

EDL 2005/62340 Parlamento Europeo y Consejo de la Unión

Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales)

Diario Oficial Unión Europea 149/2005, de 11 de junio de 2005

Derogada a partir del 13 de junio de 2014 por art.31 Dir. 83/2011 de 25 octubre 2011

ÍNDICE

CAPÍTULO PRIMERO.DISPOSICIONES GENERALES	5
Artículo 1.Objeto	5
Artículo 2.Definiciones	6
Artículo 3.Ámbito de aplicación	6
Artículo 4.Mercado interior	7
CAPÍTULO II.PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES	7
Artículo 5.Prohibición de las prácticas comerciales desleales	7
SECCIÓN PRIMERA.Prácticas comerciales engañosas	7
Artículo 6.Acciones engañosas	7
Artículo 7.Omisiones engañosas	8
SECCIÓN SEGUNDA.Prácticas comerciales agresivas	9
Artículo 8.Prácticas comerciales agresivas	9
Artículo 9.Utilización del acoso, la coacción y la influencia indebida	9
CAPÍTULO III.CÓDIGOS DE CONDUCTA	9
Artículo 10.Códigos de conducta	9
CAPÍTULO IV.DISPOSICIONES FINALES	9
Artículo 11.Ejecución	9
Artículo 12.Tribunales y órganos administrativos: justificación de las afirmaciones	10
Artículo 13.Sanciones	10
Artículo 14.Modificaciones de la Directiva 84/450/CEE	10
Artículo 15.Modificaciones de la Directiva 97/7/CE y de la Directiva 2002/65/CE	12
Artículo 16.Modificación de la Directiva 98/27/CE y del Reglamento (CE) n° 2006/2004	12
Artículo 17.Información	12
Artículo 18.Revisión	12
Artículo 19.Incorporación al Derecho interno	12
Artículo 20.Entrada en vigor	13
Artículo 21.Destinatarios	13
ANEXO I.PRÁCTICAS COMERCIALES QUE SE CONSIDERAN DESLEALES EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA	13
ANEXO II.DISPOSICIONES DEL DERECHO COMUNITARIO QUE ESTABLECEN NORMAS RELATIVAS A LA PUBLICIDAD Y A LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	15

VOCES ASOCIADAS

Prácticas comerciales desleales

FICHA TÉCNICA

Vigencia

Vigencia desde:12-6-2005

Efectivo desde:12-12-2007

Fecha máxima de transposición:12-6-2007

Documentos anteriores afectados por la presente disposición

Legislación

Rgto. 2006/2004 de 27 octubre 2004. Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores.

Añade anx.un.16

Dir. 65/2002 de 23 septiembre 2002. Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a consumidores, y modifica Dir. 90/619/CEE, y Dirs. 97/7 y 98/27/CE

Sustituye art.9

Dir. 27/1998 de 19 mayo 1998. Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo de 1998, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores.

Sustituye anx.un.1

Dir. 7/1997 de 20 mayo 1997. Protección de los consumidores en materia de contratos a distancia

Sustituye art.9

Dir. 450/1984 de 10 septiembre 1984. Publicidad Engañosa

Sustituye art.3.bi, art.7.1

Añade art.2.4

Da nueva redacción art.1, art.2.3, art.4.1

Documentos posteriores que afectan a la presente disposición

Legislación

Incorporada al derecho español por dfi.3 Ley 29/2009 de 30 diciembre 2009

Derogada a partir del 13 de junio de 2014 por art.31 Dir. 83/2011 de 25 octubre 2011

art.16apa.1

Derogada por anx.2 Dir. 22/2009 de 23 abril 2009

Bibliografía

Comentada en "La Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales en materia de protección de consumidores (entre el objetivo de una armonización total y el enfoque de plena armonización)"

Comentada en "La Directiva 2005/29/CE, de 11 de mayo de 2005: un nuevo paso hacia la protección del consumidor"

Comentada en "Las Prácticas Comerciales Engañosas en la Directiva 2005/29/CE sobre las Prácticas Comerciales Desleales"

Comentada en "La transposición al Derecho español de la directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales"

Versión de texto vigente Desde 29/12/2009

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, su art. 95,

Vista la propuesta de la Comisión, Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo ^[1],

De conformidad con el procedimiento establecido en el art. 251 del Tratado ^[2],

Considerando lo siguiente:

(1) El art. 153, apartado 1, y apartado 3, letra a), del Tratado establecen que la Comunidad contribuirá a que se alcance un alto nivel de protección de los consumidores mediante las medidas que adopte en virtud del art. 95 del mismo Tratado.

(2) Según el art. 14, apartado 2, del Tratado, el mercado interior comprende un espacio sin fronteras interiores en el que están garantizadas la libre circulación de mercancías y servicios y la libertad de establecimiento. El desarrollo de prácticas comerciales leales dentro del espacio sin fronteras interiores es vital para promover la expansión de las actividades transfronterizas.

(3) Las leyes de los Estados miembros relativas a las prácticas comerciales desleales muestran marcadas diferencias que pueden generar distorsiones apreciables de la competencia y obstaculizar el buen funcionamiento del mercado interior. En el ámbito de la publicidad, la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa ^[3], establece criterios mínimos para la armonización de la legislación sobre la publicidad engañosa, pero no impide que los Estados miembros mantengan o adopten medidas que ofrezcan una mayor protección a los consumidores. Como consecuencia, las disposiciones de los Estados miembros sobre publicidad engañosa difieren de forma significativa.

(4) Estas disparidades provocan incertidumbre en cuanto a cuáles son las normas nacionales aplicables a las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores y crean numerosas barreras que afectan a las empresas y a los consumidores. Estos obstáculos incrementan el coste que supone para las empresas el ejercicio de las libertades del mercado interior, en particular cuando desean realizar actividades de comercialización transfronteriza, campañas de publicidad y promociones de ventas. Dichos obstáculos también crean incertidumbre a los consumidores sobre sus derechos, y merman su confianza en el mercado interior.

(5) A falta de normas uniformes a escala comunitaria, los obstáculos a la libre circulación transfronteriza de bienes y servicios o a la libertad de establecimiento pueden estar justificados al amparo de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas siempre y cuando traten de proteger objetivos de interés público reconocidos y resulten proporcionados en relación con tales

[1] DO C 108, 30.4.2004, p. 81.

[2] Dictamen del Parlamento Europeo de 20 de abril de 2004 (DO C 104 E de 30.4.2004, p. 260), Posición Común del Consejo de 15 de noviembre de 2004 (DO C 38 E de 15.2.2005, p. 1) y Posición del Parlamento Europeo de 24 de febrero de 2005 (no publicada aún en el Diario Oficial). Decisión del Consejo de 12 de abril de 2005.

[3] DO L 250 de 19.9.1984, p. 17. Directiva modificada por la Directiva 97/55/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 290 de 23.10.1997, p. 18).

objetivos. En vista de los objetivos comunitarios recogidos en las disposiciones del Tratado y en las del Derecho comunitario derivado relativas a la libertad de circulación, y conforme a la política de la Comisión sobre comunicaciones comerciales según lo indicado en la comunicación de la Comisión «Seguimiento del Libro Verde sobre las comunicaciones comerciales en el mercado interior», tales obstáculos deben eliminarse, lo cual sólo puede conseguirse estableciendo normas uniformes a escala comunitaria que garanticen un alto nivel de protección del consumidor y aclarando ciertos conceptos jurídicos a escala comunitaria en la medida necesaria para el adecuado funcionamiento del mercado interior y para el cumplimiento del requisito de seguridad jurídica.

(6) En vista de ello, la presente Directiva aproxima las leyes de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales, incluida la publicidad desleal, que son directamente perjudiciales para los intereses económicos de los consumidores y, por ende, indirectamente perjudiciales para los de los competidores legítimos. Conforme al principio de proporcionalidad, la Directiva protege a los consumidores de las consecuencias de dichas prácticas comerciales desleales cuando éstas son sustanciales, si bien reconoce que, en determinados casos, la incidencia para el consumidor puede ser insignificante. No comprende ni atañe a las leyes nacionales sobre prácticas comerciales desleales que perjudican sólo a los intereses económicos de los competidores o que se refieren a transacciones entre comerciantes; para tener plenamente en cuenta el principio de subsidiariedad, los Estados miembros seguirán teniendo la capacidad de regular esas prácticas, de conformidad con el Derecho comunitario, si así lo deciden. La presente Directiva tampoco comprende ni atañe a las disposiciones de la Directiva 84/450/CEE sobre publicidad que induce a error a las empresas pero no a los consumidores y sobre publicidad comparativa. No afecta tampoco a las prácticas publicitarias y de comercialización aceptadas, como la publicidad indirecta (product placement) legítima, la diferenciación de marcas o la oferta de incentivos que pueden afectar legítimamente a la percepción que tienen los consumidores de los productos e influir en su comportamiento, pero sin mermar su capacidad de tomar una decisión con el debido conocimiento de causa.

(7) La presente Directiva aborda las prácticas comerciales que influyen directamente en las decisiones de los consumidores sobre transacciones relacionadas con productos. No se refiere a prácticas comerciales realizadas fundamentalmente con otros fines, como las comunicaciones comerciales dirigidas a inversores, por ejemplo, informes anuales y publicaciones de promoción empresarial. La Directiva no trata de los requisitos legales en relación con el buen gusto y el decoro, los cuales varían considerablemente de un Estado miembro a otro. Hay prácticas comerciales, como, por ejemplo, las campañas de publicidad directa en la calle, que pueden resultar indeseables en algunos Estados miembros por motivos culturales. Por consiguiente, los Estados miembros deben poder seguir prohibiendo en sus territorios, de conformidad con la legislación comunitaria, determinadas prácticas comerciales por motivos de buen gusto o decoro, aun cuando dichas prácticas no limiten la libertad de elección de los consumidores. Al aplicar la presente Directiva, y en particular las cláusulas generales, deberían tenerse plenamente en cuenta las circunstancias de cada caso.

(8) La presente Directiva protege directamente los intereses económicos de los consumidores frente a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores. Por lo tanto, protege también indirectamente a las empresas que operan lícitamente de aquellos de sus competidores que no cumplen lo dispuesto en la Directiva, garantizando así una competencia leal en el ámbito coordinado por la Directiva. Existen, indudablemente, otras prácticas comerciales que, aunque no perjudican al consumidor, pueden dañar a los competidores y a los clientes de las empresas. La Comisión deberá estudiar detenidamente la necesidad de una intervención comunitaria en el campo de la competencia desleal más allá del ámbito de la presente Directiva y, en su caso, presentar una propuesta legislativa que incluya esos otros aspectos de la competencia desleal.

(9) La presente Directiva se entiende sin perjuicio de las acciones individuales ejercidas por quienes hayan resultado perjudicados por una práctica comercial desleal. La presente Directiva tampoco afecta a las normas del Derecho nacional y comunitario en materia contractual, derechos de propiedad intelectual, salud y seguridad de los productos, condiciones de establecimiento y regímenes de autorización, incluidas las que, de conformidad con el Derecho comunitario, se aplican a los juegos de azar, ni a las normas comunitarias sobre competencia y las disposiciones nacionales que las desarrollan. Así, pues, los Estados miembros podrán mantener o promulgar restricciones y prohibiciones de prácticas comerciales por motivos de protección de la salud y de la seguridad de los consumidores en su territorio, con independencia del lugar en el que esté establecido el comerciante, por ejemplo en relación con las bebidas alcohólicas, el tabaco o los productos farmacéuticos. Los servicios financieros y los bienes inmuebles, por su complejidad y por la importancia de los riesgos que conllevan, exigen unos requisitos detallados que incluyen obligaciones positivas para los comerciantes. Por tal motivo, en el ámbito de los servicios financieros y de los bienes inmuebles, la presente Directiva se entiende sin perjuicio del derecho de los Estados miembros de ir más allá de las disposiciones que en ella se incluyen con objeto de proteger los intereses económicos de los consumidores. No procede regular aquí la certificación ni la indicación del grado de pureza de los objetos fabricados con metales preciosos.

(10) Es preciso garantizar una relación coherente entre la presente Directiva y el Derecho comunitario existente, especialmente por lo que respecta a las disposiciones detalladas sobre prácticas comerciales desleales aplicables a sectores concretos. La presente Directiva modifica, en consecuencia, la Directiva 84/450/CEE, la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1977, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia^[4], la Directiva 98/27/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo de 1998, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores^[5], y la Directiva 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores^[6]. La presente Directiva resulta por tanto aplicable sólo en la medida en que

[4] DO L 144 de 4.6.1997, p. 19. Directiva modificada por la Directiva 2002/65/CE (DO L 271 de 9.10.2002, p. 16).

[5] DO L 166 de 11.6.1998, p. 51. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2002/65/CE.

[6] DO L 271 de 9.10.2002, p. 16.

no haya disposiciones específicas del Derecho comunitario que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, como requisitos relativos a la información y normas sobre la manera en que ha de presentarse la información al consumidor. Establece una protección para los consumidores allí donde no existe legislación sectorial específica a nivel comunitario y prohíbe a los comerciantes crear una falsa impresión sobre la naturaleza de los productos. Esto es especialmente importante en el caso de productos complejos que implican un elevado nivel de riesgo para los consumidores, como ciertos productos ligados a servicios financieros. La presente Directiva complementa, pues, el acervo comunitario aplicable a las prácticas comerciales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.

(11) El alto grado de convergencia conseguido con la aproximación de las disposiciones nacionales a través de esta Directiva crea un elevado nivel común de protección de los consumidores. La Directiva establece una única prohibición general de aquellas prácticas comerciales desleales que distorsionan el comportamiento económico de los consumidores. Establece también normas sobre las prácticas comerciales agresivas, que en la actualidad no están reguladas a escala comunitaria.

(12) La armonización reforzará considerablemente la seguridad jurídica tanto para los consumidores como para las empresas. Ambos podrán contar con un único marco normativo basado en conceptos jurídicos claramente definidos que regularán todos los aspectos de las prácticas comerciales desleales en toda la Unión Europea. Como consecuencia de ello, desaparecerán los obstáculos derivados de la fragmentación de las normas sobre prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores y será posible la consecución del mercado interior en este ámbito.

(13) A fin de conseguir los objetivos comunitarios mediante la eliminación de los obstáculos al mercado interior, es preciso reemplazar las cláusulas generales y principios jurídicos divergentes de los Estados miembros. La prohibición general común establecida por la presente Directiva abarca por ello las prácticas comerciales desleales que distorsionan el comportamiento económico de los consumidores. Para fomentar la confianza del consumidor, la prohibición general debe aplicarse también a las prácticas comerciales desleales que se produzcan fuera de cualesquiera relaciones contractuales existentes entre un comerciante y un consumidor o tras la celebración de un contrato y durante su ejecución. Esta prohibición general se desarrolla mediante normas sobre dos tipos de prácticas comerciales que son, con mucho, las más comunes: las prácticas comerciales engañosas y las prácticas comerciales agresivas.

(14) Es conveniente que se consideren prácticas comerciales engañosas aquellas prácticas, incluida la publicidad engañosa, que al inducir a engaño al consumidor, le impiden elegir con el debido conocimiento de causa y, en consecuencia, de manera eficiente. De conformidad con las leyes y prácticas de Estados miembros sobre publicidad engañosa, la Directiva clasifica las prácticas engañosas en acciones engañosas y omisiones engañosas. Con respecto a las omisiones, la Directiva establece un número limitado de datos esenciales que el consumidor necesita para poder tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa. Tal información no tendrá que figurar en todos los anuncios, sino únicamente cuando el comerciante haga una invitación a comprar, concepto éste claramente definido en la Directiva. El enfoque de plena armonización adoptado en la presente Directiva no excluye la posibilidad de que los Estados miembros especifiquen en su legislación nacional las principales características de determinados productos como, por ejemplo, los objetos de colección o los materiales eléctricos, cuya omisión sería sustancial cuando se hiciera una invitación a la compra. La Directiva no pretende reducir las posibilidades de elección del consumidor mediante la prohibición de la promoción de productos que parecen similares a otros, a menos que esta semejanza confunda al consumidor en cuanto al origen comercial del producto y sea, por consiguiente, engañosa. La presente Directiva debe entenderse sin perjuicio de la legislación comunitaria en vigor, que permite expresamente a los Estados miembros elegir entre diversas posibilidades de reglamentación para proteger a los consumidores en materia de prácticas comerciales. En particular, la presente Directiva debe entenderse sin perjuicio de lo dispuesto en el art. 13, apartado 3, de la Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas ^[7].

(15) En los casos en que el Derecho comunitario establece requisitos de información relacionados con las comunicaciones comerciales, la publicidad y la comercialización, esa información se considera sustancial con arreglo a la presente Directiva. Los Estados miembros podrán mantener o añadir requisitos de información relacionada con el Derecho contractual y con repercusiones en el ámbito del Derecho contractual si así lo autorizan las cláusulas mínimas de los instrumentos de Derecho comunitario vigentes. En el anexo II figura una lista no exhaustiva de tales requisitos en materia de información previstos en el acervo. Dado que la presente Directiva introduce una armonización plena, únicamente se considera sustancial a efectos del art. 7, apartado 5, la información exigida por el Derecho comunitario. Cuando los Estados miembros hayan introducido requisitos de información más allá de lo especificado en el Derecho comunitario, sobre la base de cláusulas mínimas, la omisión de esta información complementaria no se considerará una omisión engañosa con arreglo a la presente Directiva. En cambio, los Estados miembros podrán, cuando así lo permitan las cláusulas mínimas del Derecho comunitario, mantener o introducir disposiciones más estrictas, de conformidad con el Derecho comunitario, para garantizar un mayor nivel de protección de los derechos contractuales individuales de los consumidores.

(16) Las disposiciones sobre las prácticas comerciales agresivas deben abarcar aquellas prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor. Se trata de las prácticas que utilizan el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza física, y la influencia indebida.

(17) Para incrementar la seguridad jurídica, es importante que estén identificadas aquellas prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia. Ese tipo de prácticas se enumeran exhaustivamente en la lista del anexo I. Se trata exclusivamente

[7] DO L 201 de 31.7.2002, p. 37.

de las prácticas comerciales que pueden considerarse desleales sin necesidad de un examen pormenorizado de que se dan en cada caso concreto los supuestos contemplados en los arts. 5 a 9. La lista sólo puede modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.

(18) Es importante que todos los consumidores estén protegidos de las prácticas comerciales desleales; sin embargo, el Tribunal de Justicia ha considerado necesario, al fallar sobre casos relacionados con la publicidad desde la entrada en vigor de la Directiva 84/450/CEE, estudiar los efectos de dichas prácticas en la figura teórica del consumidor típico. Atendiendo al principio de proporcionalidad, la presente Directiva, con objeto de permitir la aplicación efectiva de las disposiciones de protección que contiene, toma como referencia al consumidor medio, que, según la interpretación que ha hecho de este concepto el Tribunal de Justicia, está normalmente informado y es razonablemente atento y perspicaz, teniendo en cuenta los factores sociales, culturales y lingüísticos, pero incluye además disposiciones encaminadas a impedir la explotación de consumidores cuyas características los hacen especialmente vulnerables a las prácticas comerciales desleales. Cuando una práctica comercial se dirija específicamente a un grupo concreto de consumidores, como los niños, es conveniente que el efecto de la práctica comercial se evalúe desde la perspectiva del miembro medio de ese grupo. Por consiguiente, es adecuado incluir en la lista de prácticas que se consideran desleales en cualquier circunstancia una disposición por la cual, sin prohibir totalmente la publicidad dirigida a los niños, los proteja frente a exhortaciones directas a comprar. La referencia del consumidor medio no es una referencia estadística. Los tribunales y autoridades nacionales deben aplicar su propio criterio, teniendo en cuenta la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, para determinar la reacción típica del consumidor medio en un caso concreto.

(19) Cuando determinadas características como la edad, una dolencia física o un trastorno mental o la credulidad hagan que los consumidores sean especialmente sensibles a una práctica comercial o al producto correspondiente y, con toda probabilidad, únicamente el comportamiento económico de tales consumidores sea susceptible de distorsión merced a la práctica en cuestión en un sentido que el comerciante pueda prever razonablemente, debe garantizarse que estén adecuadamente protegidos, para lo cual es necesario que la práctica se evalúe desde la perspectiva de un miembro medio de ese grupo.

(20) Debe otorgarse un papel a los códigos de conducta, que permiten a los comerciantes aplicar los principios de la Directiva de forma eficaz en ámbitos económicos específicos. En los sectores en que existan requisitos obligatorios específicos que regulen la conducta de los comerciantes, es oportuno que tales requisitos proporcionen igualmente elementos de juicio sobre la diligencia profesional en dicho sector. El control ejercido por los responsables de los códigos a escala nacional o comunitaria para eliminar las prácticas comerciales desleales puede evitar tener que recurrir a acciones administrativas o judiciales, por lo que se debe fomentar. Con objeto de obtener un nivel elevado de protección del consumidor, se podría informar a las organizaciones de consumidores de la elaboración de códigos de conducta y asociarlas a su redacción.

(21) Las personas u organizaciones que, conforme al Derecho nacional, tengan un interés legítimo en la cuestión deben poder contar con el recurso jurídico de ejercitar acciones contra las prácticas comerciales desleales, ya sea ante un tribunal o ante un órgano administrativo competente para dirimir reclamaciones o para entablar las acciones judiciales pertinentes. Si bien corresponde al Derecho nacional determinar sobre quién recae la carga de la prueba, conviene que los tribunales o los órganos administrativos estén facultados para exigir a los comerciantes que aporten pruebas de la exactitud de las afirmaciones de hecho realizadas.

(22) Es necesario que los Estados miembros establezcan sanciones por el incumplimiento de las disposiciones de la presente Directiva y garanticen su aplicación. Estas sanciones deben ser eficaces, proporcionadas y disuasorias.

(23) Dado que los objetivos de la presente Directiva, a saber, eliminar los obstáculos al funcionamiento del mercado interior que constituyen las diferentes leyes nacionales sobre las prácticas comerciales desleales, y conseguir un elevado nivel común de protección de los consumidores, mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre prácticas comerciales desleales, no pueden ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros y, por consiguiente, pueden lograrse mejor a nivel comunitario, la Comunidad puede adoptar medidas, de acuerdo con el principio de subsidiariedad consagrado en el art. 5 del Tratado. De conformidad con el principio de proporcionalidad enunciado en dicho artículo, la presente Directiva no excede de lo necesario para suprimir los obstáculos al mercado interior y conseguir un elevado nivel común de protección de los consumidores.

(24) Es conveniente someter a revisión la presente Directiva para garantizar que se ha abordado adecuadamente la cuestión de los obstáculos al mercado interior y se ha alcanzado un elevado nivel de protección de los consumidores. La revisión podría dar lugar a una propuesta de la Comisión para modificar la presente Directiva, propuesta que podría incluir una ampliación limitada de la excepción contemplada en el art. 3, apartado 5, así como modificaciones de otros actos legislativos relativos a la protección de los consumidores que reflejen el compromiso, formulado en la estrategia de la Comisión en el ámbito de la política de consumidores, de revisar el acervo actualmente en vigor con vistas a alcanzar un elevado nivel común de protección de estos últimos.

(25) La presente Directiva respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos, en particular, en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

HAN ADOPTADO LA PRESENTE DIRECTIVA:

CAPÍTULO PRIMERO. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

La presente Directiva tiene por objeto contribuir al buen funcionamiento del mercado interior y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.

Artículo 2. Definiciones

A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

a) «consumidor»: cualquier persona física que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio, oficio o profesión;

b) «comerciante»: cualquier persona física o jurídica que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente Directiva, actúe con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, así como cualquiera que actúe en nombre del comerciante o por cuenta de éste;

c) «producto»: cualquier bien o servicio, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones;

d) «prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores» (en lo sucesivo «prácticas comerciales»): todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores;

e) «distorsionar de manera sustancial el comportamiento económico de los consumidores»: utilizar una práctica comercial para mermar de manera apreciable la capacidad del consumidor de adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa haciendo así que éste tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado;

f) «código de conducta»: acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas de un Estado miembro, en el que se define el comportamiento de aquellos comerciantes que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos concretos;

g) «responsable del código»: cualquier entidad, incluido un comerciante o grupo de comerciantes, que sea responsable de la elaboración y revisión de un código de conducta y/o de supervisar su cumplimiento por quienes se hayan comprometido a respetarlo;

h) «diligencia profesional»: el nivel de competencia y cuidado especiales que cabe razonablemente esperar del comerciante en sus relaciones con los consumidores, acorde con las prácticas honradas del mercado o con el principio general de buena fe en el ámbito de actividad del comerciante;

i) «invitación a comprar»: comunicación comercial que indica las características del producto y su precio de una manera adecuada al medio de la comunicación comercial utilizado, y permite así al consumidor realizar una compra;

j) «influencia indebida»: utilización de una posición de poder en relación con el consumidor para ejercer presión, incluso sin usar fuerza física ni amenazar con su uso, de una forma que limite de manera significativa la capacidad del consumidor de tomar una decisión con el debido conocimiento de causa;

k) «decisión sobre una transacción»: toda decisión por la que un consumidor opta por comprar o no un producto y resuelve de qué manera y en qué condiciones efectúa la compra, si realiza un pago íntegro o parcial, si conserva un producto o se deshace de él y si ejerce un derecho contractual en relación con dicho producto, tanto si el consumidor opta por actuar como por abstenerse de actuar;

l) «profesión regulada»: la actividad o conjunto de actividades profesionales en las que el acceso, ejercicio o una de las modalidades de ejercicio están subordinados de manera directa o indirecta, en virtud de disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, a la posesión de determinadas cualificaciones profesionales.

Artículo 3. Ámbito de aplicación

1. La presente Directiva será aplicable a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores según establece el art. 5, antes, durante y después de una transacción comercial en relación con un producto.

2. La presente Directiva se entenderá sin perjuicio del Derecho contractual, y en particular de las normas relativas a la validez, la formación o el efecto de los contratos.

3. La presente Directiva se entenderá sin perjuicio de las normas nacionales o comunitarias relativas a los aspectos de salud y seguridad de los productos.

4. En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente Directiva y otras normas comunitarias que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

5. Durante un período de seis años a partir del 12 de junio de 2007, los Estados miembros podrán seguir aplicando, dentro del ámbito objeto de la aproximación que realiza la Directiva, disposiciones nacionales más exigentes o más restrictivas que las que ésta contiene y que tengan por objeto la aplicación de las Directivas que contienen cláusulas mínimas de armonización. Las mencionadas disposiciones nacionales deberán ser indispensables para que los consumidores estén adecuadamente protegidos de las prácticas comerciales desleales

y habrán de ser proporcionadas a ese objetivo. La revisión a que se refiere el art. 18 podrá, si se considera apropiado, incluir una propuesta para prolongar esta excepción por un período limitado de tiempo.

6. Los Estados miembros notificarán sin demora a la Comisión cualesquiera disposiciones nacionales que apliquen al amparo de lo dispuesto en el apartado 5.

7. La presente Directiva se entenderá sin perjuicio de las normas que determinan la competencia de los tribunales.

8. La presente Directiva se entenderá sin perjuicio de cualesquiera requisitos para el establecimiento o los regímenes de autorización, o de los códigos deontológicos u otras normas específicas que rijan las profesiones reguladas con el fin de mantener rigurosas exigencias de integridad por parte de los profesionales que los Estados miembros puedan imponer a estos últimos de conformidad con el Derecho comunitario.

9. Por lo que respecta a los «servicios financieros» definidos en la Directiva 2002/65/CE y a los bienes inmuebles, los Estados miembros podrán imponer requisitos más exigentes o más restrictivos que los previstos en la presente Directiva en el ámbito objeto de la aproximación que ésta realiza.

10. La presente Directiva no afectará a la aplicación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la certificación e indicación del grado de pureza de los objetos fabricados con metales preciosos.

Artículo 4. Mercado interior

Los Estados miembros no restringirán la libre prestación de servicios ni la libre circulación de mercancías por razones pertinentes al ámbito objeto de la aproximación que lleva a cabo esta Directiva.

CAPÍTULO II. PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

Artículo 5. Prohibición de las prácticas comerciales desleales

1. Se prohibirán las prácticas comerciales desleales.

2. Una práctica comercial será desleal si:

a) es contraria a los requisitos de la diligencia profesional, y

b) distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica, o del miembro medio del grupo, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

3. Las prácticas comerciales que puedan distorsionar de manera sustancial, en un sentido que el comerciante pueda prever razonablemente, el comportamiento económico únicamente de un grupo claramente identificable de consumidores especialmente vulnerables a dichas prácticas o al producto al que se refieran, por padecer estos últimos una dolencia física o un trastorno mental o por su edad o su credulidad, deberán evaluarse desde la perspectiva del miembro medio de ese grupo. Ello se entenderá sin perjuicio de la práctica publicitaria habitual y legítima de efectuar afirmaciones exageradas o afirmaciones respecto de las cuales no se pretenda una interpretación literal.

4. En particular, serán desleales las prácticas comerciales que:

a) sean engañosas según lo establecido en los arts. 6 y 7, o

b) sean agresivas según lo establecido en los arts. 8 y 9.

5. En el anexo I figura una lista de las prácticas comerciales que se considerarán desleales en cualquier circunstancia. La misma lista única se aplicará en todos los Estados miembros y sólo podrá modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.

SECCIÓN PRIMERA. Prácticas comerciales engañosas

Artículo 6. Acciones engañosas

1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que contenga información falsa y por tal motivo carezca de veracidad o información que, en la forma que sea, incluida su presentación general, induzca o pueda inducir a error al consumidor medio, aun cuando la información sea correcta en cuanto a los hechos, sobre uno o más de los siguientes elementos, y que en cualquiera de estos dos casos le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado:

a) la existencia o la naturaleza del producto;

b) las características principales del producto, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, la asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los

resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al producto;

c) el alcance de los compromisos del comerciante, los motivos de la práctica comercial y la naturaleza del proceso de venta, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el comerciante o el producto son objeto de un patrocinio o una aprobación directos o indirectos;

d) el precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio;

e) la necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación;

f) la naturaleza, las características y los derechos del comerciante o su agente, tales como su identidad y su patrimonio, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido;

g) los derechos del consumidor, incluidos los derechos de sustitución o de reembolso previstos por la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo de 1999, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo ^[8], o los riesgos que pueda correr.

2. También se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, y teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado, y que suponga:

a) cualquier operación de comercialización de un producto, incluida la publicidad comparativa, que cree confusión con cualesquiera productos, marcas registradas, nombres comerciales u otras marcas distintivas de un competidor;

b) el incumplimiento por parte del comerciante de compromisos incluidos en códigos de conducta que aquél se haya obligado a respetar, siempre y cuando:

i) el compromiso no remita a una aspiración u objetivo sino que sea firme y pueda ser verificado,

y

ii) el comerciante indique en una práctica comercial que está vinculado por el código.

Artículo 7. Omisiones engañosas

1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

2. Se considerará también que hay omisión engañosa cuando un comerciante oculte la información sustancial contemplada en el apartado 1, teniendo en cuenta las cuestiones contempladas en dicho apartado, o la ofrezca de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado, o no dé a conocer el propósito comercial de la práctica comercial en cuestión en caso de que no resulte evidente por el contexto, siempre que, en cualquiera de estos casos, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

3. Cuando el medio utilizado para comunicar la práctica comercial imponga limitaciones de espacio o de tiempo, a la hora de decidir si se ha omitido información deberán tenerse en cuenta esas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el comerciante para poner la información a disposición del consumidor por otros medios.

4. En los casos en que haya una invitación a comprar se considerará sustancial la información que figura a continuación, si no se desprende ya claramente del contexto:

a) las características principales del producto, en la medida adecuada al medio utilizado y al producto;

b) la dirección geográfica y la identidad del comerciante, tal como su nombre comercial y, en su caso, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa;

c) el precio, incluidos los impuestos, o, en caso de que éste no pueda calcularse razonablemente de antemano por la naturaleza del producto, la forma en que se determina el precio, así como, cuando proceda, todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, cuando tales gastos no puedan ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que pueden existir dichos gastos adicionales;

d) los procedimientos de pago, entrega y funcionamiento, y el sistema de tratamiento de las reclamaciones, si se apartan de las exigencias de la diligencia profesional;

e) en el caso de los productos y transacciones que lleven aparejado un derecho de revocación o cancelación, la existencia de tal derecho.

[8] DO L 171 de 7.7.1999, p. 12.

5. Se considerarán sustanciales los requisitos establecidos por el Derecho comunitario en materia de información relacionados con las comunicaciones comerciales, con inclusión de la publicidad o la comercialización, de los que el anexo II contiene una lista no exhaustiva.

SECCIÓN SEGUNDA. Prácticas comerciales agresivas

Artículo 8. Prácticas comerciales agresivas

Se considerará agresiva toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, merme o pueda mermar de forma importante, mediante el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza, o la influencia indebida, la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto al producto y, por consiguiente, le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otra forma no hubiera tomado.

Artículo 9. Utilización del acoso, la coacción y la influencia indebida

Para determinar si una práctica comercial hace uso del acoso, la coacción, con inclusión del uso de la fuerza, o la influencia indebida se tendrán en cuenta:

- a) el momento y el lugar en que se produce, su naturaleza o su persistencia;
- b) el empleo de un lenguaje o un comportamiento amenazador o insultante;
- c) la explotación por parte del comerciante de cualquier infortunio o circunstancia específicos lo suficientemente graves como para mermar la capacidad de discernimiento del consumidor, de los que el comerciante tenga conocimiento, para influir en la decisión del consumidor con respecto al producto;
- d) cualesquiera obstáculos no contractuales onerosos o desproporcionados impuestos por el comerciante cuando un consumidor desee ejercitar derechos previstos en el contrato, incluidos el derecho de poner fin al contrato o el de cambiar de producto o de comerciante;
- e) la amenaza de ejercer cualquier acción que, legalmente, no pueda ejercerse.

CAPÍTULO III. CÓDIGOS DE CONDUCTA

Artículo 10. Códigos de conducta

La presente Directiva no excluye el control, que los Estados miembros pueden fomentar, de las prácticas comerciales desleales por parte de los responsables de códigos, ni el recurso a tales organismos por parte de las personas u organizaciones a las que se hace referencia en el art. 11, siempre y cuando el procedimiento ante tales organismos sea adicional al procedimiento administrativo o judicial mencionado en dicho artículo.

El recurso a tales órganos de control nunca supondrá la renuncia a las acciones judiciales o administrativas a que se refiere el art. 11.

CAPÍTULO IV. DISPOSICIONES FINALES

Artículo 11. Ejecución

1. Los Estados miembros velarán por que existan medios adecuados y eficaces para luchar contra las prácticas comerciales desleales, con miras al cumplimiento de las disposiciones de la presente Directiva en interés de los consumidores.

Estos medios deberán incluir disposiciones legales en virtud de las cuales las personas o las organizaciones que tengan, con arreglo a la legislación nacional, un interés legítimo en combatir las prácticas comerciales desleales, incluidos los competidores, puedan:

- a) proceder judicialmente contra tales prácticas comerciales desleales,
y/o
- b) someter las prácticas comerciales desleales a un órgano administrativo competente, bien para que se pronuncie sobre las reclamaciones, bien para que entable las acciones judiciales pertinentes.

Corresponderá a cada Estado miembro decidir cuál de esos procedimientos se adoptará y si conviene que el tribunal o el órgano administrativo esté facultado para exigir el recurso previo a otras vías establecidas para la solución de reclamaciones, incluidas las mencionadas en el art. 10. Estos procedimientos estarán disponibles con independencia de que los consumidores afectados se hallen en el territorio del Estado miembro en que se encuentre el comerciante o en otro Estado miembro.

Corresponderá a cada Estado miembro decidir:

- a) si estos procedimientos legales podrán utilizarse, por separado o conjuntamente, contra varios comerciantes de un mismo sector económico, y

b) si podrán utilizarse contra el responsable de un código en caso de que el código en cuestión fomente el incumplimiento de requisitos legales.

2. En el marco de las disposiciones legales a que se refiere el apartado 1, los Estados miembros conferirán a los tribunales o a los órganos administrativos unas competencias que les faculten para tomar las medidas que se indican a continuación si estiman que dichas medidas son necesarias habida cuenta de todos los intereses en juego y, en particular, del interés general:

a) ordenar el cese de prácticas comerciales desleales, o emprender las acciones legales pertinentes para que se ordene el cese de dichas prácticas,

o

b) prohibir la práctica comercial desleal o emprender las acciones legales pertinentes para que se ordene la prohibición de la práctica, cuando ésta no haya sido todavía utilizada pero sea inminente su utilización,

incluso en ausencia de prueba de una pérdida o de un perjuicio real, o de una intención o negligencia por parte del comerciante.

Los Estados miembros preverán además que las medidas a que se refiere el párrafo primero se adopten en el marco de un procedimiento acelerado:

- bien con efecto provisional,

- bien con efecto definitivo,

quedando entendido que corresponde a cada Estado miembro determinar cuál de estas dos opciones será la que se adopte.

Además, los Estados miembros podrán atribuir a los tribunales o a los órganos administrativos competencias que, con el fin de eliminar los efectos persistentes de prácticas comerciales desleales cuyo cese haya sido ordenado por una decisión definitiva, les faculten:

a) para exigir la publicación total o parcial de dicha decisión en la forma que juzguen adecuada;

b) para exigir, además, la publicación de un comunicado rectificativo.

3. Los órganos administrativos a que se refiere el apartado 1 deberán:

a) tener una composición tal que no arroje dudas sobre su imparcialidad;

b) tener poderes adecuados para poder supervisar e imponer de manera eficaz la observancia de sus decisiones cuando se pronuncien acerca de las reclamaciones;

c) en principio, motivar sus decisiones.

Cuando las competencias a que se refiere el apartado 2 sean ejercidas únicamente por un órgano administrativo, éste deberá motivar sus decisiones en todos los casos. Además, en este caso, se deberán prever procedimientos que permitan someter a control jurisdiccional todo acto u omisión impropio o injustificado en el ejercicio de las competencias del órgano administrativo.

Artículo 12. Tribunales y órganos administrativos: justificación de las afirmaciones

Los Estados miembros atribuirán a los tribunales o a los órganos administrativos competencias que les faculten, en el caso de los procedimientos civiles o administrativos a los que se refiere el art. 11:

a) para exigir que el comerciante aporte pruebas de la exactitud de las afirmaciones de hecho realizadas en la práctica comercial si, habida cuenta de los intereses legítimos del comerciante y de cualquier otra parte en el procedimiento, tal exigencia parece apropiada a la vista de las circunstancias del caso,

y

b) para considerar inexactas las afirmaciones de hecho si no se presentan las pruebas exigidas de conformidad con la letra a) o si tales pruebas son consideradas insuficientes por el tribunal o el órgano administrativo.

Artículo 13. Sanciones

Los Estados miembros establecerán sanciones para los casos de incumplimiento de las disposiciones nacionales adoptadas en aplicación de la presente Directiva, y tomarán todas las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de las mismas. Las sanciones deberán ser eficaces, proporcionadas y disuasorias.

Artículo 14. Modificaciones de la Directiva 84/450/CEE

La Directiva 84/450/CEE se modifica como sigue:

1) El art. 1 EDL 1984/9858 se sustituye por el texto siguiente:

Artículo 1

La presente Directiva tiene por objeto proteger a los comerciantes contra la publicidad engañosa y sus consecuencias injustas y establecer las condiciones en las que estará permitida la publicidad comparativa.

2) En el art. 2:

- el punto 3 EDL 1984/9858 se sustituye por el texto siguiente:

3) vendedor o proveedor (en lo sucesivo denominado «comerciante»): toda persona física o jurídica que actúe con un propósito relacionado con su actividad económica, oficio, negocio o profesión, así como cualquiera que actúe en nombre del comerciante o por cuenta de éste;

- se añade el punto EDL 1984/9858 siguiente:

4) responsable del código: toda entidad, incluido un comerciante o grupo de comerciantes, que sea responsable de la elaboración y revisión de un código de conducta y/o de supervisar su cumplimiento por quienes se hayan comprometido a respetarlo.

3) El art. 3 bis EDL 1984/9858 se sustituye por el texto siguiente:

Artículo 3 bis

1) La publicidad comparativa, en lo que se refiere a la comparación, estará permitida cuando cumpla las siguientes condiciones:

a) que no sea engañosa con arreglo a lo dispuesto en el art. 2, apartado 2, el art. 3 y el art. 7, apartado 1, de la presente Directiva y en los arts. 6 y 7 de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (*);

b) que compare bienes o servicios que satisfagan las mismas necesidades o tengan la misma finalidad;

c) que compare de modo objetivo una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de dichos bienes y servicios, entre las que podrá incluirse el precio;

d) que no desacredite ni denigre las marcas, nombres comerciales, otros signos distintivos, bienes, servicios, actividades o circunstancias de algún competidor;

e) que se refiera en cada caso, en productos con denominación de origen, a productos con la misma denominación;

f) que no obtenga indebidamente ventaja de la reputación de una marca, nombre comercial u otro signo distintivo de algún competidor o de las denominaciones de origen de productos competidores;

g) que no presente un bien o un servicio como imitación o réplica de un bien o un servicio con una marca o un nombre comercial protegidos;

h) que no dé lugar a confusión entre los comerciantes, entre el anunciante y un competidor o entre las marcas, los nombres comerciales, otros signos distintivos o los bienes o servicios del anunciante y los de algún competidor.

(*) DO L 149 de 11.6.2005, p. 22.

4) El apartado 1 del art. 4 EDL 1984/9858 se sustituye por el texto siguiente:

1) Los Estados miembros velarán por que existan los medios adecuados y eficaces para luchar contra la publicidad engañosa y con miras al cumplimiento de las disposiciones en materia de publicidad comparativa en interés de los comerciantes y de los competidores. Estos medios deberán incluir disposiciones legales en virtud de las cuales las personas o las organizaciones que tengan, con arreglo a la legislación nacional, un interés legítimo en la lucha contra la publicidad engañosa o en la regulación de la publicidad comparativa puedan:

a) proceder judicialmente contra esta publicidad,

o

b) someter esta publicidad a una autoridad administrativa competente bien para que ésta se pronuncie sobre las reclamaciones o bien para entablar las acciones judiciales pertinentes.

Corresponderá a cada Estado miembro decidir cuál de los procedimientos se adoptará y si conviene que el tribunal o el órgano administrativo esté facultado para exigir un recurso previo a otras vías establecidas para la solución de reclamaciones, incluidas las mencionadas en el art. 5.

Corresponderá a cada Estado miembro decidir:

a) si estos procedimientos legales podrán utilizarse, por separado o conjuntamente, contra varios comerciantes de un mismo sector económico,

y

b) si podrán utilizarse contra el responsable de un código en caso de que el código en cuestión fomente el incumplimiento de requisitos legales.

5) El apartado 1 del art. 7 EDL 1984/9858 se sustituye por el texto siguiente:

1) La presente Directiva no será óbice para que los Estados miembros mantengan o adopten disposiciones tendentes a asegurar una protección más amplia, en materia de publicidad engañosa, de los comerciantes y los competidores.

Artículo 15. Modificaciones de la Directiva 97/7/CE y de la Directiva 2002/65/CE

1) El art. 9 de la Directiva 97/7/CE EDL 1997/23335 se sustituye por el texto siguiente:

Artículo 9. Suministro no solicitado

Habida cuenta de la prohibición de las prácticas de suministro no solicitado que establece la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (*), los Estados miembros adoptarán las medidas necesarias para dispensar al consumidor de toda contraprestación en caso de suministro no solicitado, sin que la falta de respuesta pueda considerarse como consentimiento.

(*) DO L 149 de 11.6.2005, p. 22.

2) El art. 9 de la Directiva 2002/65/CE EDL 2002/41806 se sustituye por el texto siguiente:

Artículo 9

Habida cuenta de la prohibición de las prácticas de suministro no solicitado que establece la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (*), y sin perjuicio de la legislación de los Estados miembros relativa a la renovación tácita de los contratos a distancia, cuando ésta permita dicha renovación, los Estados miembros tomarán medidas a fin de dispensar al consumidor de toda obligación en caso de prestación no solicitada, sin que la falta de respuesta pueda considerarse como consentimiento.

(*) DO L 149 de 11.6.2005, p. 22.

Artículo 16. Modificación de la Directiva 98/27/CE y del Reglamento (CE) nº 2006/2004

2) En el anexo del Reglamento (CE) nº 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, relativo a la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores («Reglamento relativo a la cooperación en materia de protección de los consumidores»)^[9] se añade el punto EDL 2004/174068 siguiente:

16) Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (DO L 149 de 11.6.2005, p. 22.).

Artículo 17. Información

Los Estados miembros adoptarán las medidas adecuadas para informar a los consumidores de la ley nacional por la que se incorpora la presente Directiva a su ordenamiento interno, y, cuando proceda, alentarán a los comerciantes y a los responsables de códigos a informar a los consumidores de sus códigos de conducta.

Artículo 18. Revisión

1. A más tardar el 12 de junio de 2011, la Comisión presentará al Parlamento Europeo y al Consejo un informe global sobre la aplicación de la Directiva, en particular del art. 3, apartado 9, y del art. 4 y el anexo I, sobre las posibilidades de proseguir la armonización y simplificación de la legislación comunitaria en materia de protección de los consumidores, y, teniendo en cuenta lo dispuesto en el art. 3, apartado 5, sobre cuantas medidas sea necesario adoptar a escala comunitaria para garantizar el mantenimiento de niveles adecuados de protección de los consumidores. El informe irá acompañado, si es necesario, de una propuesta de revisión de la presente Directiva o de otras disposiciones pertinentes del Derecho comunitario.

2. El Parlamento Europeo y el Consejo procurarán tomar una decisión, de conformidad con el Tratado, en un plazo de dos años desde la presentación por la Comisión de cualquier propuesta que ésta les haya sometido con arreglo a lo dispuesto en el apartado 1.

Artículo 19. Incorporación al Derecho interno

[9] DO L 364 de 9.12.2004, p. 1.

Los Estados miembros adoptarán y publicarán las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la presente Directiva a más tardar el 12 de junio de 2007. Informarán inmediatamente de ello a la Comisión y le comunicarán también sin demora cualquier modificación posterior.

Aplicarán dichas disposiciones a más tardar el 12 de diciembre de 2007. Cuando los Estados miembros adopten dichas disposiciones, éstas incluirán una referencia a la presente Directiva o irán acompañadas de dicha referencia en su publicación oficial. Los Estados miembros establecerán las modalidades de la mencionada referencia.

Artículo 20. Entrada en vigor

La presente Directiva entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea.

Artículo 21. Destinatarios

Los destinatarios de la presente Directiva son los Estados miembros.

ANEXO I. PRÁCTICAS COMERCIALES QUE SE CONSIDERAN DESLEALES EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA

Prácticas comerciales engañosas

- 1) Afirmar el comerciante ser signatario de un código de conducta no siendo cierto.
- 2) Exhibir un sello de confianza o de calidad o un distintivo equivalente sin haber obtenido la necesaria autorización.
- 3) Afirmar que un código de conducta ha recibido el refrendo de un organismo público o de otro tipo no siendo cierto.
- 4) Afirmar que un comerciante (incluidas sus prácticas comerciales) o un producto ha sido aprobado, aceptado o autorizado por un organismo público o privado cuando éste no sea el caso, o hacer esa afirmación sin cumplir las condiciones de la aprobación, aceptación o autorización.
- 5) Realizar una invitación a comprar productos a un precio determinado sin revelar la existencia de motivos razonables que el comerciante pueda tener para pensar que no estará en condiciones de ofrecer, él mismo o a través de otro comerciante, dichos productos o productos equivalentes a ese precio durante un período y en cantidades razonables, teniendo en cuenta el producto, el alcance de la publicidad que se le haya dado y el precio de que se trate (publicidad señuelo).
- 6) Realizar una invitación a comprar productos a un precio determinado para luego:
 - a) negarse a mostrar el artículo anunciado a los consumidores,
 - o
 - b) negarse a aceptar pedidos de dicho artículo o a hacer entregas del mismo en un período de tiempo razonable,
 - o
 - c) enseñar una muestra defectuosa del mismo,con la intención de promocionar un producto diferente (señuelo y cambio).
- 7) Afirmar falsamente que el producto sólo estará disponible durante un período de tiempo muy limitado o que sólo estará disponible en determinadas condiciones durante un período de tiempo muy limitado a fin de inducir al consumidor a tomar una decisión inmediata, privándole así de la oportunidad o el tiempo suficiente para hacer su elección con el debido conocimiento de causa.
- 8) Comprometerse a proporcionar un servicio posventa a consumidores con los que el comerciante se haya comunicado con anterioridad a una transacción en un idioma que no sea idioma oficial del Estado miembro en que esté instalado el comerciante, y que tal servicio se encuentre luego disponible únicamente en otro idioma, sin haber advertido claramente de ello al consumidor antes de que éste se comprometa a realizar la transacción.
- 9) Afirmar o crear por otro medio la impresión de que un producto puede ser legalmente vendido no siendo cierto.
- 10) Presentar los derechos que otorga la legislación a los consumidores como si fueran una característica distintiva de la oferta del comerciante.

11) Recurrir a un contenido editorial en los medios de comunicación para promocionar un producto, pagando el comerciante por dicha promoción, pero sin que ello quede claramente especificado en el contenido o mediante imágenes y sonidos claramente identificables para el consumidor (publirreportajes). Este supuesto se entenderá sin perjuicio de la Directiva 89/552/CEE ^[10].

12) Hacer afirmaciones materialmente inexactas en cuanto a la naturaleza y la extensión del peligro que supondría para la seguridad personal del consumidor o de su familia el hecho de que el consumidor no compre el producto.

13) Promocionar un producto similar al producto de un determinado fabricante para inducir de manera deliberada al consumidor a creer que el producto procede de ese mismo fabricante no siendo cierto.

14) Crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores en el plan, y no de la venta o el consumo de productos.

15) Afirmar que el comerciante está a punto de cesar en sus actividades o de trasladarse sin que vaya a hacerlo.

16) Alegar que los productos pueden facilitar la obtención de premios en juegos de azar.

17) Proclamar falsamente que un producto puede curar enfermedades, disfunciones o malformaciones.

18) Transmitir información materialmente inexacta sobre las condiciones del mercado o sobre la posibilidad de encontrar el producto, con la intención de inducir al consumidor a adquirirlo en condiciones menos favorables que las condiciones normales de mercado.

19) Afirmar en una práctica comercial que se ofrece un concurso o premios de promoción sin conceder los premios descritos ni algo razonablemente equivalente.

20) Describir un producto como «gratuito», «regalo», «sin gastos» o cualquier fórmula equivalente si el consumidor tiene que abonar dinero por cualquier concepto distinto del coste inevitable de la respuesta a la práctica comercial y la recogida del producto o del pago por la entrega de éste.

21) Incluir en la documentación de comercialización una factura o un documento similar de pago que dé al consumidor la impresión de que ya ha encargado el producto comercializado sin que éste haya hecho el pedido correspondiente.

22) Afirmar de forma fraudulenta o crear la impresión falsa de que un comerciante no actúa a los fines propios de su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, o presentarse de forma fraudulenta como un consumidor.

23) Crear la impresión falsa de que el servicio posventa en relación con el producto está disponible en un Estado miembro distinto de aquel en el que se ha vendido el producto.

Prácticas comerciales agresivas

24) Crear la impresión de que el consumidor no puede abandonar el local hasta haber perfeccionado el contrato.

25) Realizar visitas en persona al domicilio del consumidor, ignorando las peticiones de éste de que el comerciante abandone su casa o no vuelva a personarse en ella, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado, con arreglo a la legislación nacional, para hacer cumplir una obligación contractual.

26) Realizar proposiciones no solicitadas y persistentes por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios a distancia, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado, con arreglo a la legislación nacional, para hacer cumplir una obligación contractual. Este supuesto se entenderá sin perjuicio del art. 10 de la Directiva 97/7/CE y de las Directivas 95/46/CE ^[11] y 2002/58/CE.

27) Exigir al consumidor que desee reclamar una indemnización al amparo de una póliza de seguro que presente documentos que no puedan razonablemente considerarse pertinentes para determinar la validez de la reclamación o dejar sistemáticamente sin responder la correspondencia al respecto, con el fin de disuadirlo de ejercer sus derechos contractuales.

28) Incluir en una publicidad una exhortación directa a los niños para que compren o convenzan a sus padres u otros adultos de que les compren los productos anunciados. Esta disposición se entiende sin perjuicio de lo dispuesto en el art. 16 de la Directiva 89/552/CEE relativa a la radiodifusión televisiva.

29) Exigir el pago inmediato o aplazado, la devolución o la custodia de productos suministrados por el comerciante, pero que no hayan sido solicitados por el consumidor (suministro no solicitado), salvo cuando el producto en cuestión sea un producto de sustitución suministrado de conformidad con lo establecido en el art. 7, apartado 3, de la Directiva 97/7/CE.

30) Informar expresamente al consumidor de que el trabajo o el sustento del comerciante corren peligro si el consumidor no adquiere el producto o servicio.

[10] Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DO L 298 de 17.10.1989, p. 23). Directiva modificada por la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 202 de 30.7.1997, p. 60).

[11] Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (DO L 281 de 23.11.1995, p. 31). Directiva modificada por el Reglamento (CE) nº 1882/2003 (DO L 284 de 31.10.2003, p. 1).

31) Crear la impresión falsa de que el consumidor ha ganado ya, ganará, o conseguirá si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente, cuando en realidad:

- no existe tal premio o ventaja equivalente,

o

- la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a la obligación, por parte del consumidor, de efectuar un pago o incurrir en un gasto.

ANEXO II. DISPOSICIONES DEL DERECHO COMUNITARIO QUE ESTABLECEN NORMAS RELATIVAS A LA PUBLICIDAD Y A LAS COMUNICACIONES COMERCIALES

Artículos 4 y 5 de la Directiva 97/7/CE.

Artículo 3 de la Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados ^[12].

Artículo 3, apartado 3, de la Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 1994, relativa a la protección de los adquirentes en lo relativo a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido ^[13].

Artículo 3, apartado 4, de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores ^[14].

Artículos 86 a 100 de la Directiva 2001/83/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de noviembre de 2001, por la que se establece un código comunitario sobre medicamentos para uso humano ^[15].

Artículos 5 y 6 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) ^[16].

Artículo 1, letra d), de la Directiva 98/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, que modifica la Directiva 87/102/CEE del Consejo relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de crédito al consumo ^[17].

Artículos 3 y 4 de la Directiva 2002/65/CE.

Artículo 1, apartado 9, de la Directiva 2001/107/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de enero de 2002, que modifica la Directiva 85/611/CEE del Consejo por la que se coordinan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas sobre determinados organismos de inversión colectiva en valores mobiliarios (OICVM), con vistas a la regulación de las sociedades de gestión y los folletos simplificados ^[18].

Artículos 12 y 13 de la Directiva 2002/92/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de diciembre de 2002, sobre la mediación en los seguros ^[19].

Artículo 36 de la Directiva 2002/83/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de noviembre de 2002, sobre el seguro de vida ^[20].

[12] DO L 158 de 23.6.1990, p. 59.

[13] DO L 280 de 29.10.1994, p. 83.

[14] DO L 80 de 18.3.1998, p. 27.

[15] DO L 311 de 28.11.2001, p. 67. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2004/27/CE (DO L 136 de 30.4.2004, p. 34).

[16] DO L 178 de 17.7.2000, p. 1.

[17] DO L 101 de 1.4.1998, p. 17.

[18] DO L 41 de 13.2.2002, p. 20.

[19] DO L 9 de 15.1.2003, p. 3.

[20] DO L 345 de 19.12.2002, p. 1. Directiva modificada por la Directiva 2004/66/CE del Consejo (DO L 168 de 1.5.2004, p. 35).

Artículo 19 de la Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, relativa a los mercados de instrumentos financieros ^[21].

Artículos 31 y 43 de la Directiva 92/49/CEE del Consejo, de 18 de junio de 1992, sobre coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas relativas al seguro directo distinto del seguro de vida ^[22] (tercera Directiva de seguros distintos del seguro de vida).

Artículos 5, 7 y 8 de la Directiva 2003/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 4 de noviembre de 2003, sobre el prospecto que debe publicarse en caso de oferta pública o admisión a cotización de valores ^[23].

DO C 108, 30.4.2004, p. 81.

Dictamen del Parlamento Europeo de 20 de abril de 2004 (DO C 104 E de 30.4.2004, p. 260), Posición Común del Consejo de 15 de noviembre de 2004 (DO C 38 E de 15.2.2005, p. 1) y Posición del Parlamento Europeo de 24 de febrero de 2005 (no publicada aún en el Diario Oficial). Decisión del Consejo de 12 de abril de 2005.

DO L 250 de 19.9.1984, p. 17. Directiva modificada por la Directiva 97/55/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 290 de 23.10.1997, p. 18).

DO L 144 de 4.6.1997, p. 19. Directiva modificada por la Directiva 2002/65/CE (DO L 271 de 9.10.2002, p. 16).

DO L 166 de 11.6.1998, p. 51. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2002/65/CE.

DO L 271 de 9.10.2002, p. 16.

DO L 201 de 31.7.2002, p. 37.

DO L 171 de 7.7.1999, p. 12.

DO L 364 de 9.12.2004, p. 1.

Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DO L 298 de 17.10.1989, p. 23). Directiva modificada por la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 202 de 30.7.1997, p. 60).

Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (DO L 281 de 23.11.1995, p. 31). Directiva modificada por el Reglamento (CE) n° 1882/2003 (DO L 284 de 31.10.2003, p. 1).

DO L 158 de 23.6.1990, p. 59.

DO L 280 de 29.10.1994, p. 83.

DO L 80 de 18.3.1998, p. 27.

DO L 311 de 28.11.2001, p. 67. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2004/27/CE (DO L 136 de 30.4.2004, p. 34).

DO L 178 de 17.7.2000, p. 1.

DO L 101 de 1.4.1998, p. 17.

DO L 41 de 13.2.2002, p. 20.

DO L 9 de 15.1.2003, p. 3.

DO L 345 de 19.12.2002, p. 1. Directiva modificada por la Directiva 2004/66/CE del Consejo (DO L 168 de 1.5.2004, p. 35).

DO L 145 de 30.4.2004, p. 1.

DO L 228 de 11.8.1992, p. 1. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2002/87/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 35 de 11.2.2003, p. 1).

DO L 345 de 31.12.2003, p. 64.

[21] DO L 145 de 30.4.2004, p. 1.

[22] DO L 228 de 11.8.1992, p. 1. Directiva cuya última modificación la constituye la Directiva 2002/87/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 35 de 11.2.2003, p. 1).

[23] DO L 345 de 31.12.2003, p. 64.