ ამგვარი მომხმარებლების ეკონომიკურ ქცევაზე პრაქტიკა, სავარაუდოდ, მოახდენს გავლენას, რაც შესაძლოა, წინასწარაც ჰქონდეს გათვლილი მოვაჭრეს, მიზანშეწონილია მათი სათანადო დაცვა, რისთვისაც პრაქტიკა უნდა შეფასდეს აღნიშნული ჯგუფის საშუალო წარმომადგენლის ინტერესების გათვალისწინებით.
20. მიზანშეწონილია, განისაზღვროს ქცევის კოდექსის მნიშვნელობა, რაც მოვაჭრეებს შესაძლებლობას მისცემს, ეფექტურად გამოიყენონ ამ დირექტივის პრინციპები კონკრეტულ ეკონომიკურ სფეროებში. სექტორებში, სადაც მოვაჭრეთა ქცევა სპეციალური სავალდებულო მოთხოვნებით რეგულირდება, მიზანშეწონილია, რომ ისინი ასევე ითვალისწინებდნენ ამ სექტორში პროფესიულ გულმოდგინებასთან დაკავშირებულ მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცებულებას. კოდექსის ავტორის მიერ ეროვნულ ან გაერთიანების დონეზე განხორციელებული კონტროლის წყალობით, რაც არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის აღმოფხვრას ისახავს მიზნად, შესაძლოა, საჭირო აღარ იყოს ადმინისტრაციული ან სასამართლო ქმედება და, შესაბამისად, ამგვარ კონტროლს ხელი უნდა შეეწყოს. მომხმარებელთა მაღალ დონეზე დასაცვად, ქცევის კოდექსის შემუშავების ეტაპზე შესაძლებელია მომხმარებელთა ორგანიზაციების ინფორმირება და მათი ამ პროცესში ჩართვა.
21. ეროვნულ კანონმდებლობაში გათვალისწინებულ პირებს ან ორგანიზაციებს, რომელთაც ამ საკითხში კანონიერი ინტერესები აქვთ, უნდა ჰქონდეთ სამართლებრივი საშუალებები, აღძრან საქმე არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის წინააღმდეგ სასამართლოში ან ადმინისტრაციულ ორგანოში, რომელიც უფლებამოსილია, მიიღოს გადაწყვეტილებები საჩივრებზე ან დაიწყოს შესაბამისი სამართალწარმოება. იმდენად, რამდენადაც მტკიცების ტვირთს ეროვნული კანონმდებლობა განსაზღვრავს, მიზანშეწონილია, სასამართლოებსა და ადმინისტრაციულ ორგანოებს ჰქონდეთ უფლება, მოვაჭრეებისგან მოითხოვონ მტკიცებულებების წარდგენა მათ მიერ აღძრული, ფაქტებზე დაფუძნებული სასარჩელო მოთხოვნის სიზუსტესთან დაკავშირებით.
22. საჭიროა, წევრმა სახელმწიფოებმა განსაზღვრონ ჯარიმები ამ დირექტივის დებულებების დარღვევის შემთხვევაში და უნდა უზრუნველყონ მათი აღსრულება. აღნიშნული ჯარიმები უნდა იყოს ეფექტური, თანაზომიერი და გადამარწმუნებელი.
23. ვინაიდან ამ დირექტივის მიზნები, კერძოდ, არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ ეროვნულ კანონმდებლობაში წარმოდგენილი შიდა ბაზრის ფუნქციონირების ხელშემშლელი დაბრკოლებების აღმოფხვრა და არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ წევრი სახელმწიფოების კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების დაახლოების მეშვეობით მომხმარებელთა დაცვის საერთო მაღალი დონის უზრუნველყოფა საკმარისად ვერ მიიღწევა წევრი სახელმწიფოების მიერ და, აქედან გამომდინარე, შესაძლოა, უკეთ იქნეს მიღწეული გაერთიანების დონეზე, გაერთიანებას შეუძლია მიიღოს ზომები ხელშეკრულების მე-5 მუხლში განსაზღვრული სუბსიდიარობის პრინციპის შესაბამისად. პროპორციულობის პრინციპის მიხედვით, რომელიც განსაზღვრულია აღნიშნულ მუხლში, ეს დირექტივა არ მოითხოვს იმაზე მეტს, რაც შიდა ბაზრის ხელშემშლელი დაბრკოლებების აღმოსაფხვრელად და მომხმარებელთა დაცვის საერთო მაღალი დონის მისაღწევად საჭირო.

24. იმისათვის, რომ დავრწმუნდეთ, რომ შიდა ბაზრის ხელშეშლელი დაბრკოლებები აღმოფხვრილია და მოხმარებელთა დაცვის მაღალი დონე მიღწეულია, მიზანშეწონილია ამ დირექტივის გადასინჯვა. გადასინჯვისას შესაძლოა, კომისიამ შემოიტანოს წინადადება ამ დირექტივის შესწორების შესახებ. შესწორება შეიძლება გულისხმობდეს მე-3 მუხლის მე-5 პუნქტში გათვალისწინებული გამოწვევის განვრცობას ან/და მომხმარებელთა დაცვასთან დაკავშირებულ სხვა კანონმდებლობაში შესწორებების შეტანას, სადაც ასახულია მომხმარებელთა პოლიტიკის კომისიის სტრატეგიაში გათვალისწინებული ვალდებულება, რომელიც ითვალისწინებს კომისიის მიერ მოქმედი კანონმდებლობის გადასინჯვას მომხმარებელთა დაცვის საერთო მაღალი დონის მიღწევის მიზნით.

25. ეს დირექტივა პატივს სცემს ძირითად უფლებებს, კერძოდ კი, ითვალისწინებს „ევროკავშირის ძირითად უფლებათა ქარტიით“ აღიარებულ პრინციპებს.

მიიღო წინამდებარე დირექტივა:

## თავი 1

### ზოგადი დებულებები

#### მუხლი 1

#### მიზანი

ამ დირექტივის მიზანია, ხელი შეუწყოს შიდა ბაზრის გამართულ ფუნქციონირებას და მომხმარებლების დაცვას მაღალ დონეზე მომხმარებელთა ეკონომიკური ინტერესებისთვის საზიანო არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შესახებ წევრი სახელმწიფოების კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების დაახლოების გზით.

#### მუხლი 2

### განმარტებები

ამ დირექტივის მიზნებისთვის:

- „მომხმარებელი“ არის ფიზიკური პირი, რომლის ქმედება ამ დირექტივაში გათვალისწინებულ კომერციულ პრაქტიკაში ემსახურება მიზნებს, რომლებიც არ არის კავშირში მის კომერციულ საქმიანობასთან, ბიზნესთან, ხელობასთან ან პროფესიასთან;
- „მოვაჭრე“ არის ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც ამ დირექტივაში გათვალისწინებულ კომერციულ პრაქტიკაში მოქმედებს ისეთი მიზნებისთვის, რომლებიც დაკავშირებულია მის კომერციულ საქმიანობასთან, ბიზნესთან, ხელობასთან ან პროფესიასთან და ნებისმიერი პირი, რომელიც მოქმედებს მოვაჭრის სახელით ან დავალებით;
- „პროდუქტი“ ნიშნავს საქონელს ან მომსახურებას, უძრავი ქონების, უფლებებისა და ვალდებულებების ჩათვლით;
- „არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკა“ (შემდგომში მოხსენიებული როგორც "კომერციული პრაქტიკა") ნიშნავს მოვაჭრის ქმედებას, უმოქმედობას, განგრძობად ქცევას ან წარმომადგენლობას, კომერციულ კომუნიკაციას, რეკლამისა და მარკეტინგის ჩათვლით, რომელიც პირდაპირაა დაკავშირებული პროდუქტის რეკლამირებასთან, გაყიდვასთან ან მომხმარებლებისთვის მიწოდებასთან;
- „მომხმარებლების ეკონომიკური ქცევის მნიშვნელოვნად შეცვლა“ ნიშნავს კომერციული პრაქტიკის გამოყენებით მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების უნარის საგრძნობლად შესუსტებას და, შესაბამისად, შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა;
- „ქცევის კოდექსი“ არის ხელშეკრულება ან წესების კრებული, რომელიც არ არის დაწესებული წევრი სახელმწიფოს კანონით, რეგულაციით ან ადმინისტრაციული დებულებით და რომელიც განსაზღვრავს მოვაჭრეთა ქცევას, რომელნიც იღებენ ვალდებულებას, დაიცვან კოდექსი ერთ ან ერთზე მეტ ცალკეულ კომერციულ პრაქტიკას თუ ბიზნეს სექტორთან მიმართებით;
- „კოდექსის ავტორი“ არის ნებისმიერი სუბიექტი, მოვაჭრის ან მოვაჭრეთა ჯგუფის ჩათვლით, რომელიც პასუხისმგებელია ქცევის კოდექსის შექმნასა და გადახედვაზე ან/და რომელსაც აკისრია პასუხისმგებლობა, გააკონტროლოს იმ პირთა მიერ ქცევის კოდექსის დაცვა, რომელთაც აღებული აქვთ მისი შესრულების ვალდებულება.
- „პროფესიული გულმოდგინება“ ნიშნავს სპეციალური უნარისა და გულმოდგინების სტანდარტს, რომლის დაცვაც გონივრულად მოსალოდნელია მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებლის მიმართ და რომელიც კეთილსინდისიერი საბაზრო პრაქტიკის ან/და მოვაჭრის საქმიანობის სფეროში კეთილსინდისიერების ზოგადი პრინციპის თანაზომიერია;
- „შესყიდვის განხორციელების შეთავაზება“ ნიშნავს კომერციულ კომუნიკაციას, რომლის დროსაც მიეთითება პროდუქტის მახასიათებლები და ფასი გამოყენებული კომერციული კომუნიკაციის შესაბამისი საშუალებებით და ამით მომხმარებელს შესაძლებლობა ეძლევა, განახორციელოს შესყიდვა;
- „არასათანადო ზემოქმედება“ ნიშნავს ძალაუფლების გამოყენებას მომხმარებელზე ზეწოლის მიზნით, თუნდაც ფიზიკური ძალის გამოყენების ან გამოყენების მუქარის გარეშე ისე, რომ მნიშვნელოვნად შეიზღუდოს მომხმარებლის უნარი, მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება;
- „შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება“ ნიშნავს მომხმარებლის მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებას იმასთან

დაკავშირებით, თუ როგორ და რა პირობებით განახორციელოს შესყიდვა, გადახდა განახორციელოს მთლიანად თუ ნაწილობრივ, დაიტოვოს თუ არა პროდუქტი ან გამოიყენოს თუ არა სახელშეკრულებო უფლება პროდუქტის მიმართ, იმოქმედოს თუ თავი შეიკავოს მოქმედებისგან;

1. „რეგულირებადი პროფესია“ ნიშნავს პროფესიულ საქმიანობას ან პროფესიული საქმიანობების ერთობლიობას, რომელთან წვდომა ან რომლის განხორციელება ან განხორციელების ფორმა, პირდაპირ ან არაპირდაპირ, დამოკიდებულია კონკრეტული პროფესიული კვალიფიკაციის ფლობაზე, კანონების, რეგულაციების ან ადმინისტრაციული დებულებების შესაბამისად.

### **მუხლი 3**

#### **მოქმედების სფერო**

1. ეს დირექტივა ვრცელდება მე-5 მუხლში განსაზღვრული არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციულ პრაქტიკაზე პროდუქტთან დაკავშირებული კომერციული გარიგების დადებამდე, დადებისას და შემდგომ.
2. ეს დირექტივა არ ეწინააღმდეგება სახელშეკრულებო სამართალს, კერძოდ კი, ხელშეკრულების მოქმედების ვადასთან, შედგენასა თუ შედეგებთან დაკავშირებულ წესებს.
3. ეს დირექტივა არ ეწინააღმდეგება გაერთიანების ან ეროვნულ წესებს, რომლებიც პროდუქციის სიჯანსაღისა და უსაფრთხოების ასპექტებთანაა დაკავშირებული.
4. იმ შემთხვევაში, თუ ამ დირექტივის დებულებები წინააღმდეგობაში მოდის გაერთიანების სხვა წესებთან, რომლებიც არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის კონკრეტულ ასპექტებს არეგულირებს, ეს უკანასკნელი მიიჩნევა უპირატესად და გამოიყენება ამ კონკრეტულ ასპექტებთან მიმართებაში.
5. 2007 წლის 12 ივნისიდან ექვსი წლის განმავლობაში წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ გააგრძელონ ეროვნული დებულებების გამოყენება ამ დირექტივით დაახლოებულ სფეროში, რომლებიც ამ დირექტივის დებულებებზე უფრო მკაცრი ან ნორმატიულია და რომლებითაც ხორციელდება მინიმალური ჰარმონიზაციის დებულებების შემცველი დირექტივები. აღნიშნული ზომები აუცილებელია, რათა უზრუნველყოფილ იქნეს მომხმარებელთა სათანადო დაცვა არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკისგან. აღნიშნული ზომები ამ მიზნის თანაზომიერი უნდა იყოს. მე-18 მუხლში მითითებული გადასინჯვა, თუ საჭირო იქნება, შეიძლება მოიცავდეს წინადადებას ამ გამონაკლისის კიდევ გარკვეული პერიოდით გაგრძელებასთან დაკავშირებით.
6. წევრი სახელმწიფოები დაუყოვნებლად ატყობინებენ კომისიას მე-5 პუნქტის საფუძველზე გამოყენებული ეროვნული დებულების შესახებ.
7. ეს დირექტივა არ ეწინააღმდეგება სასამართლოების იურისდიქციის განმსაზღვრელ წესებს.
8. ეს დირექტივა არ ზღუდავს დაარსების ან ავტორიზაციის რეჟიმების პირობებს, არ ეწინააღმდეგება დეონტოლოგიური ქცევის კოდექსს ან რეგულირებადი პროფესიების მარეგულირებელ სხვა სპეციალურ წესებს, რათა სპეციალისტის მხრიდან დაცული იყოს კეთილსინდისიერების მაღალი სტანდარტები, რომლებიც წევრ სახელმწიფოს შეუძლია, დაუწესოს სპეციალისტებს გაერთიანების კანონმდებლობის შესაბამისად.
9. დირექტივაში 2002/65/EC განსაზღვრულ „ფინანსურ მომსახურებასთან“, აგრეთვე უძრავ ქონებასთან დაკავშირებით, წევრ სახელმწიფოებს შეუძლია დააწესონ ამ დირექტივის მოთხოვნებზე მკაცრი და ნორმატიული მოთხოვნები იმ სფეროში, რომლის დაახლოებასაც ის ემსახურება.
10. ეს დირექტივა არ ეხება წევრი სახელმწიფოების კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გამოყენებას, რომლებიც დაკავშირებულია მკირფასი ლითონებისგან დამზადებული ნივთების სინჯის სერტიფიცირებასა და მითითებასთან.

### **მუხლი 4**

#### **შიდა ბაზარი**

წევრმა სახელმწიფოებმა არ უნდა შეზღუდონ არც მომსახურების თავისუფალი მიწოდება და არც საქონლის თავისუფალი გადაადგილება ამ დირექტივით დაახლოებულ სფეროში არსებული მიზეზების გამო.

### **თავი 2**

#### **არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა**

### **მუხლი 5**

#### **არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის აკრძალვა**

1. არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა უნდა აიკრძალოს.

2. კომერციული პრაქტიკა არაკეთილსინდისიერია, თუ ის:

- a. ეწინააღმდეგება პროფესიული გულმოდგინების მოთხოვნებს და
- b. მნიშვნელოვნად ცვლის ან, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვნად შეცვლის პროდუქტის მიმართ საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევას, ვისთანაც აღწევს პროდუქტი ან ვისთვისაც ის განკუთვნილია, ან ჯგუფის საშუალო წარმომადგენლის ეკონომიკურ ქცევას იმ შემთხვევაში, თუ კომერციული პრაქტიკა მომხმარებელთა კონკრეტული ჯგუფისკენაა მიმართული.

3. კომერციული პრაქტიკა, რომელიც, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვნად შეცვლის მხოლოდ მკვეთრად იდენტიფიცირებადი მომხმარებლების ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევას, რომლებიც განსაკუთრებით მგრძობიარენი არიან აღნიშნული პრაქტიკისადმი ან ძირითადი პროდუქტისადმი მათი გონებრივი ან ფიზიკური ნაკლის, ასაკის ან გულუბრყვილობის გამო, რისი წინასწარ განჭვრეტაც მოვაჭრის მხრიდან გონივრულად მოსალოდნელი იქნებოდა, უნდა შეფასდეს აღნიშნული ჯგუფის საშუალო წარმომადგენლის ინტერესების გათვალისწინებით. აღნიშნული არ ზღუდავს საერთო და კანონიერ სარეკლამო პრაქტიკას, როდესაც კეთდება გაზვიადებული განცხადებები ან განცხადებები, რომლებიც პირდაპირი მნიშვნელობით არ უნდა იქნეს გაგებული.

4. კომერციული პრაქტიკა განსაკუთრებით არაკეთილსინდისიერია, თუ:

- a. არის შეცდომაში შემყვანი, როგორც განსაზღვრულია მე-6 და მე-7 მუხლებში;
- b. არის აგრესიული, როგორც განსაზღვრულია მე-8 და მე-9 მუხლებში.

5. I დანართში მოცემულია ჩამონათვალი იმ კომერციული პრაქტიკისა, რომელიც ყველა გარემოებაში არაკეთილსინდისიერადაა მიჩნეული. ამ ერთიან ჩამონათვალს იყენებს ყველა წევრი სახელმწიფო და მისი შეცვლა შესაძლებელია მხოლოდ ამ დირექტივის გადახედვის შემთხვევაში.

## სექცია 1

### შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა

#### მუხლი 6

#### შეცდომაში შემყვანი ქმედებები

1. კომერციული პრაქტიკა მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანად, თუ ის შეიცავს მცდარ ინფორმაციას და, აქედან გამომდინარე, არ არის სანდო, ან ნებისმიერ შემთხვევაში, მათ შორის, მისი ზოგადი წარმოდგენა, ატყუებს ან, სავარაუდოდ, მოატყუებს საშუალო მომხმარებელს მაშინაც კი, თუ ერთი ან ერთზე მეტი შემდეგი ელემენტის შესახებ ინფორმაცია, ფაქტობრივად, სწორია და თუ ის ყველა შემთხვევაში იწვევს ან, სავარაუდოდ, გამოიწვევს მომხმარებლის მიერ შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა:

- a. პროდუქტის არსებობა ან მისი ბუნება;
- b. პროდუქტის მთავარი მახასიათებლები, როგორცაა: მისი ხელმისაწვდომობა, სარგებლობა, რისკები, შესრულება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვის შემდგომი სამომხმარებლო მომსახურება და საჩივრების მართვა, წარმოების ან უზრუნველყოფის მეთოდი და თარიღი, მიწოდება, დანიშნულებისთვის ვარგისობა, გამოყენება, რაოდენობა, ტექნიკური მონაცემები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა ან მისი მოხმარებისას მოსალოდნელი შედეგები, ან ტესტების ან პროდუქტისთვის ჩატარებული შემოწმებების შედეგები და მნიშვნელოვანი მახასიათებლები;
- c. მოვაჭრის ვალდებულებები, სავაჭრო პრაქტიკის მოტივები და გაყიდვების პროცესის ბუნება, პირდაპირ ან არაპირდაპირ სპონსორობასთან, ან მოვაჭრის ან პროდუქტის პირდაპირ ან არაპირდაპირ სპონსორობასა და დამტკიცებასთან დაკავშირებული ნებისმიერი განცხადება ან სიმბოლო;
- d. ფასი ან ფასის გამოანგარიშების მეთოდი, ან გარკვეული საფასო უპირატესობა;
- e. მომსახურების, ნაწილის, შეცვლის ან შეკეთების საჭიროება;
- f. მოვაჭრის ან მისი წარმომადგენლის ბუნება, ატრიბუტიკა და უფლებები, როგორცაა მისი ვინაობა და აქტივები, მისი კვალიფიკაციები, სტატუსი, დამტკიცება, წევრობა ან კავშირი და სამრეწველო, სავაჭრო ან ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ფლობა ან მისი ჯილდოები და განმასხვავებელი ნიშნები;
- g. სამომხმარებლო უფლებები, მათ შორის, პროდუქტის შეცვლის ან კომპენსაციის მიღების უფლება, რომელიც გათვალისწინებულია ფართო მოხმარების საქონლის გაყიდვისა და მასთან დაკავშირებული გარანტიების გარკვეული ასპექტების შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1999 წლის 25 მაისის დირექტივაში 1999/44/EC<sup>8</sup>, ან რისკები, რომლის წინაშეც შესაძლოა ის აღმოჩნდეს.

2. კომერციული პრაქტიკა, ასევე, მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანად, თუ მის ფაქტობრივ კონტექსტში, ყველა მისი მახასიათებლისა და გარემოების გათვალისწინებით, ის იწვევს ან, სავარაუდოდ, გამოიწვევს საშუალო მომხმარებლის მიერ შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა. ამგვარ პრაქტიკაში იგულისხმება:

- a. პროდუქტის ნებისმიერი გასაღება, შედარებითი რეკლამის ჩათვლით, რაც იწვევს დაბნეულობას კონკურენტის რომელიმე პროდუქტის, საფირმო ნიშნის, სავაჭრო დასახელების ან სხვა განმასხვავებელი ნიშნების მიმართ;

- b. მოვაჭრის მიერ ქცევის კოდექსით გათვალისწინებული ვალდებულებების შეუსრულებლობა, რომელთა შესრულებაც მოვაჭრემ იკისრა, თუ:
  - i. ვალდებულება არ არის იურიდიული ძალის მქონე, მაგრამ არის საფუძვლიანი და შესაძლებელია მისი შესრულება,
  - ii. კომერციულ პრაქტიკაში მოვაჭრე მიუთითებს, რომ აღებული აქვს პასუხისმგებლობა კოდექსის შესრულებაზე.

### **მუხლი 7**

#### **შეცდომაში შემყვანი უმოქმედობა**

1. კომერციული პრაქტიკა, ასევე, მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანად, თუ, მის ფაქტობრივ კონტექსტში, ყველა მისი მახასიათებლისა და გარემოების და საკომუნიკაციო საშუალებების შეზღუდვების გათვალისწინებით, ის არ შეიცავს მნიშვნელოვან ინფორმაციას, რომელიც საშუალო მომხმარებელს სჭირდება, კონტექსტიდან გამომდინარე, რათა შესყიდვის შესახებ მიიღოს ინფორმირებული გადაწყვეტილება და, შესაბამისად, ის იწვევს ან სავარაუდოდ, გამოიწვევს საშუალო მომხმარებლის მიერ შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა.
2. ის, ასევე, მიიჩნევა შეცდომაში შემყვან უმოქმედობად, თუ 1-ელ პუნქტში აღწერილი საკითხების გათვალისწინებით, მოვაჭრე მალავს ან გაურკვეველად, გაუგებრად, ბუნდოვნად ან შეუფერებელ დროს აწვდის აღნიშნულ პუნქტში მითითებულ მნიშვნელოვან ინფორმაციას ან არ ასახელებს კომერციული პრაქტიკის მიზანს, როდესაც ეს აშკარა არაა კონტექსტიდან და თუ ორივე შემთხვევაში ის იწვევს ან, სავარაუდოდ, გამოიწვევს საშუალო მომხმარებლის მიერ შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა.
3. იმ შემთხვევაში, თუ კომერციული პრაქტიკის შესახებ ინფორმაციის გადმოსაცემად გამოყენებული კომუნიკაციის საშუალება აწესებს დროის ან სივრცის შეზღუდვებს, ეს შეზღუდვები და ნებისმიერი ზომა, რომელსაც მოვაჭრე მიმართავს მომხმარებლისთვის სხვა საშუალებების გამოყენებით ინფორმაციის მისაწოდებლად, გასათვალისწინებელია ინფორმაციის არსებობის ან არარსებობის შეფასებისას.
4. შესყიდვის განხორციელების შეთავაზების შემთხვევაში მნიშვნელოვნად მიიჩნევა შემდეგი ინფორმაცია, თუ ის უკვე აშკარა არ არის კონტექსტიდან:
  - a. პროდუქტის მთავარი მახასიათებლები, კომუნიკაციის საშუალებისა და პროდუქტისთვის შესაფერისი მოცულობით;
  - b. მოვაჭრის გეოგრაფიული მისამართი და ვინაობა, როგორცაა მისი სავაჭრო დასახელება და, საჭიროების შემთხვევაში, იმ მოვაჭრის გეოგრაფიული მისამართი ან ვინაობა, რომლის სახელითაც ის მოქმედებს;
  - c. ფასი, გადასახადების ჩათვლით, ან თუ პროდუქტის ბუნება არ იძლევა ფასის წინასწარ გამოთვლის საშუალებას, ფასის გამოთვლის მეთოდი, აგრეთვე, საჭიროების შემთხვევაში, ტრანსპორტირებასთან, მიწოდებასთან ან საფოსტო მომსახურებასთან დაკავშირებული ყველა დამატებითი ხარჯი, ან თუ ამ ხარჯების გამოთვლა წინასწარ შეუძლებელია, მითითება, რომ დამატებითი ხარჯები შეიძლება დასაფარი გახდეს;
  - d. გადახდის, მიწოდებისა და შესრულების წესი და საჩივრების მართვის პოლიტიკა, თუ ისინი პროფესიული გულმოდგინების მოთხოვნებს გადაუხვევს;
  - e. ისეთი პროდუქტისა და გარიგებების შემთხვევაში, რომლებზეც ვრცელდება გარიგებიდან გასვლის ან გაუქმების უფლება, ამგვარი უფლების არსებობა.
5. გაერთიანების კანონმდებლობით დადგენილი საინფორმაციო მოთხოვნები კომერციულ კომუნიკაციასთან დაკავშირებით, რეკლამის ან მარკეტინგის ჩათვლით, რომელთა არასრული ჩამონათვალი მოცემულია II დანართში, მიიჩნევა მნიშვნელოვან მოთხოვნებად.

### **სექცია 2**

#### **აგრესიული კომერციული პრაქტიკა**

### **მუხლი 8**

#### **აგრესიული კომერციული პრაქტიკა**

კომერციული პრაქტიკა მიიჩნევა აგრესიულად, თუ მის ფაქტობრივ კონტექსტში, ყველა მისი მახასიათებლისა და გარემოების გათვალისწინებით, შევიწროებით, იძულებით, მათ შორის, ფიზიკური ძალის გამოყენებით, ან არასათანადო ზემოქმედებით, ის მნიშვნელოვნად ზღუდავს ან, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვნად შეზღუდავს საშუალო მომხმარებლის არჩევნის თავისუფლებას ან ქცევას პროდუქტთან მიმართებაში და, შესაბამისად, იწვევს ან, სავარაუდოდ, გამოიწვევს საშუალო მომხმარებლის მიერ შესყიდვის შესახებ ისეთი გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვა შემთხვევაში არ მიიღებდა.

### **მუხლი 9**

#### **შევიწროების, იძულებისა და არასათანადო ზემოქმედების გამოყენება**

იმის განსაზღვრისას, არის თუ არა კომერციულ პრაქტიკაში გამოყენებული შევიწროება, იძულება, ფიზიკური ძალის



გამოყენების ჩათვლით, ან არასათანადო ზემოქმედება, შემდეგი უნდა იქნეს მხედველობაში მიღებული:

- a. მისი გამოყენების დრო, ადგილი, ბუნება ან ხანგრძლივობა;
- b. მუქარის შემცველი ან შეურაცხმყოფელი ენის გამოყენება ან ქცევა;
- c. მოვაჭრის მიერ ნებისმიერი უბედური შემთხვევის ან ისეთი სიმძიმის გარემოების გამოყენება, რომელიც იმოქმედებს მომხმარებლის განსჯის უნარზე, რის შესახებაც ცნობილია მოვაჭრისთვის და რაც გავლენას მოახდენს პროდუქტთან დაკავშირებით მომხმარებლის გადაწყვეტილებაზე;
- d. დამამძიმებელი ან არათანაზომიერი დაბრკოლება, რომელიც არ არის გათვალისწინებული ხელშეკრულებით და რომელსაც მოვაჭრე აწესებს, როდესაც მომხმარებელს სურს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული უფლებების განხორციელება, მათ შორის, ხელშეკრულების შეწყვეტის უფლების გამოყენება ან სხვა პროდუქტით ან სხვა მოვაჭრით დაინტერესება;
- e. საფრთხე, რომელიც დაკავშირებულია ისეთი ზომის მიღებასთან, რომლის მიღებაც კანონიერად შეუძლებელია.

### თავი 3

#### ქვევის კოდექსი

##### მუხლი 10

#### ქვევის კოდექსი

ეს დირექტივა არ გამორიცხავს კოდექსის ავტორების მიერ არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის კონტროლს, რაც შეიძლება წახალისებული იქნეს წევრი სახელმწიფოების მიერ; ასევე, ის არ გამორიცხავს ფიზიკური პირების ან ორგანიზაციების მიერ მე-11 მუხლში მითითებული ორგანოებისთვის მიმართვას, თუ ამგვარ ორგანოებში აღძრულია საქმის წარმოება აღნიშნულ მუხლში მითითებული სასამართლო ან ადმინისტრაციულ წარმოებასთან ერთად.

ამგვარი მაკონტროლებელი ორგანოებისთვის მიმართვა არასოდეს მიიჩნევა სასამართლოსთვის ან ადმინისტრაციული ორგანოსთვის მე-11 მუხლში გათვალისწინებული მიმართვის ეკვივალენტურად.

### თავი 4

#### დასკვნითი დებულებები

##### მუხლი 11

#### აღსრულება

1. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ სათანადო და ეფექტური საშუალებები არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის წინააღმდეგ საბრძოლველად, რათა დაცული იქნეს ამ დირექტივის დებულებები მომხმარებელთა ინტერესების სასარგებლოდ.

ამგვარი საშუალებები მოიცავს სამართლებრივ დებულებებს, რომელთა თანახმად ფიზიკურ პირებს ან ორგანიზაციებს, რომლებსაც ეროვნული კანონმდებლობის მიხედვით აქვთ კანონიერი ინტერესი, ებრძოლონ არაკეთილსინდისიერ კომერციულ პრაქტიკას, მათ შორის, კონკურენტებსაც, შეუძლიათ:

- a. შეიტანონ სარჩელი ამგვარი არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის წინააღმდეგ; ან/და
- b. ამგვარი არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა გაასაჩივრონ ადმინისტრაციულ ორგანოში, რომელიც უფლებამოსილია, განიხილოს საჩივრები ან დაიწყოს შესაბამისი სამართალწარმოება.

თითოეული წევრი სახელმწიფო წყვეტს, ამ საშუალებებიდან რომელი იყოს ხელმისაწვდომი და მიეცეს თუ არა სასამართლოებს ან ადმინისტრაციულ ორგანოებს უფლებამოსილება, მოითხოვონ, რომ ჯერ გამოყენებულ იქნეს საჩივრების განხილვის სხვა დადგენილი საშუალებები, მათ შორის, მე-10 მუხლში მითითებული საშუალებებიც. აღნიშნული საშუალებები ხელმისაწვდომი უნდა იყოს მიუხედავად იმისა, სად იმყოფება დაზარალებული მომხმარებელი, წევრი სახელმწიფოს ტერიტორიაზე, სადაც მოვაჭრე მდებარეობს, თუ სხვა წევრ სახელმწიფოში.

თითოეული წევრი სახელმწიფოს გადასაწყვეტია:

- a. ცალ-ცალკე იქნეს ეს სამართლებრივი საშუალებები მიმართული ერთ ეკონომიკურ სექტორში მოქმედი რამდენიმე მოვაჭრის წინააღმდეგ, თუ ერთობლივად;
- b. უნდა იქნეს თუ არა მიმართული ეს სამართლებრივი საშუალებები კოდექსის ავტორის წინააღმდეგ, როდესაც შესაბამისი კოდექსი შეუსაბამობაშია სამართლებრივ მოთხოვნებთან.

2. 1-ელ პუნქტში მითითებული სამართლებრივი დებულებების თანახმად, წევრი სახელმწიფოები სასამართლოებსა და ადმინისტრაციულ ორგანოებს ანიჭებენ შემდეგ უფლებამოსილებებს, რომლებიც მათ საშუალებას აძლევს, ყველა არსებული ინტერესის, კერძოდ კი, საზოგადოებრივი ინტერესის გათვალისწინებით, როდესაც ამის საჭიროებას დაინახავენ:

- a. გასცენ არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შეწყვეტის ბრძანება ან დაიწყონ შესაბამისი

სამართალწარმოება არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის შეწყვეტის ბრძანების გასაცემად;

- b. თუ არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკა ჯერ არ განხორციელებულა, მაგრამ გარდაუვალია, გასცენ პრაქტიკის აკრძალვის ბრძანება ან დაიწყონ შესაბამისი სამართალწარმოება პრაქტიკის აკრძალვის ბრძანების გასაცემად,

იმ შემთხვევაშიც კი, თუ არ არსებობს რეალური ზარალის ან ზიანის, ან მოვაჭრის მხრიდან ამგვარი განზრახვის ქონის ან დაუდევრობის მტკიცებულება.

წევრმა სახელმწიფოებმა ასევე უნდა შეიმუშავონ დებულება, რათა პირველ აზრად მიითთებული ზომები მიღებულ იქნეს დაჩქარებული წესით:

- ან დროებითი შედეგით,
- ან განსაზღვრული შედეგით,

იმ პირობით, რომ თითოეული წევრი სახელმწიფო გადაწყვეტს, ამ ორი ვარიანტიდან რომელი შეარჩიოს.

ამასთანავე, წევრ სახელმწიფოებს შეუძლიათ სასამართლოებს ან ადმინისტრაციულ ორგანოებს მიანიჭონ შემდეგი უფლებამოსილებები იმ არაკეთილსინდისიერი კომერციული პრაქტიკის განგრძობადი შედეგების აღმოსაფხვრელად, რომლის შეწყვეტის ბრძანებას შეიცავს საბოლოო გადაწყვეტილება:

- a. აღნიშნული გადაწყვეტილების მთლიანად ან ნაწილობრივ და სათანადო ფორმით გამოქვეყნების მოთხოვნა;
- b. ამასთან ერთად, შესწორების შემტანი განცხადების გამოქვეყნების მოთხოვნა.

3. 1-ელ პუნქტში მითითებული ადმინისტრაციული ორგანოები:

- a. ისე უნდა იყოს დაკომპლექტებული, რომ მათი მიუკერძოებლობა ეჭვს არ იწვევდეს;
- b. უნდა ჰქონდეთ შესაბამისი უფლებამოსილება, საჩივრებზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ გააკონტროლონ და უზრუნველყონ მათი გადაწყვეტილებების ეფექტიანად შესრულება;
- c. დაასაბუთონ თავიანთი გადაწყვეტილებები.

იმ შემთხვევაში, თუ მე-2 პუნქტში მითითებული უფლებამოსილება ხორციელდება უშუალოდ ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ, მისი გადაწყვეტილებები ყოველთვის უნდა იქნეს დასაბუთებული. ამასთანავე, ამ შემთხვევაში, უნდა დაწესდეს პროცედურები, რომელთა მიხედვითაც ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ საკუთარი უფლებამოსილების არასწორი ან უმართებულო გამოყენება ან აღნიშნული უფლებამოსილების არასწორი ან უმართებულო გამოყენებლობა შეიძლება დაექვემდებაროს სასამართლო განხილვას.

## მუხლი 12

### სასამართლოები და ადმინისტრაციული ორგანოები: სარჩელების დასაბუთება

წევრი სახელმწიფოები სასამართლოებს ან ადმინისტრაციულ ორგანოებს ანიჭებენ შემდეგ უფლებამოსილებებს, რომლებიც მათ საშუალებას აძლევს, მე-11 მუხლით გათვალისწინებული სამოქალაქო ან ადმინისტრაციული წარმოებისას:

- a. მოვაჭრეს მოსთხოვონ კომერციულ პრაქტიკასთან დაკავშირებული, ფაქტებზე დაფუძნებული სასარჩელო მოთხოვნის სიზუსტის დამადასტურებელი მტკიცებულების წარდგენა, თუ, მოვაჭრისა და საქმის წარმოებაში მონაწილე სხვა მხარის კანონიერი ინტერესის გათვალისწინებით, ამგვარი მოთხოვნა მიზანშეწონილია კონკრეტული საქმის გარემოებებიდან გამომდინარე;
- b. ფაქტებზე დაფუძნებული სასარჩელო მოთხოვნა მიიჩნიონ უზუსტოდ, თუ (a) ქვეპუნქტის შესაბამისად მოთხოვნილი მტკიცებულება არაა წარდგენილი ან მიჩნეულია არასაკმარისად სასამართლოს ან ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ.

## მუხლი 13

### ჯარიმები

წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა დაადგინონ ჯარიმები ამ დირექტივის შესასრულებლად მიღებული ეროვნული დებულებების დარღვევისთვის და ყველა ზომა უნდა მიიღონ მათ სისრულეში მოსაყვანად. აღნიშნული ჯარიმები უნდა იყოს ეფექტური, თანაზომიერი და გადამარწმუნებელი.

## მუხლი 14

### დირექტივაში 84/450/EC შესული შესწორებები

დირექტივაში 84/450/EC შეტანილ იქნეს შემდეგი ცვლილება:

1. 1-ლი მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

#### „მუხლი 1

ამ დირექტივის მიზანია, დაიცვას მოვაჭრეები შეცდომაში შემყვანი რეკლამასა და მისი არასახარბიელო შედეგებისგან

და განსაზღვროს პირობები, როდესაც დაიშვება შედარებითი რეკლამა.“;

## 2. მე-2 მუხლში:

- მე-3 ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„3. „მოვაჭრე“ არის ნებისმიერი ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც მოქმედებს ისეთი მიზნებისათვის, რომლებიც დაკავშირებულია მის კომერციულ საქმიანობასთან, ხელობასთან, ბიზნესთან ან პროფესიასთან და ნებისმიერი პირი, რომელიც მოქმედებს მოვაჭრის სახელით ან მისი დავალებით.“,

- დამატებულ იქნეს შემდეგი ქვეპუნქტი:

„4. „კოდექსის ავტორი“ არის ნებისმიერი სუბიექტი, მოვაჭრის ან მოვაჭრეთა ჯგუფის ჩათვლით, რომელიც პასუხისმგებელია ქცევის კოდექსის შექმნასა და გადახედვაზე ან/და რომელსაც აკისრია პასუხისმგებლობა, გააკონტროლოს იმ პირთა მიერ ქცევის კოდექსის დაცვა, რომელთაც აღებული აქვთ მისი შესრულების ვალდებულება.“;

## 3. მე-3ა მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

### „მუხლი 3ა

#### 1. შედარებითი რეკლამა, რამდენადაც შედარებას ეხება, დასაშვებია, თუ დაკმაყოფილებულია შემდეგი პირობები:

- ა. ის არ არის შეცდომაში შემყვანი ამ დირექტივის მე-2(2), მე-3 და მე-7(1) მუხლების ან შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივის 2005/29/EC მე-6 და მე-7 მუხლების მიხედვით<sup>[9]</sup>;
- ბ. ის ერთმანეთს ადარებს საქონელს ან მომსახურებას, რომელიც გამოიყენება ერთი და იმავე საჭიროებისთვის ან განკუთვნილია ერთი და იმავე მიზნისთვის;
- ც. ის ობიექტურად ადარებს ერთმანეთს საქონლის ან მომსახურებების ერთ ან მეტ საგნობრივ, არსებით, შემოწმებად და ტიპურ თვისებას, რაც შესაძლოა, მოიცავდეს ფასს;
- დ. ის ექვევებ არ აყენებს ან არ ბღალავს კონკურენტის სავაჭრო ნიშნებს, სავაჭრო დასახელებებს, სხვა განმასხვავებელ ნიშნებს, საქონელს, მომსახურებას, საქმიანობას ან მდგომარეობას;
- ე. ის წარმოშობის აღნიშვნის მქონე პროდუქციის რეკლამირებისას, თითოეულ შემთხვევაში, მიუთითებს იმავე დასახელების პროდუქციას;
- ფ. ის არ სარგებლობს კონკურენტის სავაჭრო ნიშნის, სავაჭრო დასახელების ან სხვა განმასხვავებელი ნიშნის რეპუტაციით ან კონკურენტპროდუქტის წარმოშობის აღნიშვნით;
- გ. ის არ წარმოადგენს საქონელს ან მომსახურებას, როგორც ისეთი საქონლის იმიტაციას ან რეპროდუქციას, რომელთა სავაჭრო ნიშანი ან სავაჭრო დასახელება დაცულია;
- ხ. ის არ იწვევს აღრევას მოვაჭრეებს შორის, რეკლამის დამკვეთსა და კონკურენტს შორის ან რეკლამის დამკვეთისა და კონკურენტის სავაჭრო ნიშნებს, სავაჭრო დასახელებებს, სხვა განმასხვავებელ ნიშნებს, საქონელსა და მომსახურებას შორის.

#### 4. მე-4(1) მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა უზრუნველყონ სათანადო და ეფექტური საშუალებები შეცდომაში შემყვანი რეკლამის წინააღმდეგ საბრძოლველად, რათა დაცული იქნეს შედარებით რეკლამასთან დაკავშირებული დებულებები მოვაჭრეებისა და კონკურენტების ინტერესების სასარგებლოდ. ამგვარი საშუალებები მოიცავს სამართლებრივ დებულებებს, რომელთა თანახმად ფიზიკურ პირებს ან ორგანიზაციებს, რომლებსაც ეროვნული კანონმდებლობის მიხედვით აქვთ კანონიერი ინტერესი, ებრძოლონ შეცდომაში შემყვან რეკლამას ან დაარეგულირონ შედარებითი რეკლამის საკითხი, შეუძლიათ:

- ა. შეიტანონ სარჩელი ამგვარი რეკლამის წინააღმდეგ; ან
- ბ. ამგვარი რეკლამა გაასაჩივრონ ადმინისტრაციულ ორგანოში, რომელიც უფლებამოსილია, განიხილოს საჩივრები ან დაიწყოს შესაბამისი სამართალწარმოება.

თითოეული წევრი სახელმწიფო წყვეტს, ამ საშუალებებიდან რომელი იყოს ხელმისაწვდომი და მიეცეს თუ არა სასამართლოებს ან ადმინისტრაციულ ორგანოებს უფლებამოსილება, მოითხოვონ, რომ ჯერ გამოყენებულ იქნეს საჩივრების განხილვის სხვა დადგენილი საშუალებები, მათ შორის, მე-5 მუხლში მითითებული საშუალებებიც.

თითოეული წევრი სახელმწიფოს გადასაწყვეტია:

- ა. ცალ-ცალკე იქნეს ეს სამართლებრივი საშუალებები მიმართული ერთ ეკონომიკურ სექტორში მოქმედი რამდენიმე მოვაჭრის წინააღმდეგ, თუ ერთობლივად;
- ბ. უნდა იქნეს თუ არა მიმართული ეს სამართლებრივი საშუალებები კოდექსის ავტორის წინააღმდეგ, როდესაც შესაბამისი კოდექსი შეუსაბამობაშია სამართლებრივ მოთხოვნებთან.“;

#### 5. მე-7(1) მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. ეს დირექტივა წევრ სახელმწიფოებს ხელს არ უშლის, ძალაში დატოვონ ან მიიღონ დებულებები მოვაჭრეებისა და კონკურენტების შეცდომაში შემყვანი რეკლამისგან გამლიერებული დაცვის უზრუნველსაყოფად.“

## დირექტივებში 97/7/EC და 2002/65/EC შესული შესწორებები

1. დირექტივის 97/7/EC მე-9 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

### **„მუხლი 9**

#### **ინერციული გაყიდვა**

შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივით 2005/29/EC დადგენილი ინერციული გაყიდვის პრაქტიკის აკრძალვის გათვალისწინებით<sup>[10]</sup>, წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ საჭირო ზომები, რათა შეუთანხმებელი მიწოდებისას, თანხმობის პასუხის არარსებობის შემთხვევაში, მომხმარებელი გათავისუფლდეს ნებისმიერი ანაზღაურების ვალდებულებისგან.

2. დირექტივის 2002/65/EC მე-9 მუხლი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

### **„მუხლი 9**

შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივით 2005/29/EC დადგენილი ინერციული გაყიდვის პრაქტიკის აკრძალვის გათვალისწინებით<sup>[11]</sup> და იმგვარად, რომ წინააღმდეგობაში არ მოვიდეს დისტანციური ხელშეკრულებების ვადის ავტომატურად გაგრძელებასთან დაკავშირებული წევრი სახელმწიფოების კანონმდებლობის დებულებებთან, როდესაც ამგვარი წესები უშვებს ვადის ავტომატურად გაგრძელებას, წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ ზომები, რათა შეუთანხმებელი მიწოდებისას, თანხმობის პასუხის არარსებობის შემთხვევაში, მომხმარებელი გათავისუფლდეს ნებისმიერი ვალდებულებისგან.

### **მუხლი 16**

#### **დირექტივაში 98/27/EC და რეგულაციაში (EC) No 2006/2004 შესული შესწორებები**

1. დირექტივის 98/27/EC დანართის 1-ლი ქვეპუნქტი ჩამოყალიბდეს შემდეგი რედაქციით:

„1. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ (ოფიციალური ჟურნალი L 149, 11.06.2005, გვ. 22).“  
2. მომხმარებლის დაცვის კანონის აღსრულებაზე პასუხისმგებელ ეროვნულ ორგანოებს შორის თანამშრომლობის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2004 წლის 27 ოქტომბრის რეგულაციის (EC) No 2006/2004 (რეგულაცია მომხმარებლის დაცვის საკითხში თანამშრომლობის შესახებ)<sup>[12]</sup> დანართში დამატებულ იქნეს შემდეგი ქვეპუნქტი:

„16. ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის დირექტივა 2005/29/EC შიდა ბაზარზე არაკეთილსინდისიერი ბიზნეს-სამომხმარებლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ (ოფიციალური ჟურნალი L 149, 11.06.2005, გვ. 22).“

### **მუხლი 17**

#### **ინფორმაცია**

წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ შესაბამისი ზომები, რათა ინფორმაცია მიაწოდონ მომხმარებლებს იმ ეროვნული კანონის შესახებ, რომელშიც ხდება ამ დირექტივის დებულებების გადმოტანა და, საჭიროების შემთხვევაში, ხელი შეუწყონ მოვაჭრეებსა და კოდექსის ავტორებს, რათა საკუთარი ქვეყნის კოდექსის შესახებ ინფორმაცია მიაწოდონ მომხმარებელს.

### **მუხლი 18**

#### **გადასინჯვა**

1. 2011 წლის 12 ივნისამდე კომისიამ ევროპარლამენტსა და საბჭოს უნდა წარუდგინოს ყოვლისმომცველი ანგარიში ამ დირექტივის გამოყენების შესახებ, კერძოდ, ამ დირექტივის მე-3(9) და მე-4 მუხლისა და I დანართის გამოყენების შესახებ, მომხმარებლის დაცვის შესახებ გაერთიანების კანონმდებლობის შემდგომი ჰარმონიზაციისა და გამარტივების პერსპექტივების შესახებ და, მე-3(5) მუხლის გათვალისწინებით, ნებისმიერი ზომის შესახებ, რომლის გატარებაც საჭიროა გაერთიანების დონეზე, რათა შენარჩუნებულ იქნეს მომხმარებლის დაცვის შესაბამისი დონე. საჭიროების შემთხვევაში, ანგარიშს თან უნდა ახლდეს ამ დირექტივის ან გაერთიანების კანონმდებლობის სხვა შესაბამისი ნაწილების გადასინჯვის წინადადება.

2. ევროპარლამენტი და საბჭო ეცდებიან, იმოქმედონ ხელშეკრულების შესაბამისად კომისიის მიერ 1-ლი პუნქტის თანახმად წარდგენილი წინადადების წარდგენიდან ორი წლის ვადაში.

### **მუხლი 19**

## გადატანა

წევრმა სახელმწიფოებმა წინამდებარე დირექტივასთან შესაბამისობის უზრუნველყოფისათვის საჭირო კანონები, რეგულაციები და ადმინისტრაციული დებულებები უნდა მიიღონ და გამოაქვეყნონ 2007 წლის 12 ივნისამდე. ისინი ამის შესახებ მაშინვე აუწყებენ კომისიას და დაუყოვნებლად მიაწვდიან კომისიას ინფორმაციას შემდგომი შესწორებების შესახებ.

მათ აღნიშნული ზომები უნდა გაატარონ 2007 წლის 12 დეკემბრამდე. წევრი სახელმწიფოების მიერ აღნიშნული ზომების მიღებისას, მათში უნდა მიეთითოს ეს დირექტივა ან, ოფიციალურად გამოქვეყნების შემთხვევაში, მათ თან უნდა ახლდეს ამგვარი მითითება. წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა განსაზღვრონ, როგორ უნდა შესრულდეს ამგვარი მითითება.

## მუხლი 20

### ძალაში შესვლა

ეს დირექტივა ძალაში შედის ევროკავშირის ოფიციალურ ჟურნალში მისი გამოქვეყნებიდან მეორე დღეს.

## მუხლი 21

### ადრესატები

ეს დირექტივა ვრცელდება წევრ სახელმწიფოებზე.

შედგენილია სტრასბურგში 2005 წლის 11 მაისს.

*ევროპარლამენტის სახელით*

*საბჭოს სახელით*

*თავმჯდომარე*

*თავმჯდომარე*

*ჯ.პ. ბორელ ფონტელესი*

*ნ. შმიტი*

დანართი I

## კომერციული პრაქტიკა, რომელიც ყველა გარემოებაში არაკეთილსინდისიერად მიიჩნევა

შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა

1. მოვაჭრის განცხადება, რომ არის ქცევის კოდექსის ხელმძღვანელი, მაგრამ სინამდვილეში არ არის.
2. ნდობის ნიშნის, ხარისხის ნიშნის ან ეკვივალენტური ნიშნის ჩვენება საჭირო ნებართვის მოპოვების გარეშე.
3. განცხადება, რომ ქცევის კოდექსი მოწონებულია საჯარო ან სხვა ორგანოს მიერ, მაგრამ სინამდვილეში არ არის.
4. განცხადება, რომ მოვაჭრე (და მისი კომერციული პრაქტიკა) ან პროდუქტი არის დამტკიცებული, მოწონებული ან ავტორიზებული საზოგადოებრივი ან კერძო ორგანიზაციის მიერ, მაგრამ სინამდვილეში არ არის, ან ამგვარი განცხადების გაკეთება დამტკიცების, მოწონების ან ავტორიზაციის პირობებთან შესაბამისობის გარეშე.
5. განსაზღვრულ ფასად შესყიდვის განხორციელების შეთავაზება რაიმე გონივრული საფუძვლის გამჟღავნების გარეშე, რომლის გამოც მოვაჭრე ვერ შესთავაზებს აღნიშნულ ფასად პროდუქციის ან ეკვივალენტური პროდუქციის მიწოდებას ან სხვა მოვაჭრის საშუალებით მიწოდებას გონივრულ ვადაში და გონივრული რაოდენობით, აღნიშნული პროდუქტიდან, მისი რეკლამირების მასშტაბისა და შეთავაზებული ფასიდან გამომდინარე (მისატყუებელი რეკლამა).
6. განსაზღვრულ ფასად პროდუქციის შესყიდვის განხორციელების შეთავაზება და შემდეგ:
  - a. მომხმარებლისთვის რეკლამირებული ნივთის ჩვენებაზე უარის თქმა; ან
  - b. შეკვეთის მიღებაზე ან გონივრულ ვადაში მის მიწოდებაზე უარის თქმა; ან
  - c. წუნიათი ნიმუშის ჩვენება, განსხვავებული პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობის განზრახვით („მოიტყუე და შეცვალე“)
7. ცრუ განცხადება იმის თაობაზე, რომ პროდუქტი ხელმისაწვდომი იქნება შეზღუდული დროის განმავლობაში, ან რომ ის ხელმისაწვდომი იქნება გარკვეული პირობებით მხოლოდ შეზღუდული დროის განმავლობაში, რათა მომხმარებელმა გადაწყვეტილება მიიღოს მეყსეულად და არ ჰქონდეს საკმარისი დრო და შესაძლებლობა, გააკეთოს ინფორმირებული არჩევანი.
8. პასუხისმგებლობის აღება შესყიდვის შემდგომი სამომხმარებლო მომსახურების გაწევაზე გარიგებამდე გამოყენებულ ენაზე, რომელიც არ არის იმ წევრი სახელმწიფოს ოფიციალური ენა, სადაც მდებარეობს მოვაჭრე, ხოლო მომსახურების გაწევა სხვა ენაზე, მომხმარებლისთვის ამის შესახებ გარიგების დადებამდე გარკვევით შეტყობინების გარეშე.
9. განცხადება ან სხვაგვარად ისეთი შთაბეჭდილების შექმნა, რომ პროდუქტის გაყიდვა შესაძლებელია კანონიერად, როდესაც არ არის შესაძლებელი.
10. მომხმარებლისთვის კანონით მინიჭებული უფლებების მოვაჭრის შეთავაზების განმასხვავებელ თვისებად

## წარმოდგენა.

11. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების სარედაქციო მასალის გამოყენება პროდუქტის რეკლამირებისთვის, როდესაც მოვაჭრეს გადახდილი აქვს რეკლამისთვის, მაგრამ ეს გარკვევით არ ჩანს მასალაში ან მომხმარებელი გარკვევით ვერ აღიქვამს ამას გამოსახულებიდან ან ხმიდან (სარეკლამო სტატია). აღნიშნული არ ეწინააღმდეგება საბჭოს დირექტივას 89/552/EEC [13].
12. არსებითად არაზუსტი განცხადების გაკეთება, რომელიც ეხება მომხმარებლის ან მისი ოჯახის პირად უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული რისკის ბუნებასა და ხარისხს, თუ მომხმარებელი არ შეიძენს პროდუქტს.
13. კონკრეტული მწარმოებლის პროდუქტის მსგავსი პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობა იმგვარად, რომ განზრახ შეიყვანოს მომხმარებელი შეცდომაში და დაარწმუნოს, რომ პროდუქტი ამ კონკრეტული მწარმოებლისაა, მაშინ, როდესაც არ არის.
14. სარეკლამო პირამიდული სქემის შექმნა, ფუნქციონირება ან ხელშეწყობა, როდესაც მომხმარებელი იღებს კომპენსაციას, რომელიც, უმთავრესად, წარმოიშობა სხვა მომხმარებლების სქემაში ჩართვით და არა პროდუქციის გაყიდვით ან მოხმარებით.
15. განცხადება, რომ მოვაჭრე აპირებს სავაჭრო საქმიანობის შეწყვეტას ან სავაჭრო ობიექტიდან გადასვლას, თუმცა სინამდვილეში არ აპირებს.
16. განცხადება, რომ პროდუქციას შეუძლია ხელი შეუწყოს აზარტულ თამაშობებში გამარჯვებას.
17. ცრუ განცხადება, რომ პროდუქტს შეუძლია დაავადების, ფუნქციური დარღვევების ან მალფორმაციის განკურნება.
18. საბაზრო პირობების ან პროდუქტის შოვნის შესაძლებლობის შესახებ არსებითად არაზუსტი ინფორმაციის მიწოდება იმ განზრახვით, რომ მომხმარებელმა შეიძინოს პროდუქტი ნაკლებ ხელსაყრელი პირობებით, ვიდრე შეიძენდა ჩვეულებრივ საბაზრო პირობებში.
19. განცხადება კომერციული პრაქტიკის ფარგლებში კონკურსის ან პრიზების შეთავაზებაზე, აღწერილი პრიზების ან მათი გონივრული ეკვივალენტის გაცემის გარეშე.
20. პროდუქტის აღწერა, როგორც „უსასყიდლო“, „უფასო“ ან მსგავსი ფორმულირებით მაშინ, როდესაც კომერციულ პრაქტიკაზე რეაგირებისა და ნივთის მიღების ან მიწოდების გადასახადის გარდაუვალი ხარჯის გარდა მომხმარებელს კიდევ უწევს რაიმე ხარჯის გაღება.
21. სამარკეტინგო მასალაში გადაუხდელი ანგარიშ-ფაქტურის ან მსგავსი დოკუმენტის ჩადება, რომელიც მომხმარებელს უქმნის შთაბეჭდილებას, თითქოს მას უკვე შეკვეთილი აქვს პროდუქტი, მაგრამ სინამდვილეში არ აქვს.
22. ცრუ განცხადების გაკეთება ან ისეთი შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მოვაჭრე არ მოქმედებს თავისი სავაჭრო საქმიანობის, ბიზნესის, ხელობის ან პროფესიის მიზნებისთვის ან თავის წარმოჩენა, თითქოს ის არის მომხმარებელი.
23. მცდარი წარმოდგენის შექმნა, რომ პროდუქტის შესყიდვის შემდგომი მომსახურება ხელმისაწვდომია სხვა წევრ სახელმწიფოშიც, გარდა იმ სახელმწიფოსი, სადაც პროდუქტი იყიდება.

## აგრესიული კომერციული პრაქტიკა

24. ისეთი შთაბეჭდილების შექმნა, რომ მომხმარებელი ვერ დატოვებს შენობას, სანამ არ გააფორმებს ხელშეკრულებას.
25. პირადად მისვლა მომხმარებლის სახლში და მომხმარებლის მოთხოვნის იგნორირება, დატოვოს მისი სახლი ან მეორედ აღარ მივიდეს მასთან, გარდა ეროვნული კანონმდებლობით გათვალისწინებულ გარემოებებსა და გამართლებულ შემთხვევებში, რათა აღსრულებულ იქნეს სახელშეკრულებო ვალდებულება.
26. ტელეფონით, ფაქსით, ელექტრონული ფოსტით ან სხვა დისტანციური საშუალებით დაჟინებული და არასასურველი რეკლამა, გარდა ეროვნული კანონმდებლობით გათვალისწინებულ გარემოებებსა და გამართლებულ შემთხვევებში, რათა აღსრულებულ იქნეს სახელშეკრულებო ვალდებულება. აღნიშნული არ ეწინააღმდეგება დირექტივის 97/7/EC მე-10 მუხლსა და დირექტივებს 95/46/EC [14] და 2002/58/EC.
27. სადაზღვევო პოლისის მიღების მსურველი მომხმარებლისგან ისეთი დოკუმენტების წარდგენის მოთხოვნა, რომლებიც გონივრულად ვერ მიიჩნევა სადაზღვევო მოთხოვნისთვის შესაფერის დოკუმენტებად, ან შესაბამისი მიმოწერის სისტემატურად უპასუხოდ დატოვება, რათა მომხმარებელმა გადაიფიქროს თავისი სახელშეკრულებო უფლებების გამოყენება.
28. რეკლამაში პირდაპირი მოწოდება ბავშვების მიმართ, იყიდონ რეკლამირებული პროდუქცია ან მათი მშობლების ან სხვა ზრდასრული პირების დაყოლიება, უყიდონ მათ რეკლამირებული პროდუქცია. ეს დებულება არ ეწინააღმდეგება სატელევიზიო მაუწყებლობის შესახებ დირექტივის 89/552/EEC მე-16 მუხლს.
29. მოვაჭრის მიერ მიწოდებული პროდუქციისთვის დაუყოვნებლივი ან გადავადებული გადახდის მოთხოვნა ან პროდუქციის დაბრუნების ან უსაფრთხოდ შენახვის მოთხოვნა, რაც არ არის შეთანხმებული მომხმარებელთან, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც პროდუქტი ჩანაცვლებითაა მიწოდებული დირექტივის 97/7/EC მე-7(3) მუხლის შესაბამისად (ინერციული გაყიდვა).
30. მომხმარებლისთვის მკაფიოდ შეტყობინება, რომ თუ პროდუქტს ან მომსახურებას არ იყიდის, მოვაჭრის სამუშაოს ან შემოსავლის წყაროს საფრთხე დაემუქრება.
31. მცდარი წარმოდგენის შექმნა, რომ მომხმარებელმა უკვე მოიგო, მოიგებს ან, კონკრეტულ ქმედების შესრულების შემთხვევაში, მოიგებს პრიზს ან სხვა ეკვივალენტურ სარგებელს, როდესაც, ფაქტობრივად:
  - არანაირი პრიზი ან ეკვივალენტური სარგებელი არ არსებობს, ან
  - ნებისმიერი ქმედება პრიზის ან სხვა ეკვივალენტური სარგებლის მოთხოვნასთან დაკავშირებით მომხმარებლისგან საჭიროებს ფულის გადახდას ან ხარჯის გაღებას.

## გაერთიანების კანონმდებლობის დებულებები, რომლებიც განსაზღვრავს რეკლამირებისა და კომერციული კომუნიკაციის წესებს

დირექტივის 97/7/EC მე-4 და მე-5 მუხლები

საგზურით მგზავრობის, საგზურით დასვენებისა და ტურისტული მომსახურების პაკეტის შესახებ საბჭოს 1990 წლის 13 ივნისის დირექტივის 90/314/EEC მე-3 მუხლი<sup>[15]</sup>

საზიარო უფლებით უძრავი ქონების გამოყენების უფლების შემენასთან დაკავშირებული ხელშეკრულებების ზოგიერთ ასპექტში მყიდველების დაცვის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1994 წლის 26 ოქტომბრის დირექტივის 94/47/EC მე-3(3) მუხლი<sup>[16]</sup>

მომხმარებლისთვის შეთავაზებული პროდუქციის ფასების მითითებისას მომხმარებლის დაცვის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1998 წლის 16 თებერვლის დირექტივის 98/6/EC მე-3(4) მუხლი<sup>[17]</sup>

ადამიანისთვის განკუთვნილ სამკურნალო პრეპარატებთან დაკავშირებული გაერთიანების კოდექსის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2001 წლის 6 ნოემბრის დირექტივის 2001/83/EC 86-ე-მე-100 მუხლები<sup>[18]</sup>

საინფორმაციო საზოგადოების მომსახურებების, კერძოდ, შიდა ბაზარზე ელექტრონული კომერციის გარკვეული სამართლებრივი ასპექტების შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2000 წლის 8 ივნისის დირექტივის 2000/31/EC მე-5 და მე-6 მუხლები (დირექტივა ელექტრონული კომერციის შესახებ)<sup>[19]</sup>

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1998 წლის 16 თებერვლის დირექტივის 98/7/EC მუხლი 1(d), რომელსაც შესწორებები შეაქვს საბჭოს დირექტივაში 87/102/EEC სამომხმარებლო კრედიტის შესახებ წევრი სახელმწიფოების კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების დასაახლოებლად<sup>[20]</sup>

დირექტივის 2002/65/EC მე-3 და მე-4 მუხლები

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 21 იანვრის დირექტივის 2001/107/EC მუხლი 1(9), რომელსაც შესწორებები შეაქვს საბჭოს დირექტივაში 85/611/EEC, რომელიც ეხება მიმოქცევადა ფასიან ქაღალდებში კოლექტიური ინვესტიციების განმახორციელებელ კომპანიებთან (UCITS) დაკავშირებული კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების შეთანხმებას მმართველი კომპანიებისა და გამარტივებული პროსპექტების რეგულირების მიზნით<sup>[21]</sup>

სადაზღვევო შუამავლობის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 9 დეკემბრის დირექტივის 2002/92/EC მე-12 და მე-13 მუხლები<sup>[22]</sup>

სიცოცხლის დაზღვევის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2002 წლის 5 ნოემბრის დირექტივის 2002/83/EC 36-ე მუხლი<sup>[23]</sup>

ფინანსური ინსტრუმენტების ბაზრის შესახებ ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2004 წლის 21 აპრილის დირექტივის 2004/39/EC მე-9 მუხლი<sup>[24]</sup>

საბჭოს 1992 წლის 18 ივნისის დირექტივის 92/49/EEC 31-ე და 43-ე მუხლები პირდაპირ დაზღვევასთან და არა სიცოცხლის დაზღვევასთან დაკავშირებული კანონების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების შეთანხმების შესახებ<sup>[25]</sup> (მესამე დირექტივა, რომელიც სიცოცხლის დაზღვევას არ ეხება)

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2003 წლის 4 ნოემბრის დირექტივის 2003/71/EC მე-5, მე-7 და მე-8 მუხლები პროსპექტების დაბეჭდვის შესახებ, როდესაც ხდება ფასიანი ქაღალდების შეთავაზება საზოგადოებისთვის ან სავაჭროდ დაშვება<sup>[26]</sup>

<sup>[1]</sup> ოფიციალური ჟურნალი C 108, 30.04.2004, გვ. 81.

<sup>[2]</sup> ევროპარლამენტის 2004 წლის 20 აპრილის მოსაზრება (ოფიციალური ჟურნალი C 104 E, 30.04.2004, გვ. 260), საბჭოს 2004 წლის 15 ნოემბრის საერთო პოზიცია (ოფიციალური ჟურნალი C 38 E, 15.02.2005, გვ. 1), ევროპარლამენტის 2005 წლის 24 თებერვლის პოზიცია (რომელიც ჯერ არ გამოქვეყნებულა ოფიციალურ ჟურნალში) და საბჭოს 2005 წლის 12 აპრილის გადაწყვეტილება.

<sup>[3]</sup> ოფიციალური ჟურნალი L 250, 19.09.1984, გვ. 17. დირექტივა, რომელშიც შესწორებები შევიდა ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივით 97/55/EC (ოფიციალური ჟურნალი L 290, 23.10.1997, გვ. 18).

[4] ოფიციალური ჟურნალი L 144, 04.06.1997, გვ. 19. დირექტივა, რომელშიც შესწორებები შევიდა დირექტივით 2002/65/EC (ოფიციალური ჟურნალი L 271, 09.10.2002, გვ. 16).

[5] ოფიციალური ჟურნალი L 166, 11.06.1998, გვ. 51. დირექტივა, რომელშიც ბოლოს ცვლილებები შევიდა დირექტივით 2002/65/EC.

[6] ოფიციალური ჟურნალი L 271, 09.10.2002, გვ. 16.

[7] ოფიციალური ჟურნალი L 201, 31.07.2002, გვ. 37.

[8] ოფიციალური ჟურნალი L 171, 07.07.1999, გვ. 12.

[9] ოფიციალური ჟურნალი L 149, 11.06.2005, გვ. 22.“;

[10] ოფიციალური ჟურნალი L 149, 11.06.2005, გვ. 22.“;

[11] ოფიციალური ჟურნალი L 149, 11.06.2005, გვ. 22.“

[12] ოფიციალური ჟურნალი L 364, 09.12.2004, გვ. 1.

[13] საბჭოს 1989 წლის 3 ოქტომბრის დირექტივა 89/552/EEC გარკვეული დებულებების შეთანხმების შესახებ, რომლებიც განსაზღვრულია წევრი სახელმწიფოების კანონით, რეგულაციით ან ადმინისტრაციული ქმედებით და ეხება ტელემაუწყებლობის საქმიანობის განხორციელებას (ოფიციალური ჟურნალი L 298, 17.10.1989, გვ. 23). დირექტივა, რომელშიც შესწორებები შევიდა ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივით 97/36/EC (ოფიციალური ჟურნალი L 202, 30.07.1997, გვ. 60).

[14] ევროპარლამენტისა და საბჭოს 1995 წლის 24 ოქტომბრის დირექტივა 95/46/EC პერსონალური მონაცემების დამუშავებისას და მათი შეუზღუდავი მიმოქცევისას ადამიანის უფლებების დაცვის შესახებ (ოფიციალური ჟურნალი L 281, 23.11.1995, გვ. 31). დირექტივა, რომელშიც შესწორებები შევიდა რეგულაციით (EC) No 1882/2003 (ოფიციალური ჟურნალი L 284, 31.10.2003, გვ. 1).

[15] ოფიციალური ჟურნალი L 158, 23.06.1990, გვ. 59.

[16] ოფიციალური ჟურნალი L 280, 29.10.1994, გვ. 83.

[17] ოფიციალური ჟურნალი L 80, 18.03.1998, გვ. 27.

[18] ოფიციალური ჟურნალი L 311, 28.11.2001, გვ. 67. დირექტივა, რომელშიც ბოლოს შესწორებები შევიდა დირექტივით 2004/27/EC (ოფიციალური ჟურნალი L 136, 30.04.2004, გვ. 34).

[19] ოფიციალური ჟურნალი, L 178, 17.07.2000, გვ. 1.

[20] ოფიციალური ჟურნალი L 101, 01.04.1998, გვ. 17.

[21] ოფიციალური ჟურნალი L 41, 13.02.2002, გვ. 20.

[22] ოფიციალური ჟურნალი L 9, 15.01.2003, გვ. 3.

[23] ოფიციალური ჟურნალი L 345, 19.12.2002, გვ. 1. დირექტივა, რომელშიც შესწორებები შევიდა საბჭოს დირექტივით 2004/66/EC. (ოფიციალური ჟურნალი L 168, 01.05.2004, გვ. 35).

[24] ოფიციალური ჟურნალი L 145, 30.04.2004, გვ. 1.

[25] ოფიციალური ჟურნალი L 228, 11.08.1992, გვ. 1. დირექტივა, რომელშიც ბოლოს შესწორებები შევიდა ევროპარლამენტისა და საბჭოს დირექტივით 2002/87/EC (ოფიციალური ჟურნალი L 35, 11.02.2003, გვ. 1).

[26] ოფიციალური ჟურნალი L 345, 31.12.2003, გვ. 64.