

31997L0055

L 290/18

EIROPAS KOPIENU OFICIĀLAIS VĒSTNESIS

23.10.1997.

EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 97/55/EK**(1997. gada 6. oktobris),****ar ko groza Direktīvu 84/450/EEK par maldinošu reklāmu, lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu**

EIROPAS PARLAMENTS UN EIROPAS SAVIENĪBAS PADOME,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu, un jo īpaši tā 100.a pantu,

ņemot vērā Komisijas priekšlikumu ⁽¹⁾,ņemot vērā Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinumu ⁽²⁾,rīkojoties saskaņā ar Līguma ⁽³⁾ 189.b pantā paredzēto procedūru, ņemot vērā Samierināšanas komitejas 1997. gada 25. jūnijā apstiprināto kopīgo dokumentu,

- (1) tā kā viens no galvenajiem Kopienas mērķiem ir pilnībā izveidot iekšējo tirgu; tā kā jāparedz pasākumi, lai nodrošinātu minētā tirgus netraucētu darbību; tā kā iekšējais tirgus aptver telpu bez iekšējām robežām, kurā ir preču, personu, pakalpojumu un kapitāla brīva aprīte;
- (2) tā kā iekšējā tirgus pilnīga izveide nozīmē arvien plašākas izvēles iespējas; tā kā, ņemot vērā to, ka patērētāji var izmantot un viņiem ir jāizmanto pēc iespējas labāk iekšējā tirgus priekšrocības un ka reklāma ir ļoti svarīgs līdzeklis, ar ko radīt reālu noieta tirgu visām precēm un pakalpojumiem visā Kopienā, pamatnoteikumiem par salīdzinošās reklāmas formu un saturu jābūt vienvērtīgiem, un salīdzinošās reklāmas izmantošanas nosacījumiem dalībvalstīs jābūt saskaņotiem; tā kā, ja šādi nosacījumi ir izpildīti, ir vieglāk objektīvi parādīt dažādu salīdzināmu produktu labās īpašības; tā kā salīdzinošā reklāma var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājam;
- (3) tā kā katras dalībvalsts normatīvie un administratīvie akti par salīdzinošo reklāmu stipri atšķiras; tā kā reklāma nonāk pāri robežām un to uztver citu dalībvalstu teritorijā; tā kā

salīdzinošās reklāmas akceptēšana vai neakceptēšana saskaņā ar dažādiem attiecīgās valsts tiesību aktiem var būt šķērslis brīvai preču un pakalpojumu aprītei un radīt konkurences traucējumus; tā kā jo īpaši uzņēmumus var ietekmēt konkurentu izstrādātās reklāmas formas, uz kurām tie nevar atbildēt ar tādiem pašiem pasākumiem; tā kā ir jānodrošina pakalpojumu sniegšanas brīvība attiecībā uz salīdzinošo reklāmu; tā kā Kopiena ir aicināta labot šo stāvokli;

- (4) tā kā sestajā apsvērumā Padomes Direktīvā 84/450/EEK (1984. gada 10. septembris) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu ⁽⁴⁾ izklāstīts, ka pēc tam, kad ir saskaņoti valstu tiesību akti pret maldinošu reklāmu, "otrajā fāzē tiktāl, cik tāl tas ir vajadzīgs, jautājumus par salīdzinošo reklāmu jārisina, pamatojoties uz attiecīgiem Komisijas priekšlikumiem";
- (5) tā kā 3. punkta d) apakšpunktā pielikumā Padomes 1975. gada 14. aprīļa Rezolūcijai par Eiropas Ekonomikas kopienas sākotnējo programmu patērētāju aizsardzības un informācijas politikā ⁽⁵⁾ kā vienas no patērētāju pamattiesībām ir iekļautas tiesības saņemt informāciju; tā kā šīs tiesības ir apstiprinātas ar Padomes 1981. gada 19. maija Rezolūciju par Eiropas Ekonomikas kopienas otro programmu patērētāju aizsardzības un informācijas politikā ⁽⁶⁾, ar tās pielikuma 40. punktu, kas attiecas īpaši uz patērētāju informēšanu; tā kā salīdzinošā reklāma, ja tajā salīdzina materiālas, saistītas, pārbaudāmas un reprezentatīvas īpašības un ja tā nav maldinoša, var būt kā likumīgs līdzeklis, lai informētu patērētājus par tiem sniegtajām priekšrocībām;
- (6) tā kā ir vēlams nodrošināt vispārēju salīdzinošo reklāmu, lai tā iekļautu visus salīdzinošās reklāmas veidus;
- (7) tā kā, ja pastāv salīdzinošais aspekts, ir jāparedz nosacījumi, pie kādiem ir atļauta salīdzinošā reklāma, lai noteiktu, kāda veida prakse salīdzinošajā reklāmā var traucēt konkurenci, kaitēt konkurentiem un var radīt pretēju ietekmi uz

⁽¹⁾ OV C 180, 11.7.1991., 14. lpp. un OV C 136, 19.5.1994., 4. lpp.

⁽²⁾ OV C 49, 24.2.1992., 35. lpp.

⁽³⁾ Eiropas Parlamenta 1992. gada 18. novembra atzinums (OV C 337, 21.12.1992., 142. lpp.), Padomes 1996. gada 19. marta kopējā nostāja (OV C 219, 27.7.1996., 14. lpp.) un Eiropas Parlamenta 1996. gada 23. oktobra lēmums (OV C 347, 16.11.1996., 69. lpp.). Eiropas Parlamenta 1997. gada 16. septembra lēmums un Padomes 1997. gada 15. septembra lēmums.

⁽⁴⁾ OV L 250, 19.9.1984., 17. lpp.

⁽⁵⁾ OV C 92, 25.4.1975., 1. lpp.

⁽⁶⁾ OV C 133, 3.6.1981., 1. lpp.

patērētāja izvēli; tā kā šādiem atļautās reklāmas nosacījumiem būtu jāiekļauj kritēriji preču un pakalpojumu īpašību objektīvam salīdzinājumam;

- (8) tā kā jābūt iespējai salīdzināt tikai preču un pakalpojumu cenu, ja šis salīdzinājums atbilst konkrētiem nosacījumiem, jo īpaši tam, ka salīdzinājums nav maldinošs;
- (9) tā kā, lai nepieļautu to, ka salīdzinošo reklāmu izmanto konkurenci kropļojošā un negodīgā veidā, būtu jāatļauj salīdzināt tikai tādas konkurējošas preces un pakalpojumi, kas atbilst vienādām prasībām vai ir paredzēti vienam un tam pašam nolūkam;
- (10) tā kā starptautiskās konvencijas par autortiesībām, kā arī valstu tiesību aktus par līgumisko atbildību un atbildību, kas neizriet no līgumsaistībām, piemēro tad, kad salīdzinošā reklāmā tiek minēti vai atveidoti to salīdzinošo testu rezultāti, ko veikušas trešās personas;
- (11) tā kā salīdzinošās reklāmas nosacījumiem jābūt kumulatīviem, un tie ir jāievēro pilnībā; tā kā saskaņā ar Līgumu dalībvalstīm ir piešķirtas tiesības izvēlēties šo nosacījumu īstenošanas formas un metodes tiktāl, ciktāl šīs formas un metodes nav jau noteiktas šai direktīvā;
- (12) tā kā šiem nosacījumiem jo īpaši jāiekļauj to noteikumu ievērošana, kas paredzēti Padomes Regulā (EEK) Nr. 2081/92 (1992. gada 14. jūlijs) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību ⁽¹⁾, un jo īpaši tās 13. pantā, un citu to Kopienas tiesību aktu ievērošana, kuras tā pieņēmusi lauksaimniecības jomā;
- (13) tā kā 5. pants Pirmā direktīvā 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm ⁽²⁾ piešķir ekskluzīvas tiesības reģistrētas preču zīmes īpašniekam, ieskaitot tiesības neļaut trešām pusēm tirdzniecībā izmantot jebkādu zīmi, kas ir identiska vai līdzīga minētajai preču zīmei attiecībā uz identiskām precēm vai pakalpojumiem vai pat, attiecīgos gadījumos, — uz citām precēm;
- (14) tā kā, lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, tomēr var būt vajadzība identificēt konkurenta preces vai

pakalpojumus, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu;

- (15) tā kā šādi izmantojot svešu preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu vai citas atšķirības zīmes netiek pārkāptas šīs ekskluzīvās tiesības tajos gadījumos, kad izmantošana atbilst šajā direktīvā paredzētajiem nosacījumiem un kad šādas izmantošanas paredzētais mērķis ir vienīgi atšķirt tos un tādējādi objektīvi izcelt atšķirības;
- (16) tā kā ir jāparedz noteikumi par tiesas un/vai administratīviem lēmuma apstrīdēšanas līdzekļiem, kas minēti 4. un 5. pantā Direktīvā 84/450/EEK un kam jābūt pieejamiem, lai kontrolētu tādu salīdzinošo reklāmu, kas neatbilst nosacījumiem, kas paredzēti šajā direktīvā; tā kā saskaņā ar minētās direktīvas 16. apsvērumu pašpārvaldes iestādēm veicot brīvprātīgu kontroli, lai novērstu maldinošu reklāmu, var izvairīties no vērsšanās administratīvās iestādēs vai tiesā, un tādēļ būtu jāveicina šādas kontroles veikšana; tā kā 6. pants tādā pašā veidā attiecas uz neatļautu salīdzinošo reklāmu;
- (17) tā kā valsts pašpārvaldes iestādes var koordinēt savu darbu ar Kopienas mērogā izveidotu asociāciju vai organizāciju starpniecību un *inter alia* izskatīt pārrobežu sūdzības;
- (18) tā kā Direktīvas 84/450/EEK 7. pantu, ar kuru dalībvalstīm ir atļauts saglabāt vai pieņemt tādus noteikumus, kuru nolūks ir nodrošināt plašāku patērētāju aizsardzību, tādu personu aizsardzību, kas nodarbojas ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, un visas sabiedrības aizsardzību, nevajadzētu piemērot attiecībā uz salīdzinošo reklāmu, ņemot vērā to, ka minētās direktīvas grozīšanas mērķis ir paredzēt nosacījumus, pie kādiem ir atļauta salīdzinošā reklāma;
- (19) tā kā par atļautas salīdzinošās reklāmas nosacījumiem atbilstošu nevar uzskatīt tādu salīdzinājumu, kurā preces vai pakalpojumi tiek attēloti kā imitācija vai atdarinājums tādām precēm vai pakalpojumiem, kurām ir reģistrēta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums;
- (20) tā kā šī direktīva nekādā veidā neietekmē Kopienas noteikumus par konkrētu produktu un/vai pakalpojumu reklāmu, vai reklāmas ierobežojumus vai aizliegumus konkrētos masu informācijas līdzekļos;
- (21) tā kā, ja dalībvalsts, ievērojot Līguma noteikumus, aizliedz konkrētu preču vai pakalpojumu reklāmu, šādu aizliegumu var attiecināt arī uz salīdzinošo reklāmu neatkarīgi no tā, vai tas ir tieši piemērots vai ar tādu iestāžu vai organizāciju

⁽¹⁾ OV L 208, 24.7.1992., 1. lpp.

⁽²⁾ OV L 40, 11.2.1989., 1. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar Lēmumu 92/10/EEK (OV L 6, 11.1.1992., 35. lpp.).

starpniecību, kas saskaņā ar attiecīgās dalībvalsts tiesību aktiem atbild par saimnieciskās, rūpnieciskās, amatniecības vai profesionālās darbības reglamentēšanu;

(22) tā kā dalībvalstu pienākums nav atļaut salīdzinošo reklāmu tādām precēm vai pakalpojumiem, uz kurām saskaņā ar Līguma noteikumiem tās saglabā vai ievieš aizliegumus, ieskaitot aizliegumus attiecībā uz tirdzniecības metodēm vai reklāmu, kas vērsta uz neaizsargātām personu grupām; tā kā dalībvalstis, ievērojot Līguma noteikumus, var saglabāt vai ieviest aizliegumus vai ierobežojumus attiecībā uz salīdzinājumu izmantošanu profesionālo pakalpojumu reklāmā neatkarīgi no tā, vai tie ir tieši piemēroti vai ar tādu iestāžu vai organizāciju starpniecību, kas saskaņā ar dalībvalstu tiesību aktiem atbild par profesionālās darbības reglamentēšanu;

(23) tā kā saskaņā ar šajā direktīvā paredzētajiem nosacījumiem ir vajadzība reglamentēt salīdzinošo reklāmu, lai iekšējais tirgus netraucēti darbotos, un tā kā tādēļ ir vajadzīga rīcība Kopienas mērogā; tā kā direktīvas pieņemšana ir piemērots līdzeklis, jo tajā ir paredzēti vienoti vispārēji principi, tai pašā laikā ļaujot dalībvalstīm izvēlēties veidu un piemērotu metodi šo mērķu sasniegšanai; tā kā tas ir saskaņā ar subsidiaritātes principu,

IR PIEŅĒMUŠI ŠO DIREKTĪVU.

1. pants

Direktīvu 94/450/EEK ar šo groza šādi.

1) virsrakstu aizstāj ar šādu:

“Padomes Direktīva (1984. gada 10. septembris) par maldinošu un salīdzinošu reklāmu”;

2) direktīvas 1. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“1. pants

Šīs direktīvas mērķis ir aizsargāt patērētājus, personas, kas nodarbojas ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, un sabiedrības intereses kopumā pret maldinošu reklāmu un tās negodīgajām sekām, kā arī paredzēt nosacījumus, pie kādiem salīdzinošā reklāma ir atļauta.”;

3) šādu punktu iekļauj 2. pantā:

“2.a “salīdzinošā reklāma” ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus;”

4) pievieno šādu pantu:

“3.a pants

1. Salīdzinošā reklāma tiktāl, ciktāl tā attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā atbilst šādiem nosacījumiem:

- tā nav maldinoša saskaņā ar 2. panta 2. punktu, 3. pantu un 7. panta 1. punktu;
- tajā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas apmierina vienādas vajadzības vai kas ir paredzēti vienam un tam pašam nolūkam;
- tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas šo preču un pakalpojumu materiālās, saistošās, pārbaudāmās un reprezentatīvās pazīmes, kuras var iekļaut cenu;
- tās dēļ tirgū netiek jaukts reklāmas devējs ar konkurentu vai reklāmas devēja un konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumi, citas atšķirības zīmes, preces vai pakalpojumi;
- tā nediskreditē vai nenomelno konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces, pakalpojumus, darbību vai apstākļus;
- reklamējot produktus ar izcelsmes vietas norādi, tā katrā atsevišķā gadījumā attiecas uz produktiem ar vienādām norādēm;
- tā negodīgi neizmanto priekšrocības, kādas rada konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputācija vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputācija;
- tajā preces vai pakalpojumus neattēlo kā tādu preču vai pakalpojumu imitācijas vai atdarinājumus, kuriem ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums.

2. Jebkurā tādā salīdzinājumā, kas attiecas uz īpašu piedāvājumu, skaidri un nepārprotami jānorāda diena, kurā piedāvājums beidzas, vai vajadzības gadījumā to, ka īpašais piedāvājums ir spēkā, kamēr ir pieejamas preces vai pakalpojumi, un, ja īpašais piedāvājums vēl nav sācies, jānorāda sākuma diena laika posmam, kurā būs spēkā īpašā cena vai īpašie nosacījumi.”;

5) direktīvas 4. panta 1. punkta pirmo un otro daļu aizstāj ar šādu:

“1. Dalībvalstis nodrošina to, ka pastāv atbilstoši un efektīvi līdzekļi, lai apkarotu maldinošu reklāmu un lai panāktu atbilstību noteikumiem par salīdzinošo reklāmu patērētāju interesēs, kā arī konkurentu un visas sabiedrības interesēs.

Šādi līdzekļi iekļauj tiesību normas, saskaņā ar ko personas vai organizācijas, kurām saskaņā ar valsts tiesību aktiem ir likumīgas intereses aizliegt maldinošu reklāmu vai reglamentēt salīdzinošo reklāmu, var:

- a) iesniegt prasību tiesā pret šādu reklāmu un/vai
- b) iesniegt sūdzību par šādu reklāmu administratīvā iestādē, kas ir kompetenta vai nu pieņemt lēmumus par sūdzībām, vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā;

6) direktīvas 4. panta 2. punktu groza šādi:

- a) pirmās daļas ievilkumus aizstāj ar šādiem:

— likt pārtraukt maldinošu reklāmu vai neatļaut salīdzinošo reklāmu vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā, lai panāktu maldinošas reklāmas vai neatļautas salīdzinošas reklāmas pārtraukšanu, vai

— ja maldinoša reklāma vai neatļauta salīdzinoša reklāma vēl nav publiskota, bet tai nenovēršami ir jānotiek — aizliegt reklāmas publiskošanu vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā, lai panāktu, ka aizliedz reklāmas publiskošanu;”;

- b) trešās daļas ievada tekstu aizstāj ar šādu:

“Dalībvalstis turklāt var piešķirt tiesām vai administratīvām iestādēm pilnvaras, lai likvidētu sekas, ko rada tāda maldinoša reklāma vai neatļauta salīdzinoša reklāma, par kuras pārtraukšanu ir pieņemts galīgs lēmums;”;

7) direktīvas 5. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“5. pants

Šī direktīva neizslēdz maldinošas reklāmas vai neatļautas salīdzinošas reklāmas brīvprātīgu kontroli, ko veic pašpārvaldes iestādes un ko dalībvalstis var veicināt, un 4. pantā minēto personu vai organizāciju vēršanos šādās iestādēs, ja lietu izskatīšana šādās iestādēs notiek papildus lietu izskatīšanai tiesā vai administratīvās iestādēs, kas minēta šajā pantā.”

8) direktīvas 6. panta a) punktu aizstāj ar šādu punktu:

- “a) pieprasīt reklāmas devējam sagādāt pierādījumus par reklāmā apgalvoto faktu patiesumu, ja, ņemot vērā reklāmas devēja un jebkuras citas procesa puses likumīgās intereses, šāda prasība ir pamatota, ievērojot konkrētās lietas apstākļus, un — salīdzinošās reklāmas gadījumā — pieprasīt reklāmas devējam sagādāt šādu pierādījumu īsā laika posmā, un”;

9) direktīvas 7. pantu aizstāj ar šādu pantu:

“7. pants

1. Šī direktīva neaizliedz dalībvalstīm saglabāt vai pieņemt tādus noteikumus, kuru nolūks ir nodrošināt plašāku aizsardzību no maldinošas reklāmas patērētājiem, tādām personām, kas nodarbojas ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, un visai sabiedrībai.

2. Šā panta 1. punktu nepiemēro salīdzinošai reklāmai tiktāl, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu.

3. Šīs direktīvas noteikumus piemēro, neierobežojot Kopienas noteikumus par konkrētu produktu un/vai pakalpojumu reklāmu vai reklamēšanas ierobežojumus vai aizliegumus konkrētos masu informācijas līdzekļos.

4. Šīs direktīvas noteikumi attiecībā uz salīdzinošo reklāmu neuzliek par pienākumu atļaut salīdzinošo reklāmu konkrētām precēm vai pakalpojumiem tādām dalībvalstīm, kuras saskaņā ar Līguma noteikumiem saglabā vai ievieš konkrētu preču vai pakalpojumu reklāmas aizliegumus, neatkarīgi no tā, vai tos piemēro tieši, vai ar tādu iestāžu vai organizāciju starpniecību, kuras saskaņā ar dalībvalsts tiesību aktiem ir atbildīgas par tirdzniecības, rūpnieciskās, amatniecības vai brīvo profesiju darbības reglamentēšanu. Ja šie aizliegumi ir attiecināti uz konkrētiem masu informācijas līdzekļiem, šo direktīvu piemēro attiecībā uz tiem masu informācijas līdzekļiem, uz kuriem minētie aizliegumi neattiecas.

5. Šajā direktīvā nekas dalībvalstīm neliedz saskaņā ar Līguma noteikumiem saglabāt vai ieviest salīdzinājumu izmantošanas aizliegumus vai ierobežojumus profesionālo pakalpojumu reklāmā neatkarīgi no tā, vai tos piemēro tieši, vai ar tādu iestāžu vai organizāciju starpniecību, kas saskaņā ar attiecīgās dalībvalsts tiesību aktiem atbild par profesionālās darbības reglamentēšanu.”

2. pants

Pārsūdzēšanas sistēmas

Komisija pēta efektīvu līdzekļu izveides iespējamību, lai izskatītu pārrobežu sūdzības attiecībā uz salīdzinošo reklāmu. Divu gadu laikā pēc šīs direktīvas stāšanās spēkā Komisija iesniedz Eiropas Parlamentam un Padomei ziņojumu par pētījumu rezultātiem, vajadzības gadījumā pievienojot priekšlikumus.

3. pants

1. Dalībvalstīs stājas spēkā normatīvie un administratīvie akti, kas vajadzīgi, lai ne vēlāk kā 30 mēnešus pēc šīs direktīvas publicēšanas Eiropas Kopienas Oficiālajā Vēstnesī izpildītu tās prasības. Par to dalībvalstis tūlīt informē Komisiju.

2. Kad dalībvalstis nosaka šos pasākumus, tajos iekļauj atsauci uz šo direktīvu vai arī šādu atsauci pievieno to oficiālajai publikācijai. Dalībvalstis nosaka metodes, kā izdarīt šādas atsauces.

Briselē, 1997. gada 6. oktobrī

3. Dalībvalstis dara zināmus Komisijai tos savu tiesību aktu svarīgākos noteikumus, ko tās pieņēmušas jomā, kuru reglamentē šī direktīva.

*Eiropas Parlamenta vārdā —
priekšsēdētājs*

*Padomes vārdā —
priekšsēdētājs*

J. M. GIL-ROBLES

J. POOS

4. pants

Šī direktīva ir adresēta dalībvalstīm.
