

EUROPOS PARLAMENTO IR TARYBOS DIREKTYVA 2006/114/EB

2006 m. gruodžio 12 d.

dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos

(kodifikuota redakcija)

(Tekstas svarbus EEE)

EUROPOS PARLAMENTAS IR EUROPOS SĄJUNGOS TARYBA,

atsižvelgdami į Europos bendrijos steigimo sutartį, ypač į jos 95 straipsnį,

atsižvelgdami į Komisijos pasiūlymą,

atsižvelgdami į Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonę ⁽¹⁾,laikydami sutarties 251 straipsnyje nustatytos tvarkos ⁽²⁾,

kadangi:

(1) 1984 m. rugsėjo 10 d. Tarybos direktyva 84/450/EEB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos ⁽³⁾ buvo keletą kartų iš esmės keičiama ⁽⁴⁾. Siekiant aiškumo ir racionalumo minėta direktyva turėtų būti kodifikuota.

(2) Valstybėse narėse galiojantys teisės aktai, draudžiantys klaidinančią reklamą, labai skiriasi. Peržengdama atskirų valstybių narių sienas, reklama turi tiesioginį poveikį sklandžiam vidaus rinkos veikimui.

(3) Klaidinanti ir neteisėta lyginamoji reklama gali iškreipti konkurenciją vidaus rinkoje.

(4) Reklama, nepriklausomai nuo to, ar ji skatina sudaryti sutartį, ar ne, daro poveikį vartotojų ir prekybininkų ekonominei gerovei.

(5) Skirtingi valstybių narių teisės aktai dėl verslą klaidinančios reklamos trukdo vykdyti reklamą už nacionalinių sienų ir tokiu būdu daro poveikį laisvai prekių apyvartai ir paslaugų tiekimui.

(6) Vidaus rinkos sukūrimas reiškia didelę galimybę pasirinkti. Atsižvelgiant į tai, kad vartotojai ir prekybininkai gali ir privalo kuo geriau naudotis vidaus rinka, o reklama yra labai svarbi priemonė tikrajai visų prekių ir paslaugų realizavimo rinkai Bendrijoje sukurti, pagrindinės nuostatos, reglamentuojančios lyginamosios reklamos formą ir turinį, turėtų būti vienodos, o lyginamosios reklamos naudojimo valstybėse narėse sąlygos turėtų būti suderintos. Įvykdžius šias sąlygas, būtų lengviau objektyviai parodyti įvairių panašių gaminių privalumus. Lyginamoji reklama taip pat gali skatinti paslaugų bei prekių tiekėjų konkurenciją vartotojo naudai.

(7) Reikėtų nustatyti minimalius ir objektyvius kriterijus, kuriais remiantis būtų nustatoma, ar reklama yra klaidinanti.

(8) Neklaidinanti lyginamoji reklama, kai lyginamos esminės, svarbios, patikrinamos ir tipinės savybės, gali būti teisėta priemone informuoti vartotojus apie naudą, kurią jie gali gauti. Pageidautina pateikti plačią lyginamosios reklamos koncepciją, leisiančią apimti visus lyginamosios reklamos būdus.

(9) Reikėtų nustatyti leistinos lyginamosios reklamos sąlygas, susijusias su lyginimu, siekiant nustatyti, kuri lyginamosios reklamos praktika gali iškraipyti konkurenciją, būti žalinga konkurentams ir daryti neigiamą poveikį vartotojų pasirinkimui. Tokios leistinos reklamos sąlygos turėtų apimti objektyvaus prekių ir paslaugų savybių lyginimo kriterijus.

(10) Tarptautinės autorinių teisių konvencijos ir nacionalinės nuostatos dėl sutartinės ir nesutartinės atsakomybės turėtų būti taikomos tada, kai trečiųjų šalių atliktų lyginamųjų patikrinimų rezultatai nurodyti ar atkurti lyginamojoje reklamoje.

(11) Lyginamosios reklamos sąlygos turėtų būti taikomos visos kartu ir jų visapusiškai laikomasi. Pagal Sutartį valstybėms narėms pačioms leista pasirinkti šių sąlygų įgyvendinimo formas ir būdus, jeigu šioje direktyvoje tos formos ir būdai nenustatyti.

⁽¹⁾ 2006 m. spalio 26 d. nuomonė (dar nepaskelbta *Oficialiajame leidinyje*).

⁽²⁾ 2006 m. spalio 12 d. Europos Parlamento nuomonė (dar nepaskelbta *Oficialiajame leidinyje*) ir 2006 m. lapkričio 30 d. Tarybos sprendimas.

⁽³⁾ OL L 250, 1984 9 19, p. 17. Direktyva su paskutiniais pakeitimais, padarytais Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB (OL L 149, 2005 6 11, p. 22).

⁽⁴⁾ Žr. I priedo A dalį.

- (12) Šios sąlygos visų pirma turėtų apimti 2006 m. kovo 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos ⁽¹⁾, ypač jo 13 straipsnio nuostatų, bei kitų Bendrijos nuostatų, priimtų žemės ūkio srityje, apsvarstymą.
- (13) 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekės ženklu, suderinti ⁽²⁾ 5 straipsnis suteikia registruoto prekės ženklo savininkui išimtinės teises, įskaitant teisę užkirsti kelią trečiosioms šalims naudoti prekyboje bet kurį ženklą, kuris tapatus ar panašus į tokių pačių prekių ar paslaugų prekės ženklą arba, kai tinkama, į kitų prekių.
- (14) Tačiau siekiant, kad lyginamoji reklama taptų veiksminga, gali prireikti įvardyti konkurento prekes ar paslaugas, nurodant prekės ženklą ar firmos vardą, kurio savininku jis yra.
- (15) Toks kito asmens prekės ženklo, firmos vardo ar kitų skiriamųjų ženklų naudojimas nepažeidžia šios išimtinės teisės tais atvejais, kai jis atitinka šioje direktyvoje nustatytas sąlygas, turint tikslą tik atskirti juos ir taip objektyviai pabrėžti jų skirtumus.
- (16) Asmenys ir organizacijos, kurie pagal nacionalinius teisės aktus laikomi turinčiais teisėtų interesų šiuo klausimu, turi turėti galimybių iškelti bylas dėl klaidinančios ir neteisėtos lyginamosios reklamos teisme ar administracinėje institucijoje, kuri yra kompetentinga spręsti skundus ar pradėti atitinkamus teisinius procesus.
- (17) Teismai ar administracinės institucijos turėtų turėti įgaliojimus išakyti nutraukti klaidinančią ir neteisėtą lyginamąją reklamą arba pareikalauti jos nutraukimo. Tam tikrais atvejais gali būti tikslinga uždrausti klaidinančią ir neteisėtą lyginamąją reklamą dar prieš ją paskelbiant. Tačiau tai jokia būdu nereiškia, kad valstybės narės privalo nustatyti taisykles, pagal kurias būtų reikalaujama sistemingai iš anksto uždraudinėti reklamą.
- (18) Savanoriška kontrolė, kurią vykdo savireguliacinės institucijos siekdamos panaikinti klaidinančią ir neteisėtą lyginamąją reklamą, gali padėti išvengti būtinybės imtis administracinių ar teisminių veiksmų, todėl ją reikėtų skatinti.
- (19) Kadangi įrodinėjimo pareigą nustato nacionalinė teisė, reikėtų įgalinti teismus ir administracines institucijas reikalauti iš prekybininkų pateikti įrodymus dėl jų padarytų faktinių pareiškimų tikslumo.
- (20) Lyginamosios reklamos reguliavimas reikalingas sklandžiam vidaus rinkos veikimui. Todėl reikalinga priemonė Bendrijos mastu. Direktyvos priėmimas yra tinkama priemonė, nes nustato vienodus bendruosius principus leidama valstybėms narėms pasirinkti formą ir tinkamą metodą šiems tikslams pasiekti. Tai atitinka subsidiarumo principą.
- (21) Ši direktyva neturėtų pažeisti valstybių narių išpareigojimų, susijusių su direktyvų perkėlimo į nacionalinę teisę ir taikymo terminais, numatytais I priedo B dalyje,

PRIĖMĖ ŠIĄ DIREKTYVĄ:

1 straipsnis

Šia direktyva siekiama apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių bei nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina.

2 straipsnis

Šioje direktyvoje:

- a) „reklama“ – tai su prekybos, verslo, amato ar profesijos vykdymu susijusios informacijos pateikimas siekiant skatinti prekių ar paslaugų, įskaitant nekilnojamąjį turtą, teises ir pareigas, tiekimą;
- b) „klaidinanti reklama“ – tai bet kokia reklama, kuri savo pateikimu ar kitokiu būdu apgaudinėja ar gali apgauti asmenis, kuriems ji skirta ir kuriuos ji pasiekia, ir kuri dėl savo apgaulingo pobūdžio gali daryti poveikį jų ekonominiam elgesiui ar kuri dėl tų pačių priežasčių kenkia ar gali pakenkti konkurentui;
- c) „lyginamoji reklama“ – tai bet kokia reklama, kuri aiškiai ar netiesiogiai nurodo konkurentą arba konkurento siūlomas prekes ar paslaugas;
- d) „prekybininkas“ – tai bet kuris fizinis ar juridinis asmuo, kuris veikia siekdamas tikslų, susijusių su jo prekyba, amatu, verslu arba profesija, ar bet kuris asmuo, veikiantis prekybininko vardu arba jo naudai;

⁽¹⁾ OL L 93, 2006 3 31, p. 12.

⁽²⁾ OL L 40, 1989 2 11, p. 1. Direktyva su pakeitimais, padarytais Sprendimu 92/10/EEB (OL L 6, 1992 1 11, p. 35).

e) „už kodeksą atsakingas subjektas“ – tai bet kuris subjektas, įskaitant prekybininką arba prekybininkų grupę, kuris atsakingas už elgesio kodekso sudarymą ir peržiūrą ir (arba) šio kodekso saistomų subjektų kontrolę.

3 straipsnis

Sprendžiant, ar reklama yra klaidinanti, privaloma atsižvelgti į visus jos bruožus ir ypač į joje esančią informaciją apie:

- a) prekių ar paslaugų ypatybes, tokias kaip prieinamumas, pobūdis, atlikimas, sudėtis, pagaminimo ar pateikimo metodas ir data, tinkamumas skirtam tikslui, panaudojimo galimybės, kiekis, instrukcija, geografinė ar komercinė kilmė, kokių rezultatų galima tikėtis jas naudojant, ar kokie prekių ar paslaugų testų ar patikrinimų rezultatai ir esminiai bruožai;
- b) kainą ar metodus, kaip apskaičiuojama kaina, ir sąlygas, kuriomis tiekiamos prekės ir teikiamos paslaugos;
- c) reklamuotojo pobūdį, būdingus bruožus ir teises, tokius kaip jo tapatybė ir turtas, jo kvalifikacijos ir pramoninių, komercinių ar intelektinių teisių nuosavybė, jo apdovanojimai ir pasižymėjimai.

4 straipsnis

Lyginamoji reklama, kiek ji susijusi su lyginimu, leidžiama, jeigu įvykdytos šios sąlygos:

- a) ji nėra klaidinanti pagal šios direktyvos 2 straipsnio b punktą, 3 straipsnį ir 8 straipsnio 1 dalį arba pagal 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje (Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva) ⁽¹⁾ 6 ir 7 straipsnius;
- b) ji lygina prekes arba paslaugas, kurios skirtos tam pačiam poreikiui tenkinti ar tai pačiai paskirčiai;
- c) ji objektyviai palygina vieną ar kelias esmines, svarbias, patikrinamas ir tipines tų prekių ir paslaugų savybes, tarp kurių gali būti ir kaina;
- d) ji nediskredituoja ir nešmeižia konkurento prekių ženklų, firmos vardų, kitų skiriamųjų ženklų, prekių, paslaugų, veiklos ar aplinkybių;
- e) produktams su kilmės vietos nuoroda ji kiekvienu atveju susijusi su tos pačios kilmės vietos nuorodos produktais;

- f) ji nepasinaudoja nesąžiningai konkurento prekių ženklo, firmos vardo, kitų skiriamųjų ženklų reputacija ar konkuruojančių produktų kilmės vietos nurodymu;
- g) ji nepateikia prekių ar paslaugų kaip prekių ar paslaugų, apsaugotų prekių ženklais ar firmos vardais, imitacijų ar reprodukcijų;
- h) ji nesukelia painiavos tarp prekybininkų, tarp reklamuotojo ir konkurento arba tarp reklamuotojo ir konkurento prekių ženklų, firmos vardų, kitų skiriamųjų ženklų, prekių ar paslaugų.

5 straipsnis

1. Siekdamas apsaugoti prekybininkų ir konkurentų interesus, valstybės narės užtikrina pakankamas ir veiksmingas priemones kovoti su klaidinančia reklama bei užtikrinti nuostatų dėl lyginamosios reklamos laikymąsi.

Tokios priemonės apima teisinės nuostatas, pagal kurias asmenys ar organizacijos, kurie pagal nacionalinės teisės aktus laikomi turinčiais teisėtą interesą kovojant su klaidinančia reklama arba reglamentuojant lyginamąją reklamą, galėtų:

- a) pradėti bylą dėl tokios reklamos;

arba

- b) tokią reklamą apskųsti administracinei institucijai, kuri kompetentinga priimti sprendimus dėl skundų ar pradėti atitinkamą teisinį bylos nagrinėjimą.

2. Pačios valstybės narės sprendžia, kurios iš 1 dalies antroje pastraipoje nurodytų galimybių turi egzistuoti ir ar teismai ar administracinės institucijos gali reikalauti, kad skundai pirma būtų nagrinėjami kitais nustatytais būdais, įskaitant nurodytus 6 straipsnyje.

Kiekviena valstybė narė sprendžia:

- a) ar šios teisinės priemonės gali būti nukreiptos atskirai prieš kiekvieną ar kartu prieš keletą to paties ekonomikos sektoriaus prekybininkų;

ir

- b) ar šios teisinės priemonės gali būti nukreiptos prieš subjektą, atsakingą už kodeksą, kai atitinkamu kodeksu skatinamas teisinių reikalavimų nesilaikymas.

⁽¹⁾ OL L 149, 2005 6 11, p. 22.

3. Pagal 1 ir 2 dalyse nurodytas nuostatas valstybės narės teismams ir administracinėms institucijoms suteikia įgaliojimus, kurie tais atvejais, kai jie mano, kad tokios priemonės, atsižvelgiant į visus interesus ir ypač į viešąjį interesą, yra būtinos, juos įgalintų:

a) įsakyti nutraukti klaidinančią reklamą ar neteisėtą lyginamąją reklamą arba pradėti atitinkamą teisinę procedūrą tokiam įsakymui gauti;

arba

b) jei klaidinanti reklama ar neteisėta lyginamoji reklama dar nepaskelbta, bet ją rengiamasi greitai skelbti, įsakyti uždrausti tokį skelbimą arba pradėti atitinkamą teisinį procesą, kad toks įsakymas uždrausti skelbimą būtų priimtas.

Pirma pastraipa taikoma net nesant faktinių nuostolių ar žalos arba reklamuotojo kaltės ar aplaidumo įrodymo.

Valstybės narės priima nuostatas, kad pirmoje pastraipoje nurodytų priemonių galima būtų imtis skubos tvarka, o tos priemonės valstybės narės nuožiūra turėtų laikiną arba galutinį poveikį.

4. Be to, siekiant panaikinti ilgalaikius klaidinančios reklamos ar neteisėtos lyginamosios reklamos, kurią galutiniu sprendimu įsakyta nutraukti, padarinius, valstybės narės teismams ir administracinėms institucijoms gali suteikti įgaliojimus:

a) reikalauti, kad visas toks sprendimas ar jo dalis būtų paskelbta tokia forma, kuri, jų manymu, yra tinkamiausia;

b) papildomai reikalauti paskelbti ištaisymo pareiškimą.

5. 1 dalies antros pastraipos b punkte nurodytos administracinės institucijos privalo:

a) būti sudarytos taip, kad nekiltų jokių abejonių dėl jų nešališkumo;

b) priimdamos sprendimus dėl skundų turėti pakankamus įgaliojimus kontroliuoti ir veiksmingai įgyvendinti savo sprendimų priežiūrą;

c) paprastai nurodyti savo sprendimų priežastis.

6. Kai 3 ir 4 dalyse nurodytus įgaliojimus vykdo išskirtinai tik administracinė institucija, visuomet turi būti nurodytos jos sprendimų priežastys. Šiuo atveju būtina numatyti procedūras, pagal kurias teisminei peržiūrai gali būti perduoti atvejai, kai administracinė institucija netinkamai ar be pagrindo vykdo savo įgaliojimus ar netinkamai ar be pagrindo nesiima tų įgaliojimų vykdyti.

6 straipsnis

Ši direktyva palieka valstybių narių skatinamą savireguliacinių institucijų galimybę savanoriškai kontroliuoti klaidinančią ar lyginamąją reklamą ir galimybę 5 straipsnio 1 dalies antroje pastraipoje minėtiems asmenims bei organizacijoms kreiptis pagalbos į tokias institucijas, jei tai yra papildoma priemonė tame straipsnyje nurodytoms administracinėms ir teisminėms procedūroms.

7 straipsnis

Valstybės narės privalo teismams ir administracinėms institucijoms suteikti įgaliojimus, kurie 5 straipsnyje nurodytose civilinėse ir administracinėse bylose įgalintų juos:

a) reikalauti, kad reklamuotojas pateiktų įrodymus dėl reklamoje padarytų faktinių pareiškimų tikslumo, jei, atsižvelgiant į reklamuotojo ar kitos bylos šalies teisėtus interesus, toks reikalavimas pagal konkrečios bylos aplinkybes atrodo tikslingas, o lyginamosios reklamos atveju — reikalauti, kad reklamuotojas tokius įrodymus pateiktų per trumpą laiką;

ir

b) laikyti, kad faktiniai pareiškimai yra netikslūs, jei pagal a punktą reikalaujami įrodymai nėra pateikti arba jei teismas ar administracinė institucija juos laiko nepakankamais.

8 straipsnis

1. Ši direktyva neužkerta kelio valstybėms narėms palikti galioti ar priimti nuostatas siekiant užtikrinti dar didesnę prekybininkų ir konkurentų apsaugą nuo klaidinančios reklamos.

Pirma pastraipa netaikoma lyginamojoje reklamoje naudojamam palyginimui.

2. Šios direktyvos nuostatos taikomos nepažeidžiant Bendrijos nuostatų dėl konkrečių gaminių ir (arba) paslaugų reklamos ar nepažeidžiant reklamos ribojimo ar draudimo konkrečiose žiniasklaidos priemonėse.

3. Šios direktyvos nuostatos dėl lyginamosios reklamos neįpareigoja valstybių narių, kurios, laikydamosi Sutarties nuostatų, toliau draudžia ar uždraudžia reklamuoti tam tikras prekes ar paslaugas, nepaisant to, ar toks draudimas buvo nustatytas tiesiogiai, ar jį nustatė institucija ar organizacija, kuri pagal valstybių narių teisės aktus atsako už komercinės, pramoninės, amatų ar profesinės veiklos reguliavimą, leisti šių prekių ar paslaugų lyginamąją reklamą. Jeigu draudžiama reklamuoti konkrečiose žiniasklaidos priemonėse, ši direktyva taikoma tik toms žiniasklaidos priemonėms, kurioms šie draudimai netaikomi.

4. Nė viena šios direktyvos nuostata netrukdo valstybėms narėms, laikantis Sutarties nuostatų, toliau drausti, uždrausti ar riboti palyginimų naudojimą profesinių paslaugų reklamoje, nepaisant to, ar toks draudimas buvo nustatytas tiesiogiai, ar jį nustatė institucija ar organizacija, kuri pagal valstybių narių teisės aktus atsako už profesinės veiklos vykdymo reguliavimą.

9 straipsnis

Valstybės narės pateikia Komisijai šios direktyvos taikymo srityje priimtų pagrindinių nacionalinės teisės nuostatų tekstus.

10 straipsnis

Direktyva 84/450/EEB yra panaikinama nepažeidžiant valstybių narių įsipareigojimų, susijusių su direktyvų perkėlimo į nacionalinę teisę ir taikymo terminais, numatytais I priedo B dalyje.

Nuorodos į panaikintą direktyvą laikomos nuorodomis į šią direktyvą ir skaitomos pagal II priede pateiktą atitikmenų lentelę.

11 straipsnis

Ši direktyva įsigalioja 2007 m. gruodžio 12 d.

12 straipsnis

Ši direktyva skirta valstybėms narėms.

Priimta Strasbūre, 2006 m. gruodžio 12 d.

Europos Parlamento vardu
Pirmininkas
J. BORRELL FONTELLES

Tarybos vardu
Pirmininkas
M. PEKKARINEN

I PRIEDAS

A DALIS

Panaikinama direktyva su vėlesniais pakeitimais

Tarybos direktyva 84/450/EEB

(OL L 250, 1984 9 19, p. 17)

Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/55/EB

(OL L 290, 1997 10 23, p. 18)

Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB

(OL L 149, 2005 6 11, p. 22).

Tik 14 straipsnis

B DALIS

Perkėlimo į nacionalinę teisę ir taikymo terminai

(nurodyta 10 straipsnyje)

Direktyva	Perkėlimo terminas	Taikymo pradžios data
84/450/EEB	1986 m. spalio 1 d.	—
97/55/EB	2000 m. balandžio 23 d.	—
2005/29/EB	2007 m. birželio 12 d.	2007 m. gruodžio 12 d.

II PRIEDAS

ATTIKMENŲ LENTELĖ

Direktyva 84/450/EEB	Ši direktyva
1 straipsnis	1 straipsnis
2 straipsnio įžanginė formuluotė	2 straipsnio įžanginė formuluotė
2 straipsnio pirmas punktas	2 straipsnio a punktas
2 straipsnio antras punktas	2 straipsnio b punktas
2 straipsnio antras a punktas	2 straipsnio c punktas
2 straipsnio trečias punktas	2 straipsnio d punktas
2 straipsnio ketvirtas punktas	2 straipsnio e punktas
3 straipsnis	3 straipsnis
3a straipsnio 1 dalis	4 straipsnis
4 straipsnio 1 dalies pirmos pastraipos pirmas sakiny	5 straipsnio 1 dalies pirma pastraipa
4 straipsnio 1 dalies pirmos pastraipos antras sakiny	5 straipsnio 1 dalies antra pastraipa
4 straipsnio 1 dalies antra pastraipa	5 straipsnio 2 dalies pirma pastraipa
4 straipsnio 1 dalies trečia pastraipa	5 straipsnio 2 dalies antra pastraipa
4 straipsnio 2 dalies pirmos pastraipos įžanginė frazė	5 straipsnio 3 dalies pirmos pastraipos įžanginė frazė
4 straipsnio 2 dalies pirmos pastraipos pirma įtrauka	5 straipsnio 3 dalies pirmos pastraipos a punktas
4 straipsnio 2 dalies pirmos pastraipos antra įtrauka	5 straipsnio 3 dalies pirmos pastraipos b punktas
4 straipsnio 2 dalies pirmos pastraipos paskutiniai žodžiai	5 straipsnio 3 dalies antra pastraipa
4 straipsnio 2 dalies antros pastraipos įžanginė formuluotė	5 straipsnio 3 dalies trečia pastraipa
4 straipsnio 2 dalies antros pastraipos pirma įtrauka	5 straipsnio 3 dalies trečia pastraipa
4 straipsnio 2 dalies antros pastraipos antra įtrauka	5 straipsnio 3 dalies trečia pastraipa
4 straipsnio 2 dalies antros pastraipos paskutiniai žodžiai	5 straipsnio 3 dalies trečia pastraipa
4 straipsnio 2 dalies trečios pastraipos įžanginė frazė	5 straipsnio 4 dalies ketvirtos pastraipos įžanginė frazė
4 straipsnio 2 dalies trečios pastraipos pirma įtrauka	5 straipsnio 4 dalies a punktas
4 straipsnio 2 dalies trečios pastraipos antra įtrauka	5 straipsnio 4 dalies b punktas
4 straipsnio 3 dalies pirma pastraipa	5 straipsnio 5 dalis
4 straipsnio 3 dalies antra pastraipa	5 straipsnio 6 dalis
5 straipsnis	6 straipsnis
6 straipsnis	7 straipsnis
7 straipsnio 1 dalis	8 straipsnio 1 dalies pirma pastraipa
7 straipsnio 2 dalis	8 straipsnio 1 dalies antra pastraipa
7 straipsnio 3 dalis	8 straipsnio 2 dalis
7 straipsnio 4 dalis	8 straipsnio 3 dalis
7 straipsnio 5 dalis	8 straipsnio 4 dalis
8 straipsnio pirma pastraipa	—
8 straipsnio antra pastraipa	9 straipsnis
—	10 straipsnis
—	11 straipsnis
9 straipsnis	12 straipsnis
—	I priedas
—	II priedas