

EUROOPA PARLAMENDI JA NÕUKOGU DIREKTIIV 2006/114/EÜ,

12. detsember 2006,

eksitava ja võrdleva reklaami kohta

(kodifitseeritud versioon)

(EMPs kohaldatav tekst)

EUROOPA PARLAMENT JA EUROOPA LIIDU NÕUKOGU,

võttes arvesse Euroopa Ühenduse asutamislepingut, eriti selle artiklit 95,

võttes arvesse komisjoni ettepanekut,

võttes arvesse Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee arvamust, ⁽¹⁾toimides asutamislepingu artiklis 251 sätestatud korras ⁽²⁾

ning arvestades järgmist:

(1) Nõukogu 10. septembri 1984. aasta direktiivi 84/450/EMÜ eksitava ja võrdleva reklaami kohta ⁽³⁾ on korduvalt oluliselt muudetud. ⁽⁴⁾ Selguse ja otstarbekuse huvides tuleks kõnealune direktiiv kodifitseerida.

(2) Liikmesriikides kehtivad eksitavat reklaami käsitlevad õigusaktid erinevad suuresti. Reklaami mõju ulatub üksikute liikmesriikide piiridest kaugemale ja mõjutab seega otseselt siseturu sujuvat toimimist.

(3) Eksitav ja lubamatu võrdlev reklaam võib põhjustada konkurentsi moonutamist siseturul.

(4) Reklaam mõjutab tarbijate ja ettevõtjate heaolu, hoolimata sellest, kas see toob kaasa lepingu sõlmimise või mitte.

(5) Erinevused liikmesriikide õigusaktides, mis käsitlevad ettevõtlust eksitavat reklaami takistavad reklaamikampaaniate korraldamist väljaspool riigipiire ja mõjutavad seega kaupade vaba ringlust ja teenuste pakkumist.

(6) Siseturu väljakujundamine tähendab laiasid valikuvõimalusi. Eeldades, et tarbijad ja ettevõtjad saavad ja peavad saama kasutada kõiki siseturu eeliseid ning et reklaam on väga tähtis vahend väljundi loomisel kõigile kaupadele ja teenustele ühenduse kõigis osades, peaksid võrdleva reklaami vormi ja sisu reguleerivad põhisätted olema ühtsed ning võrdleva reklaami kasutamise tingimused liikmesriikides tuleks ühtlustada. Nende tingimuste täitmine aitaks objektiivselt esile tuua võrreldavate toodete omadusi. Võrdlev reklaam suudab elavdada ka kauba ja teenuste tarnijate vahelist konkurentsi tarbija huvides.

(7) Tuleks kehtestada objektiivsed miinimumkriteeriumid, mille alusel saab määrata, kas reklaam on eksitav.

(8) Võrdlev reklaam, kui selles võrreldakse peamisi, asjakohaseid, kontrollitavaid ja tüüpilisi omadusi ning kui see ei ole eksitav, võib olla tarbijale nende kasu selgitamise õiguspärane vahend. Võrdleva reklaami mõiste on soovitatav esitada nii üldiselt, et see hõlmaks võrdleva reklaami kõik liigid.

(9) Tuleks kehtestada lubatud võrdleva reklaami tingimused, niivõrd kui tegemist on võrdlemisega, et kindlaks määrata, millised võrdleva reklaami tavad võivad tekitada konkurentsi moonutamist, kahjustada konkurenti ning avaldada kahjulikku mõju tarbija valikule. Lubatud reklaami tingimused peaksid sisaldama kauba ja teenuste omaduste objektiivse võrdlemise kriteeriume.

(10) Kolmandate isikute tehtud võrdlustestide tulemustele viitamise või nende taasesitamise korral võrdlevas reklaamis tuleks kohaldada rahvusvahelisi autoriõiguse konventsioone ning siseriiklikke õigusnorme lepingulise ja mitte-lepingulise vastutuse kohta.

⁽¹⁾ 26. oktoobri 2006. aasta arvamus (Euroopa Liidu Teatajas seni avaldamata).

⁽²⁾ Euroopa Parlamendi 12. oktoobri 2006. aasta arvamus (Euroopa Liidu Teatajas seni avaldamata) ja nõukogu 30. novembri 2006. aasta otsus.

⁽³⁾ EÜT L 250, 19.9.1984, lk 17. Direktiivi on viimati muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga 2005/29/EÜ (EÜT L 149, 11.6.2005, lk 22).

⁽⁴⁾ Vt I lisa A osa.

(11) Võrdleva reklaami tingimused peaksid olema kumuleeruvad ning kohaldatavad täies ulatuses. Asutamislepingu kohaselt tuleks jätta kõnealuste tingimuste rakendamise vorm ja viisid liikmesriikide otsustada, niivõrd kui need ei ole juba kindlaks määratud käesoleva direktiiviga.

- (12) Kõnealused tingimused peaksid hõlmama eelkõige seisukohti, mis tulenevad nõukogu 20. märtsi 2006. aasta määruse (EÜ) nr 510/2006 (põllumajandustoodete ja toiduainete geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta) ⁽¹⁾ sätetest, eelkõige artiklist 13, ning muudest põllumajandusvaldkonnas vastuvõetud ühenduse õigusnormidest.
- (13) Esimese nõukogu 21. detsembri 1988. aasta direktiivi 89/104/EMÜ (kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta) ⁽²⁾ artikliga 5 antakse registreeritud kaubamärgi omanikule ainuõigused, sealhulgas õigus takistada kolmandatel isikutel kaubandustegevuse käigus kasutada märki, mis on identne või sarnane identse kauba või identsete teenuste või, vastavalt asjaoludele, muu kauba kaubamärgiga.
- (14) Võrdleva reklaami tõhususe seisukohast võib siiski olla tingimata vajalik konkurendi kaupa või teenuseid identifitseerida, viidates konkurendile kuuluvale kaubamärgile või kaubanimele.
- (15) Teisele kuuluva kaubamärgi, kaubanime või muude eraldusmärkide selline kasutamine ei riku kõnealust ainuõigust juhul, kui on täidetud käesoleva direktiiviga kehtestatud tingimused, kusjuures ainsaks eesmärgiks on nende vahel vahet teha ning sellega erisused objektiivselt esile tuua.
- (16) Isikutel ja organisatsioonidel, kellel on siseriiklike õigusaktide kohaselt küsimuse vastu õigustatud huvi, peaks olema võimalus algatada menetlust eksitava ja lubamatu võrdleva reklaami vastu kas kohtus või sellises haldusasutuses, kes on pädev kaebuste üle otsustama või asjakohast kohtumenetlust algatama.
- (17) Kohtutel või haldusasutustel peaks olema volitused, mis võimaldavad neil nõuda või saavutada eksitava ja lubamatu võrdleva reklaami lõpetamist. Teatavatel juhtudel võib olla soovitatav keelata eksitav ja lubamatu võrdlev reklaam enne selle avaldamist. See ei tähenda siiski mingil juhul, et liikmesriikidel on kohustus kehtestada eeskirjad, mis nõuavad reklaamide süstemaatilist kontrolli enne nende avaldamist.
- (18) Isereguleerivate organite vabatahtlik kontroll eksitava ja lubamatu võrdleva reklaami takistamiseks võib haldus- või kohtumenetluse ära hoida ja seepärast tuleks seda toetada.
- (19) Tõendamiskohustus määratakse kindlaks siseriikliku õiguse alusel, kuid kohtutel ja haldusasutustel tuleks võimaldada nõuda ettevõtjatel tõendite esitamist nende poolt esitatud faktiliste väidete õigsuse kohta.
- (20) Võrdleva reklaami reguleerimist on tarvis siseturu tõrgeta toimimiseks ning selleks on vaja võtta meetmeid ühenduse tasandil; kõige sobivam vahend on direktiivi vastuvõtmine, sest sellega sätestatakse ühtsed üldpõhimõtted ning antakse liikmesriikidele võimalus valida sobiv vorm ja viis kõnealuste eesmärkide saavutamiseks. See on kooskõlas subsidiaarsuspõhimõttega.
- (21) Käesolev direktiiv ei mõjuta liikmesriikide kohustusi, mis on seotud I lisa B osas esitatud direktiivide siseriiklikusse õigusesse ülevõtmise ja nende kohaldamise tähtaegadega,

ON VASTU VÕTNUD KÄESOLEVA DIREKTIIVI:

Artikkel 1

Käesoleva direktiivi eesmärk on kaitsta ettevõtjaid eksitava reklaami ja selle ebaausate tagajärgede eest ning sätestada tingimused, mille kohaselt võrdlev reklaam on lubatud.

Artikkel 2

Käesolevas direktiivis kasutatakse järgmisi mõisteid:

- a) *reklaam* — kaubanduse, äri, käsitöö või kutsealaga seotud teave, mis on esitatud mis tahes vormis selleks, et edendada kaupade või teenuste müüki, sealhulgas kinnisvara, õigused ja kohustused;
- b) *eksitav reklaam* — iga reklaam, mis ükskõik millisel viisil, kaasa arvatud esitlusviisil, petab või tõenäoliselt petab isikuid, kellele see suunatud on või kelleni see jõuab, ja mis võib oma petliku iseloomu tõttu mõjutada nende majanduskäitumist või nimetatud põhjustel kahjustab või võib kahjustada konkurenti;
- c) *võrdlev reklaam* — reklaam, mis selgesõnaliselt või kaudselt identifitseerib konkurendi või konkurendi pakutavad kaubad või teenused;
- d) *ettevõtja* – füüsiline või juriidiline isik, kes tegutseb eesmärgidel, mis on seotud tema kaubandus-, käsitöö-, äri- või kutsetegevusega ning ettevõtja nimel või tema huvides tegutsev isik;

⁽¹⁾ ELT L 93, 31.3.2006, lk 12.

⁽²⁾ EÜT L 40, 11.2.1989, lk 1. Direktiivi on muudetud otsusega 92/10/EMÜ (EÜT L 6, 11.1.1992, lk 35).

e) käitumiskoodeksi omanik – üksus, sealhulgas ettevõtja või ettevõtjate grupp, kes vastutab käitumiskoodeksi koostamise ja läbivaatamise eest ja/või kontrollib käitumiskoodeksi täitmist seda järgima kohustunud isikute poolt.

Artikkel 3

Otsustades, kas reklaam on eksitav, võetakse arvesse kõiki selle tunnusoone ja eelkõige selles sisalduvat teavet järgmiste asjaolude kohta:

- a) kaupade ja teenuste omadused, nagu näiteks nende kättesaadavus, laad, teostus, koostis, valmistamise või kohaletoometamise viis ja kuupäev, kasutamiskõlblikkus, kasutamisevõimalused, kogus, toote kirjeldus, geograafiline või kaubanduslik päritolu või nende kasutamise oodatavad tulemused või kauba või teenustega seotud katsete või kontrollide tulemused ja põhilised tunnusooned;
- b) hind või hinna arvutamise viis ja tingimused, mille alusel kaupu või teenuseid müüakse;
- c) reklaami avalikustaja isik, omadused ja õigused, nagu näiteks tema isik ja varad, kvalifikatsioon, tööstus-, kaubandus- ja intellektuaalomandi õigused või saadud auhinnad ja tunnustused.

Artikkel 4

Võrdlev reklaam on lubatud, kui võrdlemisel täidetakse järgmisi tingimusi:

- a) see ei ole eksitav käesoleva direktiivi artikli 2 punkti b, artikli 3 ja artikli 8 lõike 1 või Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiivi 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul (ebausate kaubandustavade direktiiv) ⁽¹⁾ artiklite 6 ja 7 tähenduses;
- b) võrreldakse kaupu või teenuseid, mis rahuldavad samu vajadusi või on mõeldud samaks otstarbeks;
- c) võrreldakse objektiivselt kõnealuste kaupade või teenuste ühte või mitut peamist, asjakohast, kontrollitavat ja tüüpilist omadust, milleks võib olla ka hind;
- d) reklaam ei halvusta ega solva konkurendi kaubamärke, ärinimesid, muid eristatavaid tunnuseid, kaupu, teenuseid, tegevust ega tingimusi;
- e) päritolunimetusega toodete puhul seostub reklaam alati toodetega, millel on sama päritolunimetuse;

⁽¹⁾ ELT L 149, 11.6.2005, lk 22.

f) reklaamis ei kasutata ebaausalt ära konkurendi kaubamärgi, ärinime või teiste eraldusmärkide mainet või konkureerivate toodete päritolunimetust;

g) reklaamis ei esitata kaupa või teenuseid, mis imiteerivad või kopeerivad kaitstud kaubamärgi või ärinimega kaupa või teenuseid;

h) reklaam ei tekita ettevõtjate hulgas segadust reklaami avalikustaja ja konkurendi vahel või reklaami avalikustaja ja konkurendi kaubamärkide, ärinimede, muude eristatavate tunnuste, kauba või teenuste vahel.

Artikkel 5

1. Liikmesriigid tagavad asjakohased ja tõhusad meetmed eksitava reklaami vastu võitlemiseks ja võrdlevat reklaami käsitlevate sätete täitmiseks nii ettevõtjate kui ka konkurentide huvides.

Selliste meetmete hulka kuuluvad õigusnormid, mille kohaselt isikud ja organisatsioonid, kellel on vastavalt siseriiklikele õigusaktidele eksitava reklaami vastu võitlemise või võrdleva reklaami reguleerimise osas õigustatud huvi, võivad:

a) võtta sellise reklaami vastu õiguslikke meetmeid,

või

b) pöörduda sellise reklaami asjus haldusametuse poole, kes on pädev kaebuste üle otsustama või algatama asjakohase kohtumenetluse.

2. Iga liikmesriik otsustab ise, kumba nendest artikli 1 punktis 2 märgitud võimalustest, rakendada ja kas kohtutel või haldusametustel on õigus nõuda, et enne asja menetlusse võtmist kasutataks kaebuse lahendamiseks muid olemasolevaid vahendeid, sealhulgas artiklis 6 nimetatud vahendid.

Iga liikmesriik otsustab:

a) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada eraldi või ühiselt sama majandusvaldkonna mitme ettevõtja vastu,

ja

b) kas nimetatud õiguslikke meetmeid võib kasutada käitumiskoodeksi omaniku vastu, kui asjaomane käitumiskoodeks soodustab õiguslike nõuete rikkumist.

3. Lõigetes 1 ja 2 nimetatud normide kohaselt annavad liikmesriigid kohtutele või haldusasutustele järgmised volitused, kui need peavad kõiki asjaga seotud huve ja eelkõige üldsuse huve arvesse võttes vajalikuks:

- a) nõuda eksitava reklaami või lubamatu võrdleva reklaami lõpetamist või algatada selle lõpetamiseks asjakohane kohtumenetlus,

või

- b) kui eksitav reklaam või lubamatu võrdlev reklaam ei ole veel avaldatud, kuid seda kavatakse peatselt teha, nõuda selle avaldamise keelamist või algatada selle keelamiseks asjakohane kohtumenetlus.

Esimene lõik rakendub ka juhul kui puuduvad tõendid tegeliku kahjumi või kahju või reklaami avalikustaja kavatsuse või hooletuse kohta.

Liikmesriigid näevad ette kiirendatud korra, mille kohaselt võidakse esimeses lõigus nimetatud meetmeid rakendada liikmesriikide otsusel, kas ajutistena või lõplikena.

4. Kui reklaami lõpetamise kohta on tehtud lõplik otsus, võivad liikmesriigid eksitava reklaami või lubamatu võrdleva reklaami püsiva mõju takistamiseks anda kohtutele või haldusasutustele lisaks järgmised volitused:

- a) nõuda kõnealuse otsuse avaldamist täielikult või osaliselt nende poolt asjakohaseks peetud vormis;

- b) nõuda lisaks paranduse avaldamist.

5. Lõike 1 punkti b teises lõikes nimetatud haldusasutused peavad:

- a) olema koosseisult sellised, et nende erapooletus oleks väljaspool kahtlust;

- b) omama kaebuste üle otsustades asjakohaseid volitusi oma otsustest kinnipidamist tõhusalt jälgida ja tagada;

- c) asjakohaselt oma otsuseid põhjendada.

6. Kui lõigetes 3 ja 4 nimetatud volitused kuuluvad ainuõiguslikult haldusasutusele, peab viimane oma otsuseid alati põhjendama. Sellisel juhul tuleb ette näha kord, mille kohaselt haldusasutuse volituste ebaõige või põhjendamatu kasutamise või kasutamata jätmise puhul võib juhtumi saata kohtulikule läbivaatusele.

Artikkel 6

Käesolev direktiiv ei takista isereguleeruvail organisatsioonidel eksitava või võrdleva reklaami vabatahtlikku kontrollimist, mida liikmesriigid võivad soodustada, või artikli 5 lõike 1 teises lõigus nimetatud isikuid või organisatsioone selliste organisatsioonide poole pöördumast tingimusel, et küsimuse käsitlemine sellistes organisatsioonides täiendab kõnealuses artiklis nimetatud kohtu- või haldusmenetlusi.

Artikkel 7

Liikmesriigid annavad kohtutele või haldusasutustele artikliga 5 ettenähtud tsiviil- või haldusmenetlustega seoses volitused:

- a) nõuda, et reklaami avalikustaja esitaks tõendid reklaamis esinevate faktiliste väidete täpsuse kohta, kui selline nõue on konkreetse juhtumi asjaolude põhjal reklaami avalikustaja ja menetluses osalevate teiste poolte õigustatud huve arvesse võttes asjakohane, ning võrdleva reklaami korral nõuda, et reklaami avalikustaja esitaks kõnealused tõendid lühikese aja jooksul,

ja

- b) lugeda faktilisi väiteid ebatäpseteks, kui punkti a kohaselt nõutud tõendeid ei ole esitatud või kui kohus või haldusasutus peab neid ebapiisavateks.

Artikkel 8

1. Käesolev direktiiv ei takista liikmesriike säilitamast või vastu võtmast sätteid, mille eesmärk on tagada ettevõtjate ja nende konkurentide ulatuslikum kaitse eksitava reklaami eest.

Esimest lõiku ei kohaldata võrdleva reklaami suhtes, niivõrd kui võrd see on seotud võrdlemisega.

2. Käesoleva direktiivi sätteid kohaldatakse, ilma et see piiraks ühenduse konkreetsete toodete ja/või teenuste reklaami käsitlevate sätete kohaldamist või reklaamipiirangute või -keeldude kohaldamist teatavates massiteabevahendites.

3. Käesoleva direktiivi võrdlevat reklaami käsitlevad sätted ei kohusta liikmesriike, kes kooskõlas asutamislepingu sätetega säilitavad või kehtestavad teatava kauba või teatavate teenuste reklaamikeelud, olenemata sellest, kas need on kehtestatud otse või liikmesriikide õigusaktide alusel kaubanduse, tööstuse, käsitöö või kutsetegevuse reguleerimise eest vastutava organi või organisatsiooni poolt, lubama võrdleva reklaami kasutamist kõnealuste kaupade või teenuste reklaamimisel. Kui keelud piirduvad teatavate massiteabevahenditega, kohaldatakse käesolevat direktiivi nende massiteabevahendite suhtes, mille kohta keelud ei kehti.

4. Käesolev direktiiv ei takista liikmesriike asutamislepingu sätete kohaselt säilitamast või kehtestamast keelde või piiranguid võrdluste kasutamisel kutsealaste teenuste reklaamimisel, olenemata sellest, kas keelud või piirangud on kehtestatud otse või liikmesriikide seaduste alusel kutsetegevuse reguleerimise eest vastutava organi või organisatsiooni poolt.

Artikkel 9

Liikmesriigid edastavad komisjonile siseriiklike põhiliste sätete tekstid, mis nad on vastu võtnud käesoleva direktiivi reguleerimisalas.

Artikkel 10

Direktiiv 84/450/EMÜ tunnistatakse kehtetuks; see ei mõjuta liikmesriikide kohustusi, mis on seotud I lisa B osas esitatud direktiivide siseriiklikusse õigusesse ülevõtmise ja nende kohaldamise tähtaegadega.

Viiteid kehtetuks tunnistatud direktiivile käsitatakse viidetena käesolevale direktiivile ja neid tuleks lugeda kooskõlas II lisas esitatud vastavustabeliga.

Artikkel 11

Käesolev direktiiv jõustub 12. detsembril 2007.

Artikkel 12

Käesolev direktiiv on adresseeritud liikmesriikidele.

Strasbourg, 12. detsember 2006.

Euroopa Parlamendi nimel
president
J. BORRELL FONTELLES

Nõukogu nimel
eesistuja
M. PEKKARINEN

LISA I

A OSA

Kehtetuks tunnistatud direktiiv koos järgnevate muudatustega

Nõukogu direktiiv 84/450/EMÜ

(EÜT L 250, 19.9.1984, lk 17)

Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/55/EÜ

(EÜT L 290, 23.10.1997, lk 18)

Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2005/29/EÜ

(ELT L 149, 11.6.2005, lk 22)

ainult artikkel 14

B OSA

Siseriiklikku õigusesse ülevõtmise ja kohaldamise tähtajad

(osutatud artiklis 10)

Direktiiv	Ülevõtmise tähtaeg	Kohaldamise kuupäev
84/450/EMÜ	1. oktoober 1986	—
97/55/EÜ	23. aprill 2000	—
2005/29/EÜ	12. juuni 2007	12. detsember 2007

LISA II

VASTAVUSTABEL

Direktiiv 84/450/EMÜ	Käesolev direktiiv
Artikkel 1	Artikkel 1
Artikkel 2, sissejuhatav osa	Artikkel 2, sissejuhatav osa
Artikkel 2, punkt 1	Artikkel 2, punkt a
Artikkel 2, punkt 2	Artikkel 2, punkt b
Artikkel 2, punkt 2a	Artikkel 2, punkt c
Artikkel 2, punkt 3	Artikkel 2, punkt d
Artikkel 2, punkt 4	Artikkel 2, punkt e
Artikkel 3	Artikkel 3
Artikkel 3a, lõige 1	Artikkel 4
Artikkel 4, lõige 1, esimene lõik, esimene lause	Artikkel 5, lõige 1, esimene lõik
Artikkel 4, lõige 1, esimene lõik, teine lause	Artikkel 5, lõige 1, teine lõik
Artikkel 4, lõige 1, teine lõik	Artikkel 5, lõige 2, esimene lõik
Artikkel 4, lõige 1, kolmas lõik	Artikkel 5, lõige 2, teine lõik
Artikkel 4, lõige 2, esimene lõik, sissejuhatav osa	Artikkel 5, lõige 3, esimene lõik, sissejuhatav osa
Artikkel 4, lõige 2, esimene lõik, esimene taane	Artikkel 5, lõige 3, esimene lõik, punkt a
Artikkel 4, lõige 2, esimene lõik, teine taane	Artikkel 5, lõige 3, esimene lõik, punkt b
Artikkel 4, lõige 2, esimene lõik, viimane osa	Artikkel 5, lõige 3, teine lõik
Artikkel 4, lõige 2, teine lõik, sissejuhatav osa	Artikkel 5, lõige 3, kolmas lõik
Artikkel 4, lõige 2, teine lõik, esimene taane	Artikkel 5, lõige 3, kolmas lõik
Artikkel 4, lõige 2, teine lõik, teine taane	Artikkel 5, lõige 3, kolmas lõik
Artikkel 4, lõige 2, teine lõik, viimane osa	Artikkel 5, lõige 3, kolmas lõik
Artikkel 4, lõige 2, kolmas lõik, sissejuhatav osa	Artikkel 5, lõige 4, sissejuhatav osa
Artikkel 4, lõige 2, kolmas lõik, esimene taane	Artikkel 5, lõige 4, punkt a
Artikkel 4, lõige 2, kolmas lõik, teine taane	Artikkel 5, lõige 4, punkt b
Artikkel 4, lõige 3, esimene lõik	Artikkel 5, lõige 5
Artikkel 4, lõige 3, teine lõik	Artikkel 5, lõige 6
Artikkel 5	Artikkel 6
Artikkel 6	Artikkel 7
Artikkel 7, lõige 1	Artikkel 8, lõige 1, esimene lõik
Artikkel 7, lõige 2	Artikkel 8, lõige 1, teine lõik
Artikkel 7, lõige 3	Artikkel 8, lõige 2
Artikkel 7, lõige 4	Artikkel 8, lõige 3
Artikkel 7, lõige 5	Artikkel 8, lõige 4
Artikkel 8, esimene lõik	—
Artikkel 8, teine lõik	Artikkel 9
—	Artikkel 10
—	Artikkel 11
Artikkel 9	Artikkel 12
—	Lisa I
—	Lisa II