

Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета за изменение на директива 84/450/ЕИО относно заблуждаващата реклама с цел да се обхване сравнителната реклама

Директива 97/55/ЕО на Европейския парламент и на Съвета

от 6 октомври 1997 година

за изменение на Директива 84/450/ЕИО относно заблуждаващата реклама с цел да се обхване сравнителната реклама

ЕВРОПЕЙСКИЯТ ПАРЛАМЕНТ И СЪВЕТЪТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ,

като взеха предвид Договора за създаване на Европейската общност, и по-специално член 100а от него,

като взеха предвид предложението на Комисията [1],

като взеха предвид становището на Икономическия и социален комитет [2],

в съответствие с процедурата, предвидена в член 189б от Договора [3], в съответствие със съвместния текст, одобрен от Помирителния комитет на 25 юни 1997 г.,

(1) като имат предвид, че една от основните цели на Общността е изграждането на вътрешния пазар, като имат предвид, че трябва да бъдат приети мерки, които да осигурят безпрепятственото функциониране на пазара; като имат предвид, че вътрешният пазар представлява област без вътрешни граници, в която стоки, лица, услуги и капитали могат да се движат свободно;

(2) като имат предвид, че изграждането на вътрешния пазар означава все по-широк обхват на избор, като имат предвид, че потребителите могат и трябва да се възползват максимално от вътрешния пазар, и рекламата е много важно средство за създаване на реални пазари за всички стоки и услуги в Общността, основните разпоредби, управляващи формата и съдържанието на сравнителната реклама трябва да бъдат еднакви, а условията за използването на сравнителна реклама в държавите-членки — хармонизирани; като има предвид, че ако тези условия са изпълнени, това спомага качествата на различните сравними стоки да бъдат показани обективно; като имат предвид, че сравнителната реклама може също така да стимулира конкуренцията между доставчиците на стоки и услуги в полза на потребителя;

(3) като имат предвид, че законовите, подзаконовите и административните разпоредби на отделните държави-членки по отношение на сравнителната реклама се различават значително; като имат предвид, че рекламата достига отвъд държавните граници и се приема на територията на други държави-членки; като имат предвид, че одобрението или неодобрението на сравнителната реклама според различните вътрешни разпоредби може да представлява пречка за свободното движение на стоки и услуги и да доведе до нарушаване на конкуренцията; като имат предвид, по-специално, че компаниите могат да бъдат подложени на рекламни форми, разработени от конкуренти, на които не могат да отговорят равностойно; като имат предвид, че трябва да бъде осигурена свободата за предоставяне на услуги, свързани със сравнителната реклама; като има предвид, че от Общността се очаква да подобри положението;

<>

(5) като имат предвид, че точка 3, буква г) от приложението към Резолюцията на Съвета от 14 април 1975 г. относно предварителната програма на Европейската икономическа общност за политика за защита и информиране на потребителите [5] включва правото на информация сред основните права на потребителите; като имат предвид, че това право е потвърдено от Резолюция на Съвета от 19 май 1981 г., относно втората програма на Европейската икономическа общност за политика за защита и информиране на потребителите [6], точка 40 от приложението, която разглежда специално информацията, предоставяна на потребителите; като има предвид, че сравнителната реклама, когато сравнява материални, свързани, потвърдени и представителни характеристики и не е заблуждаваща, би могла да бъде легитимно средство за информиране на потребителите за тяхното предимство;

(6) като имат предвид, че е желателно да се предостави широка концепция за сравнителна реклама, която да обхване всички типове сравнителна реклама;

(7) като имат предвид, че условията за разрешена сравнителна реклама, доколкото става въпрос за сравнение, трябва да бъдат установени с цел да се определи кои практики, свързани със сравнителната реклама, могат да попречат на конкуренцията, да навредят на конкурентите и да имат отрицателен ефект върху избора на потребителите; като имат предвид, че подобни условия за разрешена реклама трябва да включват критерии за обективно сравнение на характеристиките на стоките и услугите;

(8) като имат предвид, че сравнението на цената на стоките и услугите е възможно само ако се спазват някои условия, и по-специално, че то не трябва да е заблуждаващо;

(9) като имат предвид, че с цел да предотврати използването на сравнителната реклама по неконкурентен и нечестен начин, трябва да бъдат разрешени само сравнения между конкуриращи се стоки и услуги, посрещащи едни и същи нужди или предвидени за една и съща цел;

(10) като имат предвид, че международните конвенции в областта на авторското право, както и вътрешните разпоредби относно договорната и недоговорната отговорност се прилагат, когато при сравнителна реклама се позовават на, или репродуцират резултатите от сравнителни тестове, извършени от трети страни;

(11) като имат предвид, че условията за сравнителна реклама трябва да бъдат кумулативни и да се прилагат в тяхната цялост; като имат предвид, че в съответствие с Договора, избора на форми и методи за прилагане на тези условия е право на държавите-членки дотолкова, доколкото тези форми и методи не са вече определени от настоящата директива;

(12) като имат предвид, че тези условия трябва да включват, по-специално, съобразяване с разпоредбите, произтичащи от Регламент (ЕИО) № 2081/92 на Съвета от 14 юли 1992 г. относно защитата на географските знаци и обозначения на селскостопанските продукти и хранителните стоки [7], и по-специално член 13 от него, и на другите разпоредби на Общността, приети в областта на селското стопанство;

(13) като имат предвид, че член 5 от Първа директива 89/104/ЕИО на Съвета от 21 декември 1988 г. за сближаване на законодателствата на държавите-членки относно на търговските марки [8] предоставя изключителни права на собствениците на регистрирани търговски марки, включително правото да забранят на трети страни използването, при търговия, на

всеки знак, който е идентичен със или подобен на търговската марка във връзка с идентични стоки и услуги и дори, където е подходящо, други стоки;

(14) като имат предвид, че все пак може да е необходимо с цел постигане ефективност на сравнителната реклама, да се идентифицират стоки или услуги на конкурент, като се спомене търговска марка или търговско наименование, на които последният е собственик;

(15) като имат предвид, че подобна употреба на търговска марка, търговско наименование или други отличителни знаци на друго лице не нарушава това изключително право в случаите, когато се спазват условията, заложиени в настоящата директива, като очакваният планиран резултат е единствено те да бъдат различни и по този начин обективно да бъдат изтъкнати разликите;

(16) като имат предвид, че трябва да се приемат разпоредби за съдебни и/или административни средства за правна защита, посочени в членове 4 и 5 от Директива 84/450/ЕИО за контрол на сравнителната реклама, която не отговаря на условията, определени в настоящата директива; като имат предвид, че според съображение 16 от директивата доброволният контрол от страна на саморегулиращите се структури за прекратяване на заблуждаващата реклама може да избегне прибегване до административни или съдебни действия и следователно трябва да бъде окуражавано; като имат предвид, че член 6 се прилага по същия начин относно неразрешената сравнителна реклама;

(17) като имат предвид, че националните саморегулиращи се структури могат да координират своята дейност чрез асоциации или организации, създадени на общностно равнище и, *inter alia*, да се занимават с трансгранични оплаквания;

(18) като имат предвид, че член 7 от Директива 84/450/ЕИО, позволяващ на държавите-членки да запазят в сила или да приемат разпоредби с цел осигуряване на по-широка защита на потребителите, лицата, извършващи търговска, промишлена, занаятчийска или професионална дейност, и обществото като цяло, няма да се прилага относно сравнителната реклама, при условие че целта на споменатата по-горе директива е да постанови условията, при изпълнение на които е разрешена сравнителната реклама;

(19) като имат предвид, че сравнение, което представя стоки и услуги като имитация или точно копие на стоки и услуги със запазена търговска марка или търговско наименование, ще бъде считано за неизпълняващо условията за разрешена сравнителна реклама;

(20) като имат предвид, че настоящата директива по никакъв начин не се отразява на разпоредбите на Общността относно рекламата на специфични продукти и/или услуги или ограниченията или забраните за рекламиране в определени медии;

(21) като имат предвид, че ако държава-членка в съответствие с условията на Договора забрани рекламата на някои стоки и услуги тази забрана може, независимо дали се налага директно или от структура или организация, отговорни по силата на закона на тази държава-членка за регулиране на упражняването на търговска, индустриална, занаятчийска или професионална дейност, да се простре и върху сравнителната реклама;

(22) като имат предвид, че държавите-членки не са задължени да разрешат сравнителна реклама за стоки или услуги, на които те в съответствие с Договора поддържат или налагат забрани включително забрани по отношение на методите за маркетинг или рекламата, които са насочени към уязвими групи потребители; като има предвид, че държавите-членки в съответствие с постановленията на Договора могат да поддържат или въвеждат забрани или

ограничения на сравненията в рекламата на професионални услуги, независимо дали се прилага директно или от орган или организация, отговорни по силата на закона на тази държава-членка за регулиране упражняването на професионална дейност;

(23) като имат предвид, че правната уредба на сравнителните реклами е по силата на разпоредбите на настоящата директива необходима за безпрепятственото функциониране на вътрешния пазар и следователно са необходими мерки на общностно равнище; като имат предвид, че приемането на директива е подходящ инструмент, тъй като постановява единни общи принципи и в същото време позволява на държавите-членки да изберат формата и подходящия метод за постигане на тези цели; като имат предвид, че това е в съответствие с принципа на субсидиарност,

ПРИЕХА НАСТОЯЩАТА ДИРЕКТИВА:

Член 1

Директива 94/450/ЕЕС се изменя, както следва:

1) Заглавието се заменя със следното:

<>

2) Член 1 се заменя със следното:

< Член >

<>

3) Следната точка се добавя в член 2:

<>

4) Добавя се следният член:

<>

1. Сравнителна реклама е дотолкова, доколкото е включено сравнение, разрешена, когато са изпълнени следните условия:

а) не е заблуждаваща по смисъла на член 2, параграф 2, член 3 и член 7, параграф 1;

б) сравнява стоки и услуги, задоволяващи еднакви потребности или предназначени за една и съща цел;

в) сравнява обективно една или повече съществени, сравними, потвърдими или характерни черти на сравняваните стоки и услуги, включително техните цени;

г) не води до объркване на пазара между рекламодателя и конкурента или между търговски марки, търговски наименования и други отличителни белези, стоки и услуги на рекламодателя и тези на конкурента;

д) не води до дискредитиране или опетняване на търговските марки, търговските имена, други отличителни белези, стоките, услугите, дейностите или положението на конкурента;

е) при продукти с наименование за произход във всеки един случай се свързва с продукти с наименование за произход;

ж) не извлича нелоялно предимство от известността на търговската марка, търговското име или други отличителни белези на конкурента или от наименованието за произхода на конкуриращи се продукти;

з) не представя стоките или услугите като имитация или копие на стоки или услуги със запазена търговска марка или търговско име.

<>

5) Член 4, параграф 1, първа и втора алинея се заменят със следното:

< като обществото на и конкурентите така потребителите, както интерес в реклама сравнителната относно разпоредбите с съобразяване за заблуждаващата със борба мерки ефективни адекватни наличието осигуряват Държавите-членки 1.>

Подобни мерки включват законови разпоредби, по силата на които лицата и организациите, считани от вътрешните законодателства за притежаващи правен интерес в забраната на заблуждаващата реклама или регулирането на сравнителната реклама, могат

а) да заведат иск срещу подобна реклама; и/или

<>

б) Член 4, параграф 2 се изменя, както следва:

а) тиретата в първа алинея се заменят със следния текст:

< реклама, сравнителна неразрешена или заблуждаваща преустановяване разпореждане получи да цел производство подходящо заведе преустановяването разпорежи>

<>

б) в трета алинея уводната формулировка се заменя със следното:

<>

7) Член 5 се заменя със следното:

<>

<>

8) Член 6, буква а) се заменя със следното:

<>

9) Член 7 се заменя със следното:

<>

1. Настоящата директива не възпрепятства държавите-членки да запазят в сила или да приемат разпоредби с цел осигуряване по-широка защита на потребителите, лицата, упражняващи търговска, промишлена, занаятчийска или професионална дейност, и обществото като цяло по отношение на заблуждаващата реклама.

2. Параграф 1 не се прилага за сравнителната реклама, доколкото става въпрос за сравнението.

3. Разпоредбите на настоящата директива се прилагат, без да засягат общностните разпоредби относно рекламата на специфични продукти и/или услуги или относно ограниченията и забраните за реклама в определени медии.

4. Разпоредбите на настоящата директива относно сравнителната реклама не задължават държавите-членки, които в съответствие с Договора запазват в сила или въвеждат забрани за реклама по отношение на определени стоки или услуги, независимо дали се налагат пряко или от структура или организация, отговорна по силата на законодателството на държавата-членка, за регулиране упражняването на търговска, промишлена, занаятчийска или професионална дейност, да разрешат сравнителна реклама на въпросните стоки или услуги. Където тези забрани са ограничени до някои медии, настоящата директива се прилага относно медиите, които не са включени в тези забрани.

<>

Член 2

Система за оплаквания

Комисията проучва възможността за създаване на ефективни средства за разглеждане на трансгранични оплаквания относно сравнителната реклама. В срок до две години след влизането в сила на настоящата директива Комисията предоставя на Европейския парламент и на Съвета доклад относно резултатите от проучванията, придружени от подходящи предложения.

Член 3

1. Държавите-членки въвеждат в сила законовите, подзаконовите и административните разпоредби, необходими за да се съобразят с настоящата директива, не по-късно от 30 месеца след публикуването ѝ в Официален вестник на Европейските общности. Те незабавно информират Комисията за това.

2. Когато държавите-членки приемат тези разпоредби, в тях се съдържа позоваване на настоящата директива или то се извързва при официалното им публикуване. Условието и редът на позоваване се определят от държавите-членки.

3. Държавите-членки съобщават на Комисията текстовете на основните разпоредби от националното законодателство, които те приемат в областта, уредена с настоящата директива.

Член 4

Адресати на настоящата директива са държавите-членки.

Съставено в Брюксел на 6 октомври 1997 година.

За Европейския парламент

Председател

J. M. Gil-Robles

За Съвета

Председател

J. Poos