

SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY 2006/114/ES

z 12. decembra 2006

o klamlivej a porovnávacej reklame

(kodifikované znenie)

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

so zreteľom na Zmluvu o založení Európskeho spoločenstva, a najmä na jej článok 95,

so zreteľom na návrh Komisie,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru ⁽¹⁾,konajúc v súlade s postupom ustanoveným v článku 251 zmluvy ⁽²⁾,

keďže:

- (1) Smernica Rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984 o klamlivej a porovnávacej reklame ⁽³⁾ bola podstatným spôsobom opakovane zmenená a doplnená ⁽⁴⁾. V záujme jasnosti a prehľadnosti by sa mala táto smernica kodifikovať.
- (2) Právne predpisy proti klamlivej reklame platné v členských štátoch sa veľmi odlišujú. Keďže reklama presahuje hranice jednotlivých členských štátov, má priamy vplyv na plynulé fungovanie vnútorného trhu.
- (3) Klamlivá a nepovolená porovnávacia reklama môže viesť k narušeniu hospodárskej súťaže v rámci vnútorného trhu.
- (4) Reklama ovplyvňuje hospodárske záujmy spotrebiteľov a obchodníkov bez ohľadu na to, či vedie k uzavretiu zmluvy alebo nie.
- (5) Rozdiely v právnych predpisoch členských štátov v úprave klamlivej obchodnej reklamy bránia vedeniu reklamných kampaní mimo územia štátu, a tým ovplyvňujú voľný pohyb tovaru a poskytovanie služieb.

(6) Dokončenie tvorby vnútorného trhu znamená široký výber. Keďže spotrebiteľia a obchodníci môžu a musia využívať vnútorný trh čo najlepšie a reklama je veľmi dôležitým prostriedkom na vytvorenie skutočných odbytkov všetkých tovarov a služieb v rámci celého Spoločenstva, základné ustanovenia upravujúce formu a obsah porovnávacej reklamy by mali byť jednotné a podmienky používania porovnávacej reklamy v členských štátoch by mali byť harmonizované. Ak budú tieto podmienky splnené, pomôže to objektívne demonštrovať podstatu rôznych porovnateľných produktov. Porovnávacia reklama môže taktiež stimulovať hospodársku súťaž medzi dodávateľmi tovarov a služieb v prospech spotrebiteľov.

(7) Mali by sa ustanoviť minimálne a objektívne kritériá, na základe ktorých sa posúdi, či je reklama klamlivá.

(8) Porovnávacia reklama, keď porovnáva podstatné, dôležité, overiteľné a reprezentatívne vlastnosti a nie je klamlivá, môže byť legitímnym prostriedkom informovania spotrebiteľov o ich výhodách. Je žiaduce poskytnúť základnú koncepciu porovnávacej reklamy, ktorá by pokrývala všetky spôsoby porovnávacej reklamy.

(9) Mali by sa ustanoviť podmienky povolenej porovnávacej reklamy, čo sa týka porovnávania, s cieľom stanoviť, ktoré praktiky týkajúce sa porovnávacej reklamy môžu narušovať hospodársku súťaž, poškodiť súťažiteľov a mať nepriaznivý vplyv na výber spotrebiteľa. Takéto podmienky povolenej reklamy by mali obsahovať kritériá objektívneho porovnávania vlastností tovarov a služieb.

(10) Medzinárodné dohovory o autorských právach, ako aj vnútroštátne ustanovenia o zmluvnej a nezmluvnej zodpovednosti by sa mali uplatňovať v prípadoch, kedy sa porovnávacia reklama odvoláva na výsledky porovnávacích testov vykonaných tretími stranami alebo sú tieto výsledky v reklame reprodukované.

(11) Podmienky porovnávacej reklamy by mali byť kumulatívne a rešpektované v celom svojom rozsahu. V súlade so zmluvou by sa výber foriem a metód vykonávania týchto podmienok mal ponechať na členské štáty, pokiaľ takéto formy a metódy nie sú touto smernicou ustanovené.

⁽¹⁾ Stanovisko z 26. októbra 2006 (zatiaľ neuverejnené v úradnom vestníku).

⁽²⁾ Stanovisko Európskeho parlamentu z 12. októbra 2006 (zatiaľ neuverejnené v úradnom vestníku) a rozhodnutie Rady z 30. novembra 2006.

⁽³⁾ Ú. v. ES L 250, 19.9.1984, s. 17. Smernica naposledy zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22).

⁽⁴⁾ Pozri prílohu I, časť A.

- (12) Tieto podmienky by mali zohľadňovať najmä ustanovenia vyplývajúce z nariadenia Rady (ES) č. 510/2006 z 20. marca 2006 o ochrane zemepisných označení a označení pôvodu poľnohospodárskych výrobkov a potravín⁽¹⁾, a najmä z jeho článku 13, a ďalších ustanovení Spoločenstva prijatých v poľnohospodárskej oblasti.
- (13) Článok 5 prvej smernice Rady 89/104/EHS z 21. decembra 1988 o aproximácii právnych predpisov členských štátov v oblasti ochranných známok⁽²⁾ priznáva výhradné práva vlastníkom registrovanej ochrannej známky, vrátane práva predchádzať tomu, aby tretie strany používali pri obchodovaní značky, ktoré sú identické alebo podobné ochrannej známke v súvislosti s identickým tovarom alebo službami alebo prípadne aj s iným tovarom.
- (14) Na dosiahnutie toho, aby bola porovnávacía reklama účinná, by však mohlo byť nevyhnutné identifikovať tovary alebo služby súťažiteľa, odvolávajúc sa na ochrannú známku alebo obchodné meno, ktorých je zmienený súťažiteľ vlastníkom.
- (15) Takéto použitie ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov inej osoby nepredstavuje porušenie tohto výhradného práva v prípadoch, keď spĺňa podmienky ustanovené touto smernicou, s cieľom výlučne rozlišovať medzi nimi, a teda upozorňovať na rozdiely objektívne.
- (16) Osoby alebo organizácie, o ktorých vnútroštátne právo predpokladá, že majú oprávnený záujem v danej veci, by mali mať možnosť začať konanie proti klamlivej a nepovolenej porovnávaciej reklame na súde alebo pred správnym orgánom, ktorý má právomoc rozhodovať o sťažnostiach alebo začať príslušné súdne konanie.
- (17) Súdny alebo správny orgány by mali mať právomoc umožňujúcu im nariadiť alebo dosiahnuť zastavenie klamlivej a nepovolenej porovnávaciej reklamy. V určitých prípadoch môže byť žiaduce zakázať klamlivú a nepovolenú porovnávaciu reklamu ešte pred jej zverejnením. Uvedené však rozhodne neznamená, že členské štáty sú povinné zaviesť pravidlá, ktoré predpokladajú systematickú predbežnú kontrolu reklamy.
- (18) Dobrovoľná kontrola, ktorú vykonávajú samosprávne orgány s cieľom odstrániť klamlivú alebo nepovolenú porovnávaciu reklamu môže predísť správne alebo súdne konaniu, a mala by teda byť podporovaná.
- (19) Hoci dôkazné bremeno sa určuje podľa vnútroštátneho práva, je vhodné umožniť súdom a správnym orgánom vyžadovať od obchodníkov predloženie dôkazu o správnosti ich skutkových tvrdení.
- (20) Regulovanie porovnávacjej reklamy je nevyhnutné pre plynulé fungovanie vnútorného trhu. Je preto potrebný zásah na úrovni Spoločenstva. Prijatie smernice je primeraným nástrojom, pretože ustanovuje jednotné všeobecné princípy, umožňujúc pritom členským štátom vybrať si formu a primeraný spôsob na dosiahnutie týchto cieľov. Je to v súlade so zásadou subsidiarity.
- (21) Táto smernica by sa nemala dotýkať povinností členských štátov týkajúcich sa lehôt na transpozíciu do vnútroštátneho práva a uplatňovanie smerníc, ktoré sú uvedené v prílohe I časť B,

PRIJALI TÚTO SMERNICU:

Článok 1

Účelom tejto smernice je chrániť obchodníkov proti klamlivej reklame a jej nekalým následkom a ustanoviť podmienky, za ktorých je porovnávacía reklama povolená.

Článok 2

Na účely tejto smernice sa pod:

- a) „reklamou“ rozumie akékoľvek predvedenie súvisiace s obchodom, podnikaním, remeslom alebo povoláním, ktorého cieľom je podpora odbytu tovaru alebo služieb, vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov;
- b) „klamlivou reklamou“ rozumie akákoľvek reklama, ktorá akýmkoľvek spôsobom, vrátane predvedenia, zavádza alebo pravdepodobne môže zavádzať osoby, ktorým je určená alebo ktoré zasiahne, a ktorá pre svoj klamlivý charakter pravdepodobne ovplyvní ich hospodárske správanie, alebo ktorá z týchto dôvodov poškodí alebo môže poškodiť iného súťažiteľa;
- c) „porovnávacou reklamou“ rozumie akákoľvek reklama, ktorá priamo alebo nepriamo identifikuje súťažiteľa alebo tovary alebo služby ponúkané súťažiteľom;
- d) „obchodníkom“ rozumie akákoľvek fyzická alebo právnická osoba, ktorá koná na účely spadajúce do rámca jej obchodnej, remeselnej a podnikateľskej činnosti alebo povolania, a ktokoľvek, kto koná v mene alebo v zastúpení obchodníka;

⁽¹⁾ Ú. v. EÚ L 93, 31.3.2006, s. 12.

⁽²⁾ Ú. v. ES L 40, 11.2.1989, s. 1. Smernica zmenená a doplnená rozhodnutím 92/10/EHS (Ú. v. ES L 6, 11.1.1992, s. 35).

e) „tvorcom kódexu“ rozumie akýkoľvek subjekt, vrátane obchodníka alebo skupiny obchodníkov, ktorý je zodpovedný za vytvorenie a revíziu kódexu správania a/alebo za sledovanie dodržiavania tohto kódexu tými, ktorí sa zaviazali ho dodržiavať.

Článok 3

Pri posudzovaní, či je reklama klamlivá, je nevyhnutné vziať do úvahy všetky jej črty, najmä v nej obsiahnuté informácie týkajúce sa:

- a) vlastností tovaru alebo služieb, ako je ich dostupnosť, charakter, vyhotovenie, zloženie, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, vhodnosť na účel použitia, možnosti použitia, množstvo, špecifikácia, krajina pôvodu alebo výroby alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné časti skúšok alebo previerok vykonaných na tovare alebo službách;
- b) ceny alebo spôsobu, akým je vypočítaná cena, a podmienok, za ktorých sa tovar dodáva alebo poskytujú služby;
- c) podstaty, charakteristických črt a práv zadávateľa reklamy, ako je jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia a práva priemyselného vlastníctva, práva na obchodovanie a práva duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania.

Článok 4

Porovnávacia reklama, pokiaľ ide o porovnávanie, je povolená, ak sú splnené tieto podmienky:

- a) nie je klamlivá v zmysle článkov 2 písm. b), 3 a 8 ods. 1 tejto smernice alebo článkov 6 a 7 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (smernica o nekalých obchodných praktikách) ⁽¹⁾;
- b) porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel;
- c) objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností týchto tovarov a služieb, ktoré môžu zahŕňať cenu;
- d) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišujúce znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti súťažiteľa;
- e) pre produkty s označením pôvodu sa vzťahuje v každom prípade na produkty s rovnakým označením;

(¹) Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22.

f) nevyužíva nečestnú výhodu dobrého mena ochrannej známky, obchodného mena alebo iných rozlišujúcich znakov súťažiteľa alebo označenie pôvodu konkurenčných produktov;

g) nepredstavuje tovary alebo služby ako imitácie alebo kópie tovarov alebo služieb označených chránenou ochrannou známkou alebo obchodným menom;

h) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi zadávateľom reklamy a súťažiteľom alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami zadávateľa reklamy a súťažiteľa.

Článok 5

1. Členské štáty zabezpečia existenciu primeraných a účinných prostriedkov na boj proti klamlivej reklame a vynútenie dodržiavania ustanovení o porovnávacej reklame v záujme obchodníkov a súťažiteľov.

Tieto prostriedky zahŕňajú právne ustanovenia, ktoré umožnia osobám alebo organizáciám, ktoré majú na základe vnútroštátnych právnych predpisov oprávnený záujem na boji proti klamlivej reklame alebo regulovaní porovnávacej reklamy:

a) podať súdnu žalobu proti takejto reklame;

alebo

b) napadnúť takúto reklamu pred správnym orgánom, ktorý je príslušný rozhodovať o sťažnostiach alebo dať podnet na začatie príslušného súdneho konania.

2. Je na každom členskom štáte, aby rozhodol o tom, ktorá z možností uvedených v odseku 1 druhý pododsek bude k dispozícii, a či budú súdy alebo správne orgány oprávnené požadovať, aby boli najprv vyčerpané iné dostupné prostriedky na vybavovanie sťažností, vrátane prostriedkov uvedených v článku 6.

Je na každom členskom štáte, aby rozhodol:

a) či možno tieto právne prostriedky použiť osobitne alebo spoločne proti viacerým obchodníkom z toho istého hospodárskeho odvetvia;

a

b) či možno tieto právne prostriedky použiť proti tvorci kódexu, pokiaľ príslušný kódex podporuje nedodržiavanie právnych požiadaviek.

3. Na základe ustanovení uvedených v odsekoch 1 a 2 prenesú členské štáty na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich v nevyhnutných prípadoch so zreteľom na všetky dotknuté záujmy, a najmä verejný záujem, splnomocňujú:

- a) nariadiť zastavenie, alebo začať súdne konanie príslušné pre nariadenie zastavenia klamlivej reklamy alebo nepovolenej porovnávacej reklamy;

alebo

- b) ak klamlivá reklama alebo nepovolená porovnávacia reklama ešte nebola uverejnená, ale jej uverejnenie je plánované v blízkej budúcnosti, nariadiť zákaz, alebo začať súdne konanie príslušné pre nariadenie zákazu jej uverejnenia.

Prvý pododsek sa uplatní aj vtedy, keď neexistujú dôkazy preukazujúce skutočnú stratu či škodu alebo úmysel či nebanalitosť na strane zadávateľa reklamy.

Členské štáty stanovujú, že opatrenia uvedené v prvom pododseku môžu byť prijaté v skrátanom konaní buď ako predbežné opatrenia alebo konečné opatrenia, podľa uváženia členského štátu.

4. Členské štáty môžu preniesť na súdy alebo správne orgány právomoci umožňujúce im, vzhľadom na odstránenie trvajúcich účinkov klamlivej reklamy alebo nepovolenej porovnávacej reklamy, ktorej zastavenie bolo nariadené právoplatným rozhodnutím:

- a) vyžadovať zverejnenie tohto rozhodnutia v plnom alebo skrátanom znení a vo forme, ktorú považujú za vhodnú;
- b) vyžadovať okrem toho zverejnenie opravného vyhlásenia.

5. Správne orgány uvedené v ods. 1 druhý pododsek písm. b) musia:

- a) byť zložené tak, aby nevznikali pochybnosti o ich nezávislosti;
- b) mať pri rozhodovaní o sťažnostiach dostatočné právomoci na to, aby mohli účinne kontrolovať a presadzovať dodržiavanie svojich rozhodnutí;
- c) spravidla svoje rozhodnutia odôvodňovať.

6. Ak sú právomoci uvedené v odsekoch 3 a 4 vykonávané výhradne správnym orgánom, musí byť jeho rozhodnutie vždy odôvodnené. V tomto prípade treba prijať ustanovenia na postupy, ktorých prostredníctvom sa predmetom súdneho preskúmania môže stať nesprávny alebo nevhodný výkon právomocí správnym orgánom alebo nesprávne či nevhodné zanedbanie výkonu uvedených právomocí.

Článok 6

Táto smernica nevyklučuje dobrovoľnú kontrolu klamlivej alebo porovnávacej reklamy vykonávanú samosprávnymi orgánmi, na ktoré sa môžu obrátiť osoby a organizácie uvedené v článku 5 ods. 1 druhý pododsek pod podmienkou, že konania nimi vedené plnia doplnkovú funkciu vo vzťahu k súdnym alebo správnym konaniam uvedeným v uvedenom článku, ktorú môžu členské štáty podporovať.

Článok 7

Členské štáty prenesú na súdy alebo správne orgány právomoci, ktoré ich v občianskom súdnom konaní alebo správnom konaní v zmysle článku 5 splnomocňujú:

- a) požadovať od zadávateľa reklamy predloženie dôkazov týkajúcich sa správnosti skutkových tvrdení použitých v reklame, ak sa pri zohľadnení oprávnených záujmov zadávateľa reklamy a ktoréhokoľvek iného účastníka konania javí byť takáto požiadavka primeranou na základe okolností jednotlivého prípadu a v prípade porovnávacej reklamy požadovať od zadávateľa reklamy, aby takýto dôkaz predložil v krátkom časovom období;

a

- b) považovať skutkové tvrdenia za nesprávne, ak sa dôkaz v súlade s písmenom a) neposkytne alebo ho súd alebo správny orgán považuje za nedostatočný.

Článok 8

1. Táto smernica nebráni členským štátom, aby si zachovali alebo prijali ustanovenia s cieľom zabezpečiť rozsiahlejšiu ochranu obchodníkov a súťažiteľov, pokiaľ ide o klamlivú reklamu.

Prvý pododsek sa nevzťahuje na porovnávaciu reklamu, pokiaľ ide o porovnanie.

2. Ustanovenia tejto smernice sa uplatňujú bez toho, aby boli dotknuté ustanovenia Spoločenstva o reklame na určité produkty a/alebo služby alebo obmedzenia alebo zákazy reklamy v určitom médiu.

3. Ustanovenia tejto smernice týkajúce sa porovnávacej reklamy nezaväzujú členské štáty, ktoré si v súlade s ustanoveniami zmluvy ponechali alebo zaviedli zákazy reklamy určitých tovarov alebo služieb, či už uložených priamo alebo prostredníctvom orgánu alebo organizácie zodpovednej, podľa právnych predpisov členských štátov, za regulovanie obchodnej, priemyselnej, remeselnej alebo odbornej činnosti, povoliť porovnávaciu reklamu týkajúcu sa týchto tovarov alebo služieb. V prípadoch, kde sa zákazy vzťahujú len na určité médium, táto smernica sa vzťahuje len na médiá, na ktoré sa zákaz nevzťahuje.

4. Nič v tejto smernici nebráni členským štátom, aby si ponechali alebo zaviedli, v súlade s ustanoveniami zmluvy, zákazy alebo obmedzenia na používanie porovnávaní v reklame na odborné služby, bez ohľadu na to, či sú uložené priamo alebo prostredníctvom orgánu alebo organizácie zodpovednej, podľa právnych predpisov členských štátov, za regulovanie výkonu odborných činností.

Článok 9

Členské štáty oznámia Komisii znenie hlavných ustanovení vnútroštátnych právnych predpisov, ktoré prijímú v oblasti pôsobnosti tejto smernice.

Článok 10

Smernica 84/450/EHS sa týmto zrušuje bez toho, aby boli dotknuté povinnosti členských štátov týkajúce sa lehôt na transpozíciu do vnútroštátneho práva a uplatňovanie smerníc, ktoré sú uvedené v prílohe I časť B.

Odkazy na zrušenú smernicu sa považujú za odkazy na túto smernicu a mali by znieť v súlade s tabuľkou zhody uvedenou v prílohe II.

Článok 11

Táto smernica nadobúda účinnosť 12. decembra 2007.

Článok 12

Táto smernica je určená členským štátom.

V Štrasburgu, 12. decembra 2006.

Za Európsky parlament
predseda
J. BORRELL FONTELLES

Za Radu
predseda
M. PEKKARINEN

PRÍLOHA I

ČASŤ A

Zrušená smernica v znení neskorších zmien a doplnení

Smernica Rady 84/450/EHS

(Ú. v. ES L 250, 19.9.1984, s. 17)

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/55/ES

(Ú. v. ES L 290, 23.10.1997, s. 18)

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES

(Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22)

iba článok 14

ČASŤ B

Zoznam lehôt na transpozíciu do vnútroštátneho práva a uplatňovanie

(v zmysle článku 10)

smernica	lehota na transpozíciu	dátum uplatňovania
84/450/EHS	1. október 1986	—
97/55/ES	23. apríl 2000	—
2005/29/ES	12. jún 2007	12. december 2007

PRÍLOHA II

TABUĽKA ZHODY

smernica 84/450/EHS	táto smernica
článok 1	článok 1
článok 2 úvodná veta	článok 2 úvodná veta
článok 2 bod 1	článok 2 písm. a)
článok 2 bod 2	článok 2 písm. b)
článok 2 bod 2a	článok 2 písm. c)
článok 2 bod 3	článok 2 písm. d)
článok 2 bod 4	článok 2 písm. e)
článok 3	článok 3
článok 3a ods. 1	článok 4
článok 4 ods. 1 prvý pododsek prvá veta	článok 5 ods. 1 prvý pododsek
článok 4 ods. 1 prvý pododsek druhá veta	článok 5 ods. 1 druhý pododsek
článok 4 ods. 1 druhý pododsek	článok 5 ods. 2 prvý pododsek
článok 4 ods. 1 tretí pododsek	článok 5 ods. 2 druhý pododsek
článok 4 ods. 2 prvý pododsek úvodná veta	článok 5 ods. 3 prvý pododsek úvodná veta
článok 4 ods. 2 prvý pododsek prvá zarážka	článok 5 ods. 3 prvý pododsek písm. a)
článok 4 ods. 2 prvý pododsek druhá zarážka	článok 5 ods. 3 prvý pododsek písm. b)
článok 4 ods. 2 prvý pododsek posledná veta	článok 5 ods. 3 druhý pododsek
článok 4 ods. 2 druhý pododsek úvodná veta	článok 5 ods. 3 tretí pododsek
článok 4 ods. 2 druhý pododsek prvá zarážka	článok 5 ods. 3 tretí pododsek
článok 4 ods. 2 druhý pododsek druhá zarážka	článok 5 ods. 3 tretí pododsek
článok 4 ods. 2 druhý pododsek posledná veta	článok 5 ods. 3 tretí pododsek
článok 4 ods. 2 tretí pododsek úvodná veta	článok 5 ods. 4 úvodná veta
článok 4 ods. 2 tretí pododsek prvá zarážka	článok 5 ods. 4 písm. a)
článok 4 ods. 2 tretí pododsek druhá zarážka	článok 5 ods. 4 písm. b)
článok 4 ods. 3 prvý pododsek	článok 5 ods. 5
článok 4 ods. 3 druhý pododsek	článok 5 ods. 6
článok 5	článok 6
článok 6	článok 7
článok 7 ods. 1	článok 8 ods. 1 prvý pododsek
článok 7 ods. 2	článok 8 ods. 1 druhý pododsek
článok 7 ods. 3	článok 8 ods. 2
článok 7 ods. 4	článok 8 ods. 3
článok 7 ods. 5	článok 8 ods. 4
článok 8 prvý pododsek	—
článok 8 druhý pododsek	článok 9
—	článok 10
—	článok 11
článok 9	článok 12
—	príloha I
—	príloha II