

EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES DIREKTĪVA 2006/114/EK

(2006. gada 12. decembris)

par maldinošu un salīdzinošu reklāmu

(kodificēta versija)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

EIROPAS SAVIENĪBAS PARLAMENTS UN PADOME,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu un jo īpaši tā 95. pantu,

ņemot vērā Komisijas priekšlikumu,

ņemot vērā Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinumu ⁽¹⁾,

saskaņā ar Līguma 251. pantā noteikto procedūru ⁽²⁾,

tā kā:

(1) Padomes Direktīva 84/450/EEK (1984. gada 10. septembris) attiecībā uz maldinošu un salīdzinošu reklāmu ⁽³⁾ ir vairākas reizes būtiski grozīta ⁽⁴⁾. Skaidrības un praktisku iemeslu dēļ minētā direktīva būtu jākodificē.

(2) Dalībvalstīs spēkā esošie tiesību akti pret maldinošu reklāmu ļoti atšķiras. Tā kā reklāma pārsniedz atsevišķas dalībvalsts robežas, tai ir tieša ietekme uz iekšējā tirgus vienmērīgu darbību.

(3) Maldinoša un neatļauta salīdzinošā reklāma var izraisīt konkurences izkropojumus iekšējā tirgū.

(4) Reklāma, neatkarīgi no tā, vai tā pamudina noslēgt līgumu, ietekmē patērētāju un tirgotāju ekonomisko labklājību.

(5) Atšķirības dalībvalstu tiesību aktos attiecībā uz reklāmu, kas ir maldinoša uzņēmējdarbībai, kavē reklāmas kampaņu realizēšanu ārpus valsts robežām, un tādējādi ietekmē brīvu preču apgrozību un pakalpojumu sniegšanu.

(6) Iekšējā tirgus pilnīga izveide nozīmē plašas izvēles iespējas. Ņemot vērā to, ka patērētāji un tirgotāji 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 vajadzētu būt vienveidīgiem, un salīdzinošās reklāmas izmantošanas nosacījumiem dalībvalstīs vajadzētu būt saskaņotiem. Ja šādi nosacījumi ir izpildīti, ir vieglāk objektīvi parādīt dažādu salīdzināmu produktu labās īpašības. Salīdzinošā reklāma var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājam.

(7) Būtu jānosaka obligāti un objektīvi kritēriji, lai noteiktu, vai reklāma ir maldinoša.

(8) 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. Ir vēlams nodrošināt plašu salīdzinošās reklāmas jēdzienu, lai tas iekļautu visus salīdzinošās reklāmas veidus.

(9) Attiecībā uz salīdzinošo aspektu, būtu jāparedz nosacījumi, pie kādiem atļauta salīdzinošā reklāma, lai noteiktu, kāda veida prakse salīdzinošajā reklāmā var traucēt konkurenci, kaitēt konkurentiem un var radīt pretēju ietekmi uz patērētāju izvēli. Šādiem atļautās reklāmas nosacījumiem būtu jāiekļauj kritēriji preču un pakalpojumu īpašību objektīvam salīdzinājumam.

(10) Starptautiskās konvencijas par autortiesībām, kā arī valstu tiesību aktus par līgumisko atbildību un atbildību, kas neizriet no līgumsaistībām, būtu jāpiemēro tad, kad salīdzinošā reklāmā tiek minēti vai atveidoti to salīdzinošo testu rezultāti, ko veikušas trešās personas.

(11) Salīdzinošās reklāmas nosacījumiem vajadzētu būt kumulatīviem, un tie būtu jāievēro pilnībā. Saskaņā ar Līgumu dalībvalstīm būtu jāpiešķir tiesības izvēlēties šo nosacījumu īstenošanas formas un metodes tiktāl, ciktāl šīs formas un metodes nav jau noteiktas šajā direktīvā.

⁽¹⁾ 2006. gada 26. oktobra Atzinums (Oficiālajā Vēstnesī vēl nav publicēts).

⁽²⁾ Eiropas Parlamenta 2006. gada 12. oktobra Atzinums (Oficiālajā Vēstnesī vēl nav publicēts) un Padomes 2006. gada 30. novembra Lēmums.

⁽³⁾ OV L 250, 19.9.1984., 17. lpp. Direktīva, kurā jaunākie grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/29/EK (OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.).

⁽⁴⁾ Skat. I pielikuma A daļu.

- (12) Šiem nosacījumiem jo īpaši jāiekļauj to noteikumu ievērošana, kas paredzēti Padomes Regulā (EK) Nr. 510/2006 (2006. gada 20. marts) 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, kurus tā pieņēmusi lauksaimniecības jomā.
- (13) Padomes Pirmās Direktīvas 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm⁽²⁾, 5. pants piešķir ekskluzīvas tiesības reģistrētas preču zīmes īpašniekam, ietverot 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) Lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, tomēr var būt vajadzība identificēt konkurenta preces vai pakalpojumus, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu.
- (15) 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) Personām vai organizācijām, kurām saskaņā ar valstu tiesību aktiem šajā jautājumā ir likumīgās intereses, vajadzētu būt iespējai iesniegt prasību pret maldinošu un neatļautu salīdzinošu reklāmu vai nu tiesā, vai administratīvā iestādē, kas ir kompetenta izskatīt sūdzības, vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā.
- (17) Tiesām vai administratīvām iestādēm vajadzētu būt pilnvarotām pieprasīt vai panākt maldinošas vai neatļautas salīdzinošas reklāmas pārtraukšanu. Dažos gadījumos var būt vēlams aizliegt maldinošu un neatļautu salīdzinošu reklāmu pat pirms tās publicēšanas. Tomēr tas nekādā veidā nenozīmē to, ka dalībvalstīm ir pienākums ieviest noteikumus, kas pieprasītu sistemātisku reklāmu iepriekšēju pārbaudi.
- (18) Pašpārvaldes iestādēm brīvprātīgi veicot kontroli, lai novērstu maldinošu un neatļautu salīdzinošu reklāmu, var izvairīties no prasību iesniegšanas administratīvās iestādēs vai tiesā, un tādēļ būtu jāveicina šādas kontroles veikšana.
- (19) Lai gan pierādīšanas pienākumu nosaka ar attiecīgās valsts tiesību aktiem, ir pareizi dot iespēju tiesām un administratīvām iestādēm pieprasīt tirgotājiem sagādāt pietiekamus pierādījumus par to apgalvoto faktu patiesumu.
- (20) Regulējoša salīdzinošā reklāma ir vajadzīga iekšējā tirgus vienmērīgai darbībai. Tādēļ ir vajadzīga rīcība Kopienas mērogā. 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. Tas ir saskaņā ar subsidiaritātes principu.
- (21) Šai direktīvai nevajadzētu skart dalībvalstu pienākumus attiecībā uz I pielikuma B daļā norādītajiem termiņiem direktīvu transponēšanai valsts tiesību aktos un to piemērošanai,

IR PIEŅĒMUŠI ŠO DIREKTĪVU.

1. pants

Šīs direktīvas mērķis ir aizsargāt tirgotājus pret maldinošu reklāmu un tās negodīgām sekām, kā arī paredzēt nosacījumus, ar kādiem salīdzinošā reklāma iratļauta.

2. pants

Šajā direktīvā:

- a) "reklāma" nozīmē priekšstata veidošanu jebkādā veidā saistībā ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, lai veicinātu preču vai pakalpojumu noietu, ietverot nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus;
- b) "maldinošā reklāma" nozīmē jebkuru reklāmu, kas jebkādā veidā, ietverot tās noformējumu, maldina vai var maldināt personas, kurām tā ir adresēta vai kuras tā sasniedz, un kas tās maldinošā rakstura dēļ var ietekmēt šo personu saimniecisko rīcību vai kas šo iemeslu dēļ aizskar vai var aizskart konkurentu;
- c) "salīdzinošā reklāma" ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus;
- d) "tirgotājs" ir jebkura fiziska vai juridiska persona, kas darbojas nolūkos, kas attiecas uz tā uzņēmējdarbību, amatniecību vai profesiju, un arī jebkura persona, kas darbojas tirgotāja vārdā vai uzdevumā;

⁽¹⁾ OV L 93, 31.3.2006., 12. lpp.

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

- e) "par kodeksu atbildīgā persona" ir jebkurš subjekts, tostarp tirgotājs vai tirgotāju grupa, kas ir atbildīga par rīcības kodeksa izstrādi un pārskatīšanu un/vai par uzraudzību attiecībā uz to, kā tie, kas ir uzņēmušies kodeksā paredzētos pienākumus, tos ievēro.

3. pants

Nosakot to, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas tās pazīmes un jo īpaši visu tajā ietverto informāciju par:

- a) preču vai pakalpojumu īpašībām, piemēram, to pieejamību, īpašībām, izpildi, sastāvu, izgatavošanas vai apgādes veidu un laiku, atbilstību nolūkam, lietojumu, daudzumu, sīku aprakstu, ģeogrāfisko vai komerciālo izcelsmi vai rezultātiem, kurus var sagaidīt, tos lietojot, vai precēm vai pakalpojumiem veikto testu vai pārbaužu rezultātiem vai materiālajām īpašībām;
- b) cenu vai veidu, kādā cenu aprēķina, un preču piegādes vai pakalpojumu nodrošināšanas noteikumiem;
- c) reklāmas devēja īpašībām, atribūtiķu un tiesībām, piemēram, viņa identitāti un aktīviem, viņa kvalifikāciju un rūpnieciskā, komerciālā vai intelektuālā īpašuma tiesībām vai viņa godalgām vai atzinībām.

4. pants

Salīdzinoša reklāma tiktāl, cik tā attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā atbilst šādiem nosacījumiem:

- a) tā nav maldinoša atbilstīgi šīs Direktīvas 2. panta b) apakšpunktam, 3. pantam un 8. panta 1. punktam vai Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (2005. gada 11. maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (Negodīgas komercprakses direktīva) ⁽¹⁾ 6. un 7. pantam;
- b) tā salīdzina preces vai pakalpojumus, kas apmierina vienādas vajadzības vai ir paredzēti vienam un tam pašam nolūkam;
- c) tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas šo preču un pakalpojumu būtiskas, attiecīgas, pārbaudāmas un reprezentatīvas pazīmes, pie kā var piederēt cena;
- d) tā nediskreditē vai nenomelno konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces, pakalpojumus, darbības vai apstākļus;
- e) reklamējot produktus ar izcelsmes vietas norādi, tā katrā konkrētā gadījumā attiecas uz produktiem ar vienādām norādēm;

- f) tā negodīgi neizmanto konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputāciju vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputāciju;
- g) tā neuzdod preces vai pakalpojumus par tādu preču vai pakalpojumu imitācijām vai atdarinājumiem, kam ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums;
- h) tā neliek tirgotājiem jaukt reklāmas devējus ar konkurentiem vai reklāmas devēja preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces vai pakalpojumus ar konkurenta preču zīmēm, tirdzniecības nosaukumiem, citām atšķirības zīmēm, precēm vai pakalpojumiem.

5. pants

1. Dalībvalstis nodrošina piemērotus un efektīvus līdzekļus, lai apkarotu maldinošu reklāmu un nodrošinātu salīdzinošas reklāmas noteikumu ievērošanu tirgotāju un konkurentu interesēs.

Tādi līdzekļi ietver tiesību normas, saskaņā ar ko tādas personas vai organizācijas, kurām saskaņā ar attiecīgo valstu tiesību aktiem ir likumīgas intereses apkarot maldinošu reklāmu vai reglamentēt salīdzinošu reklāmu, var:

- a) celt tiesā prasību pret tādu reklāmu;

vai

- b) ierosināt šādas reklāmas izskatīšanu administratīvā iestādē, kas ir kompetenta vai nu pieņemt lēmumus par sūdzībām, vai ierosināt attiecīgu tiesvedību.

2. Katra dalībvalsts nosaka, kuru no 1. punkta otrajā daļā minētajām iespējām izmantot, kā arī to, vai dot iespēju tiesām vai administratīvām iestādēm pieprasīt, lai pirms lietas ierosināšanas būtu izmantoti citi noteikti līdzekļi sūdzību izskatīšanai, tostarp 6. pantā minētie līdzekļi.

Katra dalībvalsts nosaka:

- a) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst atsevišķi vai kopā pret vairākiem tirgotājiem vienā un tajā pašā tautsaimniecības nozarē;

un

- b) vai šos tiesiskos līdzekļus var vērst pret par kodeksu atbildīgo personu, ja attiecīgais kodekss veicina tiesisko prasību neievērošanu.

⁽¹⁾ OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.

3. Saskaņā ar 1. un 2. punktā minētajiem noteikumiem dalībvalstis piešķir tiesām vai administratīvām iestādēm pilnvaras, kas ļauj gadījumos, kad tās uzskata šādus pasākumus par nepieciešamiem, ņemot vērā visu iesaistīto intereses, it sevišķi sabiedrības intereses:

a) likt pārtraukt maldinošu reklāmu vai neatļautu salīdzinošo reklāmu vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā, lai panāktu maldinošas reklāmas vai neatļautas salīdzinošas reklāmas pārtraukšanu;

vai

b) ja maldinoša reklāma vai neatļauta salīdzinošā reklāma vēl nav publiskota, bet tai nenovēršami ir jānotiek — aizliegt reklāmas publiskošanu vai ierosināt attiecīgās lietas izskatīšanu tiesā, lai panāktu, ka aizliedz reklāmas publiskošanu.

Pirmo daļu piemēro, pat ja nav pierādījumu par faktiski nodarītajiem zaudējumiem vai kaitējumu vai par reklamētāja nodomu vai nolaidību.

Dalībvalstis izstrādā noteikumus pirmajā daļā minētajiem pasākumiem, kas veicami paātrinātā kārtībā pēc dalībvalsts izvēles, vai nu ar pagaidu, vai galīgu efektu.

4. Dalībvalstis var piešķirt tiesām vai administratīvām iestādēm pilnvaras, lai likvidētu sekas, ko rada tāda maldinoša reklāma vai neatļauta salīdzinošā reklāma, par kuras pārtraukšanu ir pieņemts galīgs lēmums:

a) pieprasīt šā lēmuma pilnīgu vai daļēju publicēšanu tādā formā, kādu tās uzskata par piemērotu;

b) papildus pieprasīt publicēt korektīvo paziņojumu.

5. Direktīvas 1. punkta otrās daļas b) apakšpunktā minētās administratīvās iestādes:

a) ir izveidotas tā, lai neizraisītu šaubas par to objektivitāti;

b) ir pilnvarotas pieņemt lēmumus par sūdzībām, pārbaudīt un panākt savu lēmumu efektīvu ievērošanu;

c) parasti paskaidro savu lēmumu iemeslus.

6. Ja administratīvā iestāde viena pati izmantojusi 3. un 4. punktā minētās pilnvaras, tā vienmēr paskaidro sava lēmuma iemeslu. Šādā gadījumā jāparedz noteikums par kārtību, kādā administratīvās iestādes pilnvaru neatbilstīgu vai nepamatotu īstenošanu vai šādu pilnvaru neizmantošanu var izskatīt tiesa.

6. pants

Šī direktīva neizslēdz maldinošas reklāmas vai neatļautas salīdzinošas reklāmas brīvprātīgu kontroli, ko veic pašpārvaldes iestādes un ko dalībvalstis var veicināt, un tādu personu vai organizāciju griešanos pie šīm iestādēm, kas minētas 5. panta 1. punkta otrajā daļā, ar nosacījumu, ka lietu izskatīšana šādās iestādēs notiek papildus lietu izskatīšanai tiesā vai administratīvās iestādēs, kas minēta šajā pantā.

7. pants

Dalībvalstis pilnvaro tiesas vai administratīvās iestādes, izskatot 5. pantā paredzētās civillietas vai administratīvās lietas:

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 šādus pierādījumus īsā laikposmā;

un

b) uzskatīt apgalvotos faktus par nepatiesiem, ja saskaņā ar a) apakšpunktu pieprasītie pierādījumi nav nodrošināti vai ja tiesa vai administratīvā iestāde tos uzskata par nepietiekamiem.

8. pants

1. Šī direktīva neliedz dalībvalstīm saglabāt vai pieņemt noteikumus, kuru nolūks ir tirgotājiem un konkurentiem nodrošināti vai plašāku aizsardzību pret maldinošu reklāmu.

Pirmo daļu nepiemēro salīdzinošai reklāmai tiktāl, ciktāl tas attiecas uz salīdzinājumu.

2. Šīs direktīvas noteikumus piemēro, neskarot Kopienas noteikumus par konkrētu produktu un/vai pakalpojumu reklāmu vai reklamēšanas ierobežojumus vai aizliegumus konkrētos plašsaziņas līdzekļos.

3. 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 dalībvalstu tiesību aktiem ir atbildīgas par tirdzniecības, rūpnieciskās, amatniecības vai brīvo profesiju darbības reglamentēšanu. Ja šie aizliegumi ir attiecināti uz konkrētiem plašsaziņas līdzekļiem, šo direktīvu piemēro attiecībā uz tiem plašsaziņas līdzekļiem, uz kuriem minētie aizliegumi neattiecas.

4. 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.

9. pants

Dalībvalstis dara Komisijai zināmus galvenos valsts tiesību aktus, ko tās pieņēmušas jomā, uz kuru attiecas šī direktīva.

10. pants

Direktīvu 84/450/EEK atceļ, neskarot dalībvalstu pienākumus attiecībā uz I pielikuma B daļā norādītajiem termiņiem direktīvu transponēšanai valsts tiesību aktos un to piemērošanai.

Atsauces uz atcelto direktīvu uzskata par atsaucēm uz šo direktīvu un būtu jālasa saskaņā ar atbilstības tabulu II pielikumā.

11. pants

Šī direktīva stājas spēkā 2007. gada 12. decembrī.

12. pants

Šī direktīva ir adresēta dalībvalstīm.

Strasbūrā, 2006. gada 12. decembris.

Eiropas Parlamenta vārdā –
priekšsēdētājs
J. BORRELL FONTELLES

Padomes vārdā –
priekšsēdētājs
M. PEKKARINEN

I PIELIKUMS

A DAĻA

Atceltā direktīva ar sekojošiem grozījumiem

Padomes Direktīva 84/450/EEK

(OV L 250, 19.9.1984., 17. lpp.)

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 97/55/EK

(OV L 290, 23.10.1997., 18. lpp.)

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2005/29/EK

(OV L 149, 11.6.2005., 22. lpp.)

tikai 14. pants

B DAĻA

Termiņu uzskaitījums transponēšanai valsts tiesību aktos un piemērošanai

(minēts 10. pantā)

Direktīva	Termiņš transponēšanai	Piemērošanas termiņš
84/450/EEK	1986. gada 1. oktobris	—
97/55/EK	2000. gada 23. aprīlis	—
2005/29/EK	2007. gada 12. jūnijs	2007. gada 12. decembris

II PIELIKUMS

ATBILSĪBAS TABULA

Direktīva 84/450/EEK	Šī direktīva
1. pants	1. pants
2. pants, ievadvārdi	2. pants, ievadvārdi
2. pants, 1. punkts	2. pants, a) punkts
2. pants, 2. punkts	2. pants, b) punkts
2. pants, 2. a) punkts	2. pants, c) punkts
2. pants, 3. punkts	2. pants, d) punkts
2. pants, 4. punkts	2. pants, e) punkts
3. pants	3. pants
3.a pants, 1. punkts	4. pants
4. pants, 1. punkts, pirmā daļa, pirmais teikums	5. pants, 1. punkts, pirmā daļa
4. pants, 1. punkts, pirmā daļa, otrais teikums	5. pants, 1. punkts, otrā daļa
4. pants, 1. punkts, otrā daļa	5. pants, 2. punkts, pirmā daļa
4. pants, 1. punkts, trešā daļa	5. pants, 2. punkts, otrā daļa
4. pants, 2. punkts, pirmā daļa, ievadvārdi	5. pants, 3. punkts, pirmā daļa, ievadvārdi
4. pants, 2. punkts, pirmā daļa, pirmais ievilkums	5. pants, 3. punkts, pirmā daļa, a) apakšpunkts
4. pants, 2. punkts, pirmā daļa, otrais ievilkums	5. pants, 3. punkts, pirmā daļa, b) apakšpunkts
4. pants, 2. punkts, pirmā daļa, pēdējie vārdi	5. pants, 3. punkts, otrā daļa
4. pants, 2. punkts, otrā daļa, ievadvārdi	5. pants, 3. punkts, trešā daļa
4. pants, 2. punkts, otrā daļa, pirmais ievilkums	5. pants, 3. punkts, trešā daļa
4. pants, 2. punkts, otrā daļa, otrais ievilkums	5. pants, 3. punkts, trešā daļa
4. pants, 2. punkts, otrā daļa, pēdējie vārdi	5. pants, 3. punkts, trešā daļa
4. pants, 2. punkts, trešā daļa, ievadvārdi	5. pants, 4. punkts, ievadvārdi
4. pants, 2. punkts, trešā daļa, pirmais ievilkums	5. pants, 4. punkts, a) apakšpunkts
4. pants, 2. punkts, trešā daļa, otrais ievilkums	5. pants, 4. punkts, b) apakšpunkts
4. pants, 3. punkts, pirmā daļa	5. pants, 5. punkts
4. pants, 3. punkts, otrā daļa	5. pants, 6. punkts
5. pants	6. pants
6. pants	7. pants
7. pants, 1. punkts	8. pants, 1. punkts, pirmā daļa
7. pants, 2. punkts	8. pants, 1. punkts, otrā daļa
7. pants, 3. punkts	8. pants, 2. punkts
7. pants, 4. punkts	8. pants, 3. punkts
7. pants, 5. punkts	8. pants, 4. punkts
8. pants, pirmā daļa	—
8. pants, otrā daļa	9. pants
—	10. pants
—	11. pants
9. pants	12. pants
—	I pielikums
—	II pielikums