ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 13.13.1996
COM(96) 700 τελικό - COD 343

ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
σύμφωνα με το άρθρο 189 Β, παράγραφος 2, στοιχείο δ) της συνθήκης ΕΚ,
επί των τροπολογιών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου
στην κοινή θέση του Συμβουλίου σχετικά με την

πρόταση
ΟΔΗΓΙΑΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ
ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 84/450/ΕΟΚ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΦΘΕΙ Η ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΠΕΡΙ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
σύμφωνα με το άρθρο 189 Α, παράγραφος 2 της συνθήκης ΕΚ

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

I) Υπενθύμιση της διαδικασίας

Στις 19 Μαρτίου 1996, το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενέκρινε κοινή θέση με στόχο την έγκριση οδηγίας για την τροποποίηση της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση προκειμένου να συμπεριληφθεί η συγκριτική διαφήμιση.

Στις 23 Οκτωβρίου 1996, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενέκρινε σε δεύτερη ανάγνωση, στο πλαίσιο της διαδικασίας συναπόφασης, τη γνώμη του σχετικά με την κοινή θέση (εισηγήτρια: κα OOMEN-RUIJTEN). Η γνώμη αυτή περιλαμβάνει 16 τροπολογίες, 8 από τις οποίες έγιναν δεκτές από την Επιτροπή κατά τη συνεδρίαση ολομέλειας.

Σύμφωνα με το άρθρο 189 Β παράγραφος 2 στοιχείο δ) της συνθήκης, η Επιτροπή πρέπει να εκφέρει γνώμη που θα υποβάλει στο Συμβούλιο σχετικά με τις τροπολογίες που ενέκρινε το Κοινοβούλιο. Στην προκειμένη περίπτωση, η γνώμη αυτή αφορά τροποποίηση της πρότασης της Επιτροπής σύμφωνα με το άρθρο 189 Α παράγραφος 2 της συνθήκης.

II) Θέση της Επιτροπής όσον αφορά τις τροπολογίες

Στη συνεδρίαση ολομέλειας, η Επιτροπή δεσμεύτηκε να δεχθεί τις τροπολογίες αριθ. 1, 2, 4, 8, 9, 16, 20 και 21. Αντίθετα, η Επιτροπή δεν μπορεί να δεχθεί τις τροπολογίες αριθ. 3, 6, 12, 13, 15, 17, 18 και 19 και τούτο για τους παρακάτω λόγους:

Οι τροπολογίες 3 και 15 αφορούν τις συγκριτικές δοκιμές. Κατά το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Εδιμβούργου το 1992, η Επιτροπή δεσμεύθηκε να αναθεωρήσει τις προτάσεις που αναφέρονταν σε έναν κατάλογο ο οποίος περιλαμβανόταν στην πρόταση σχετικά με τη συγκριτική διαφήμιση, προκειμένου να καταργηθούν ορισμένες πτυχές που δεν συμβιβάζονταν με την αρχή της αναλογικότητας. Στην προκειμένη περίπτωση, η Επιτροπή έκρινε ότι οι διατάξεις που αφορούν τις συγκριτικές δοκιμές (της αρχικής πρότασης) μπορούσαν να καταργηθούν διότι δεν ήταν απολύτως απαραίτητες για την επίτευξη των στόχων της πρότασης.

Οι τροπολογίες 6, 18 και 19 αφορούν τα συστήματα εκούσιου ελέγχου. Η δημιουργία μιας "ευρωπαϊκής οργάνωσης εποπτείας" (τροπολογία 19) πρέπει να απορριφθεί λόγω των χρηματοπιστωτικών συνεπειών που θα μπορούσε να επιφέρει στον κοινοτικό προϋπολογισμό. Ο ρόλος των εθνικών αυτόνομων οργανισμών για την άσκηση του εκούσιου ελέγχου (τροπολογίες 6 και 18) αναγνωρίζεται ήδη επαρκώς στο άρθρο 5 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ, οπότε η τροπολογία 18 θα είχε ως αποτέλεσμα την αποδυνάμωσή του όχι μόνο όσον αφορά τη συγκριτική διαφήμιση, αλλά και τις πτυχές που συνδέονται με την παραπλανητική διαφήμιση (που καλύπτονται επίσης από την ίδια διάταξη).

Οι τροπολογίες 12 και 13 πρέπει να απορριφθούν λόγω του υπερβολικού και σχετικά άσκοπου βάρους που επιβάλλουν στους διαφημιστές, λαμβανομένων υπόψη των άλλων όρων που περιλαμβάνονται στο κείμενο της κοινής θέσης (άρθρο 3α).

Η τροπολογία 17 αποσκοπεί στην τροποποίηση του άρθρου 4 παράγραφος 1 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ. Εάν γινόταν δεκτή, θα είχε ως αποτέλεσμα να επιτρέπεται στα κράτη μέλη να "απαιτούν εξέταση της καταγγελίας, πρώτα μέσω άλλης διαδικασίας, συμπεριλαμβανομένης και εκείνης που περιλαμβάνεται στο άρθρο 5" (διαδικασίες εκούσιου ελέγχου). Μια τέτοια τροποποίηση μπορεί να παρακωλύσει, ή το λιγότερο να καθυστερήσει, την πρόσβαση των καταναλωτών στα συνήθη ένδικα μέσα, και μπορούμε να διερωτηθούμε εάν συμβιβάζεται με το άρθρο 6 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου.

III) Τροποποιημένη πρόταση

Με βάση τα παραπάνω, και σύμφωνα με τις διατάξεις που διέπουν τη διαδικασία συναπόφασης, η πρόταση τροποποιείται από την Επιτροπή έτσι ώστε να περιληφθούν οι τροπολογίες 1, 2, 4, 8, 9, 16, 20 και 21 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΟΔΗΓΙΑΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ 84/450/ΕΟΚ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΠΡΟΚΕΙΜΕΝΟΥ ΝΑ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΦΘΕΙ Η ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΚΟΙΝΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ	*ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΠΡΟΤΑΣΗ*
ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,	ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,
Έχοντας υπόψη:	Έχοντας υπόψη:
τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 100 Α,	τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 100Α,
την πρόταση της Επιτροπής,	την πρόταση της Επιτροπής[1],
τη γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής,	τη γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής[2],
Αποφασίζοντας με τη διαδικασία του άρθρου 189 Β της συνθήκης,	Αποφασίζοντας με τη διαδικασία του άρθρου 189 Β της συνθήκης
Εκτιμώντας:	Εκτιμώντας:
(1) ότι ένας από τους βασικούς στόχους της Κοινότητας είναι η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς· ότι πρέπει να ληφθούν μέτρα για την καλή λειτουργία της εν λόγω αγοράς· ότι η εσωτερική αγορά αποτελεί ένα χώρο χωρίς εσωτερικά σύνορα, μέσα στον οποίο εξασφαλίζεται η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων, των προσώπων, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων·	*Αμετάβλητο*
(2) ότι η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς σημαίνει ένα ολοένα και ευρύτερο φάσμα δυνατοτήτων	(2) ότι η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς σημαίνει ένα ολοένα και ευρύτερο φάσμα δυνατοτήτων

[1] ΕΕ C 180 της 11.7.1991, σ. 14.

[2] ΕΕ C 49 της 24.2.1992, σ. 35.

επιλογής· ότι, επειδή οι καταναλωτές μπορούν και πρέπει να επωφελούνται κατά το μέγιστο δυνατόν από την εσωτερική αγορά και επειδή η διαφήμιση συνιστά σημαντικότατο μέσο για την εμπορική διάθεση σε ολόκληρη την Κοινότητα κάθε αγαθού και υπηρεσίας, οι βασικές διατάξεις που διέπουν τη μορφή και το περιεχόμενο της συγκριτικής διαφήμισης θα πρέπει να είναι ενιαίες και οι όροι της χρήσης της συγκριτικής διαφήμισης στα κράτη μέλη θα πρέπει να εναρμονισθούν· ότι τούτο θα συμβάλει στην προβολή των πλεονεκτημάτων των διαφόρων συγκρίσιμων προϊόντων· ότι, εξάλλου, η συγκριτική διαφήμιση μπορεί να τονώσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών αγαθών και υπηρεσιών προς όφελος των καταναλωτών·

επιλογής· ότι, επειδή οι καταναλωτές μπορούν και πρέπει να επωφελούνται κατά το μέγιστο δυνατόν από την εσωτερική αγορά και επειδή η διαφήμιση συνιστά σημαντικότατο μέσο για την εμπορική διάθεση σε όλη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα κάθε αγαθού και υπηρεσίας, οι βασικές διατάξεις που διέπουν τη μορφή και το περιεχόμενο της συγκριτικής διαφήμισης θα πρέπει να είναι ενιαίες και οι όροι της χρήσης της συγκριτικής διαφήμισης θα πρέπει να εναρμονιστούν· ότι, υπό τους όρους αυτούς, τούτο θα συμβάλει στην αντικειμενική προβολή των πλεονεκτημάτων των διαφόρων συγκρίσιμων προϊόντων· ότι, εξάλλου, η συγκριτική διαφήμιση μπορεί να τονώσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών αγαθών και υπηρεσιών προς όφελος των καταναλωτών·

(3) ότι οι νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις των κρατών μελών για τη συγκριτική διαφήμιση παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές· ότι η διαφήμιση λειτουργεί υπεράνω συνόρων και φθάνει και σε άλλα κράτη μέλη· ότι ορισμένες εθνικές νομοθεσίες επιτρέπουν, ενώ άλλες απαγορεύουν, τη συγκριτική διαφήμιση μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο στην ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών και να δημιουργήσει στρεβλώσεις του ανταγωνισμού· ότι, ιδίως, οι επιχειρήσεις ενδέχεται να εκτεθούν σε μορφές διαφήμισης που έχουν αναπτύξει οι ανταγωνιστές τους χωρίς να μπορούν να απαντήσουν αναλόγως· ότι θα πρέπει να εξασφαλισθεί η ελευθερία παροχής υπηρεσιών όσον αφορά τη συγκριτική διαφήμιση· ότι η Κοινότητα καλείται να αντιμετωπίσει την κατάσταση αυτή·

Αμετάβλητο

(4) ότι στην έκτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ του

Αμετάβλητο

Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παραπλανητική διαφήμιση[3] αναφέρεται ότι, μετά την εναρμόνιση των εθνικών διατάξεων κατά της παραπλανητικής διαφήμισης, πρέπει, «σε δεύτερο στάδιο ..., να ρυθμιστεί το ζήτημα της συγκριτικής διαφήμισης, με βάση κατάλληλες προτάσεις της Επιτροπής»·

(5) ότι στο σημείο 3, στοιχείο δ) του παραρτήματος του ψηφίσματος του Συμβουλίου, της 14ης Απριλίου 1975, σχετικά με προκαταρκτικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας για μια πολιτική προστασίας και ενημέρωσης των καταναλωτών[4] το δικαίωμα στην ενημέρωση συγκαταλέγεται μεταξύ των θεμελιωδών δικαιωμάτων των καταναλωτών· ότι το δικαίωμα αυτό επικυρώνεται με το ψήφισμα του Συμβουλίου, της 19ης Μαΐου 1981, σχετικά με το δεύτερο πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας για πολιτική προστασίας και ενημέρωσης των καταναλωτών[5], στο σημείο 40 του παραρτήματος, που ασχολείται ειδικά με την ενημέρωση των καταναλωτών· ότι η συγκριτική διαφήμιση, εφόσον συγκρίνει συναφή, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά στοιχεία και δεν είναι παραπλανητική, αποτελεί θεμιτό μέσο ενημέρωσης των καταναλωτών προς το συμφέρον τους·

(5) ότι στο σημείο 3, στοιχείο δ) του παραρτήματος του ψηφίσματος του Συμβουλίου, της 14ης Απριλίου 1975, σχετικά με προκαταρκτικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας για μια πολιτική προστασίας και ενημέρωσης των καταναλωτών[4] το δικαίωμα στην ενημέρωση συγκαταλέγεται μεταξύ των θεμελιωδών δικαιωμάτων των καταναλωτών· ότι το δικαίωμα αυτό επικυρώνεται με το ψήφισμα του Συμβουλίου, της 19ης Μαΐου 1981, σχετικά με το δεύτερο πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας για πολιτική προστασίας και ενημέρωσης των καταναλωτών[5], στο σημείο 40 του παραρτήματος, που ασχολείται ειδικά με την ενημέρωση των καταναλωτών· ότι η συγκριτική διαφήμιση, εφόσον συγκρίνει συναφή, επαληθεύσιμα και <u>ουσιώδη</u> στοιχεία και δεν είναι παραπλανητική, <u>μπορεί να</u> αποτελεί θεμιτό μέσο ενημέρωσης των καταλανωτών προς το συμφέρον τους·

(6) ότι η έννοια της συγκριτικής διαφήμισης καλό είναι να είναι ευρεία, ώστε να καλύπτει όλους τους τρόπους

Αμετάβλητο

[3] ΕΕ L 250 της 19.9.1984, σ. 17

[4] ΕΕ C 92 της 25.4.1975, σ. 1

[5] ΕΕ C 133 της 3.6.1981, σ. 1.

συγκριτικής διαφήμισης·

(7) ότι θα πρέπει να τεθούν όροι υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση, όσον αφορά τη σύγκριση, με στόχο τον προσδιορισμό των πρακτικών συγκριτικής διαφήμισης που μπορούν να προκαλέσουν στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό ή ζημίες σε ανταγωνιστές και να έχουν αρνητικά αποτελέσματα ως προς τις δυνατότητες επιλογής των καταναλωτών· ότι οι εν λόγω όροι υπό τους οποίους επιτρέπεται η διαφήμιση θα πρέπει να περιλαμβάνουν κριτήρια αντικειμενικής σύγκρισης των στοιχείων των αγαθών και υπηρεσιών· *Αμετάβλητο*

(8) ότι η σύγκριση της τιμής αγαθών και υπηρεσιών και μόνο θα είναι δυνατή μόνον εάν η σύγκριση αυτή πληροί ορισμένους όρους, και ιδίως δεν είναι παραπλανητική· *Αμετάβλητο*

(9) ότι, για να αποτραπεί η ανταγωνιστική και η αθέμιτη χρήση της συγκριτικής διαφήμισης, θα πρέπει να επιτρέπονται οι συγκρίσεις μόνο μεταξύ ανταγωνιστικών αγαθών και υπηρεσιών που εκπληρώνουν τις ίδιες ανάγκες ή προορίζονται για τον ίδιο σκοπό· *Αμετάβλητο*

(10) ότι οι όροι της συγκριτικής διαφήμισης θα πρέπει να είναι σωρευτικοί και να πληρούνται στο σύνολό τους· ότι τούτο δεν κωλύει τα κράτη μέλη να καθορίζουν τον τρόπο εφαρμογής κάθε όρου, ώστε να επιλέγεται η κατάλληλη λύση κατά περίπτωση· *Διαγράφεται*

(11) ότι, στα πλαίσια των όρων αυτών, θα πρέπει να λαμβάνονται ιδίως υπόψη οι διατάξεις που προκύπτουν από τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 2081/92 του Συμβουλίου, της 14ης *Αμετάβλητο*

Ιουλίου 1992, για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων[6], και ιδίως το άρθρο 13, και άλλες κοινοτικές διατάξεις που έχουν εγκριθεί στο γεωργικό τομέα·

(12) ότι το άρθρο 5 της πρώτης οδηγίας 89/104/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 21ης Δεκεμβρίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων[7], παρέχει στο δικαιούχο καταχωρισμένου σήματος αποκλειστικό δικαίωμα το οποίο περιλαμβάνει το δικαίωμα να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί κατά τις συναλλαγές σημείο πανομοιότυπο ή παρόμοιο προς το κατατεθέν σήμα για πανομοιότυπα προϊόντα ή υπηρεσίες ή, ενδεχομένως, ακόμη και για άλλα προϊόντα· *Αμετάβλητο*

(13) ότι, ωστόσο, μπορεί να είναι απαραίτητο, για την αποτελεσματική λειτουργία της συγκριτικής διαφήμισης, να προσδιορίζονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες ανταγωνισμού με μνεία του σήματος ή της εμπορικής επωνυμίας των οποίων ο ανταγωνιστής είναι δικαιούχος· *Αμετάβλητο*

(14) ότι, κατά την εν λόγω χρήση του σήματος ή της εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων άλλου εφόσον πληρούνται οι όροι που θέτει η παρούσα οδηγία, δεν παραβιάζεται αυτό το αποκλειστικό δικαίωμα, δεδομένου ότι η χρήση αυτή αποβλέπει μόνο στη διάκριση μεταξύ των δύο ανταγωνιστών και, κατά συνέπεια, στην αντικειμενική ανάδειξη των διαφορών· *Αμετάβλητο*

---

[6] ΕΕ L 208 της 24.7.1992, σ. 1.

[7] ΕΕ L 40 της 11.2.1989, σ. 1. Οδηγία όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την απόφαση 92/10/ΕΟΚ (ΕΕ L 6 της 11.1.1992, σ. 35).

(15) ότι θα πρέπει να προβλεφθούν οι δικαστικές ή/και διοικητικές διαδικασίες που αναφέρονται στα άρθρα 4 και 5 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ, ώστε να είναι δυνατός ο έλεγχος της συγκριτικής διαφήμισης που δεν πληροί τους όρους τους οποίους θέτει η παρούσα οδηγία 7 ότι το άρθρο 6 εφαρμόζεται κατά τον ίδιο τρόπο στη μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση·

Αμετάβλητο

(16) ότι το άρθρο 7 της οδηγίας 84/450/ΕΟΚ, το οποίο επιτρέπει στα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν διατάξεις προκειμένου να εξασφαλίζουν μεγαλύτερη προστασία στους καταναλωτές, στα πρόσωπα που ασκούν εμπορική, βιομηχανική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική δραστηριότητα καθώς και στο κοινό γενικότερα, δεν πρέπει να έχει εφαρμογή στη συγκριτική διαφήμιση, δεδομένου ότι με την τροποποίηση της οδηγίας αυτής επιδιώκεται να τεθούν όροι υπό τους οποίους θα επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση·

Αμετάβλητο

(17) ότι η σύγκριση που παρουσιάζει αγαθό ή υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο αγαθών ή υπηρεσιών με κατατεθέν σήμα δεν θεωρείται ότι πληροί τους όρους υπό τους οποίους επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση·

Αμετάβλητο

(18) ότι η παρούσα οδηγία δεν θίγει σε τίποτε τις κοινοτικές διατάξεις σχετικά με τη διαφήμιση ορισμένων προϊόντων ή/και υπηρεσιών ή με περιορισμούς ή απαγορεύσεις που αφορούν τη διαφήμιση σε συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης·

Αμετάβλητο

(19) ότι όταν ένα κράτος μέλος, σεβόμενο τις διατάξεις της συνθήκης, απαγορεύει τη διαφήμιση ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, είτε απευθείας είτε με πράξη φορέα ή οργάνωσης επιφορτισμένης δυνάμει

Αμετάβλητο

της νομοθεσίας του εν λόγω κράτους με τη ρύθμιση της άσκησης μιας εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας, η απαγόρευση αυτή μπορεί να επεκτείνεται και στη συγκριτική διαφήμιση·	
(20) ότι τα κράτη μέλη δεν υποχρεώνονται να επιτρέπουν συγκριτική διαφήμιση για αγαθά και υπηρεσίες για τα οποία διατηρούν ή εισάγουν απαγορεύσεις, συμπεριλαμβανομένων των απαγορεύσεων όσον αφορά τις μεθόδους εμπορίας ή διαφήμισης με στόχους τρωτές ομάδες καταναλωτών·	(20) ότι τα κράτη μέλη δεν υποχρεώνονται να επιτρέπουν συγκριτική διαφήμιση για αγαθά και υπηρεσίες για τα οποία, <u>τηρουμένων των διατάξεων της συνθήκης</u>, διατηρούν ή εισάγουν απαγορεύσεις, συμπεριλαμβανομένων των απαγορεύσεων όσον αφορά τις μεθόδους εμπορίας ή διαφήμισης με στόχους τρωτές ομάδες καταναλωτών, <u>καθώς και των απαγορεύσεων που στηρίζονται στους κανόνες δεοντολογίας που έχουν καταρτίσει ορισμένοι επαγγελματικοί κλάδοι κατά την άσκηση της αυτορρυθμιστικής εξουσίας που προβλέπεται από τη γενική έννομη τάξη</u>·
(21) ότι η ρύθμιση της συγκριτικής διαφήμισης, υπό τους όρους που θέτει η παρούσα οδηγία, είναι αναγκαία για την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς, και ότι απαιτείται δράση σε κοινοτικό επίπεδο· ότι η θέσπιση οδηγίας είναι το κατάλληλο μέσο, διότι ορίζει ενιαίες γενικές αρχές και ταυτόχρονα αφήνει στα κράτη μέλη την εκλογή του τύπου και του κατάλληλου τρόπου επίτευξης των στόχων· ότι είναι σύμφωνη και με την αρχή της επικουρικότητας,	*Αμετάβλητο*
ΕΞΕΔΩΣΑΝ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΔΗΓΙΑ:	
<u>Άρθρο 1</u>	

Η οδηγία 84/450/ΕΟΚ τροποποιείται ως εξής:	*Αμετάβλητο*
1) Ο τίτλος αντικαθίσταται από τον ακόλουθο τίτλο:	*Αμετάβλητο*
«Οδηγία του Συμβουλίου, της 10ης Σεπτεμβρίου 1984, για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση.»	*Αμετάβλητο*
2) Το άρθρο 1 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο:	*Αμετάβλητο*
«**Άρθρο 1**	*Αμετάβλητο*
Σκοπός της παρούσας οδηγίας είναι η προστασία των καταναλωτών και των προσώπων που ασκούν εμπορική, βιομηχανική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική δραστηριότητα, καθώς και η προστασία των συμφερόντων του κοινού γενικά από την παραπλανητική διαφήμιση και τις αθέμιτες συνέπειές της, επίσης δε ο καθορισμός των όρων υπό τους οποίους η συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται.»	
3) Στο άρθρο 2 παρεμβάλλεται το ακόλουθο σημείο:	*Αμετάβλητο*
«2α. "συγκριτική διαφήμιση": κάθε διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή.»	*Αμετάβλητο*
4) Προστίθεται το ακόλουθο άρθρο:	*Αμετάβλητο*
«Άρθρο 3α	
1. Η συγκριτική διαφήμιση	

επιτρέπεται, όσον αφορά τη σύγκριση, όταν πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

α) δεν είναι παραπλανητική δύμφωνα με το άρθρο 2 παράγραφος 2, το άρθρο 3 και το άρθρο 7 παράγραφος 1·	*Αμετάβλητο*
β) συγκρίνει τα αγαθά ή υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους·	*Αμετάβλητο*
γ) συγκρίνει κατά τρόπο αντικειμενικό ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω αγαθών και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή·	γ) συγκρίνει κατά τρόπο αντικειμενικό ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω αγαθών και υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή·
δ) δεν δημιουργεί στην αγορά σύγχυση μεταξύ του διαφημιζόμενου και ενός ανταγωνιστή ή μεταξύ των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών ή υπηρεσιών του διαφημιζόμενου και ενός ανταγωνιστή·	*Αμετάβλητο*
ε) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση, ή την υποτίμηση των σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών, υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων ενός ανταγωνιστή	ε) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση, ή την υποτίμηση των σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, ή άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών, υπηρεσιών, ή δραστηριοτήτων, χαρακτηριστικών ή προσωπικής κατάστασης, ενός ανταγωνιστή·
στ) για προϊόντα με ονομασία προέλευσης, έχει σχέση κάθε φορά με προϊόντα με την ίδια ονομασία·	*Αμετάβλητο*
ζ) δεν επιφέρει αχρεωστήτως όφελος από τη φήμη ενός σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ενός ανταγωνιστή ή των δηλωτικών	*Αμετάβλητο*

καταγωγής προϊόντων.	ανταγωνιστικών	
		η) προκειμένου για τις επαγγελματικές υπηρεσίες, η διαφήμιση δεν έρχεται σε σύγκρουση με τους κανόνες δεοντολογίας οι οποίοι, τηρουμένων των διατάξεων της συνθήκης, έχουν καταρτισθεί κατά την άσκηση της αυτορρυθμιστικής εξουσίας που προβλέπεται από τη γενική έννομη τάξη.
2. Κάθε σύγκριση που αναφέρεται σε ειδική προσφορά πρέπει να επισημαίνει με σαφή τρόπο που δεν επιδέχεται παρερμηνείες την ημερομηνία κατά την οποία λήγει η προσφορά ή, εφόσον χρειάζεται, ότι η ειδική προσφορά εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών, και, στην περίπτωση που η ειδική προσφορά δεν έχει αρχίσει ακόμη, την ημερομηνία έναρξης της περιόδου κατά την οποία ισχύουν η ειδική τιμή ή άλλοι ειδικοί όροι.»		*Αμετάβλητο*
5) Στο άρθρο 4 παράγραφος 1, το πρώτο και δεύτερο εδάφιο αντικαθίστανται από το ακόλουθο κείμενο:		*Αμετάβλητο*
«1. Τα κράτη μέλη μεριμνούν ώστε να υπάρχουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέσα ελέγχου της παραπλανητικής διαφήμισης και συμμόρφωσης με τις διατάξεις σε θέματα συγκριτικής διαφήμισης προς το συμφέρον τόσο των καταναλωτών όσο και των ανταγωνιστών και γενικότερα του κοινού.		*Αμετάβλητο*
Τα μέσα αυτά πρέπει να περιλαμβάνουν νομικές διατάξεις οι οποίες θα δίδουν το δικαίωμα σε πρόσωπα ή οργανώσεις που, σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, έχουν έννομο		*Αμετάβλητο*

συμφέρον να απαγορευθεί η παραπλανητική διαφήμιση ή να ρυθμισθεί η συγκριτική διαφήμιση:

α) να προσβάλουν δικαστικά την εν λόγω διαφήμιση ή/και *Αμετάβλητο*

β) να προσφύγουν κατά της διαφήμισης αυτής ενώπιον διοικητικού οργάνου αρμόδιου είτε να αποφασίσει σχετικά με τις καταγγελίες είτε να κινήσει τις κατάλληλες δικαστικές διαδικασίες.» *Αμετάβλητο*

6) Στο άρθρο 4, η παράγραφος 2 τροποποιείται ως εξής: *Αμετάβλητο*

α) στο πρώτο εδάφιο, το κείμενο των δύο περιπτώσεων αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο: *Αμετάβλητο*

«- να διατάζουν την παύση της παραπλανητικής ή της μη επιτρεπόμενης συγκριτικής διαφήμισης, ή να κινούν τις κατάλληλες δικαστικές διαδικασίες προς τούτο ή *Αμετάβλητο*

- εάν η παραπλανητική ή η μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση δεν έχει ακόμη δημοσιευθεί, επίκειται όμως η δημοσίευσή της, να την απαγορεύουν ή να κινούν την οικεία δικαστική διαδικασία απαγόρευσης της δημοσίευσης αυτής.» *Αμετάβλητο*

β) στο τρίτο εδάφιο, η εισαγωγική φράση αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο: *Αμετάβλητο*

«Επιπλέον, προκειμένου να εξαλειφθούν οι συνεχιζόμενες συνέπειες παραπλανητικής ή μη επιτρεπόμενης συγκριτικής διαφήμισης, η παύση της οποίας έχει διαταχθεί με τελεσίδικη απόφαση, τα *Αμετάβλητο*

κράτη μέλη μπορούν να απονέμουν στα δικαστήρια ή τα διοικητικά όργανα εξουσίες οι οποίες τους επιτρέπουν:»

7) Το άρθρο 5 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο: *Αμετάβλητο*

«Άρθρο 5

Η παρούσα οδηγία δεν αποκλείει τον εκούσιο έλεγχο της παραπλανητικής ή της συγκριτικής διαφήμισης από αυτόνομους οργανισμούς. Δεν αποκλείεται επίσης η προσφυγή των κατ' άρθρο 4 προσώπων ή οργανώσεων σε οργανισμούς αυτού του είδους, εφόσον υφίστανται διαδικασίες ενώπιον αυτών των οργανισμών επιπλέον των δικαστικών ή διοικητικών διαδικασιών που αναφέρονται στο εν λόγω άρθρο.» *Αμετάβλητο*

8) Το άρθρο 7 αντικαθίσταται από το ακόλουθο κείμενο: *Αμετάβλητο*

«Άρθρο 7

1. Η παρούσα οδηγία δεν εμποδίζει τα κράτη μέλη να διατηρούν ή να θεσπίζουν διατάξεις προκειμένου να παράσχουν, έναντι της παραπλανητικής διαφήμισης, μεγαλύτερη προστασία στους καταναλωτές, στα πρόσωπα που ασκούν εμπορική, βιομηχανική, βιοτεχνική ή ελευθέρια επαγγελματική δραστηριότητα, καθώς και στο κοινό γενικότερα. *Αμετάβλητο*

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται στη συγκριτική διαφήμιση όσον αφορά τη σύγκριση. *Αμετάβλητο*

3. Οι διατάξεις της παρούσας οδηγίας εφαρμόζονται με την επιφύλαξη των κοινοτικών διατάξεων περί διαφημίσεως συγκεκριμένων *Αμετάβλητο*

προϊόντων ή/και υπηρεσιών ή των περιορισμών ή των απαγορεύσεων σχετικά με τη διαφήμιση σε συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης.

4. Οι διατάξεις της παρούσας οδηγίας που αφορούν τη συγκριτική διαφήμιση δεν υποχρεώνουν τα κράτη μέλη τα οποία, τηρώντας τις διατάξεις της συνθήκης, διατηρούν ή εισάγουν απαγορεύσεις της διαφήμισης για συγκεκριμένα αγαθά ή υπηρεσίες, επιβάλλοντας είτε απευθείας είτε με πράξη φορέα ή οργάνωσης επιφορτισμένης δυνάμει της νομοθεσίας των κρατών μελών με τη ρύθμιση της άσκησης μιας εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας, να επιτρέπουν τη συγκριτική διαφήμιση για τα εν λόγω αγαθά ή υπηρεσίες. Όταν οι απαγορεύσεις αυτές περιορίζονται σε συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης, η οδηγία εφαρμόζεται στα μέσα ενημέρωσης που δεν καλύπτονται από τις εν λόγω απαγορεύσεις.» *Αμετάβλητο*

Άρθρο 2

1. Τα κράτη μέλη θέτουν σε ισχύ τις αναγκαίες νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις για να συμμορφωθούν με την παρούσα οδηγία το αργότερο 30 μήνες μετά μετά τη δημοσίευσή της στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Πληροφορούν αμέσως την Επιτροπή σχετικά. *Αμετάβλητο*

2. Οι διατάξεις αυτές, όταν θεσπίζονται από τα κράτη μέλη, αναφέρονται στην παρούσα οδηγία ή συνοδεύονται από παρόμοια αναφορά κατά την επίσημη δημοσίευσή τους. Οι *Αμετάβλητο*

λεπτομερείς διατάξεις για την αναφορά αυτή καθορίζονται από τα κράτη μέλη.

3. Τα κράτη μέλη ανακοινώνουν στην Επιτροπή το κείμενο των ουσιωδών διατάξεων εσωτερικού δικαίου τις οποίες θεσπίζουν στον τομέα που διέπεται από την παρούσα οδηγία. *Αμετάβλητο*

Άρθρο 3

Η παρούσα οδηγία απευθύνεται στα κράτη μέλη. *Αμετάβλητο*

Έγινε στις Βρυξέλλες, στις

Για το Συμβούλιο
Ο Πρόεδρος

ISSN 0254-1483

COM(96) 700 τελικό

ΕΓΓΡΑΦΑ

GR **10 08 16**

Αριθ. καταλόγου : CB-CO-96-708-GR-C

ISBN 92-78-13792-8

Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων
L-2985 Λουξεμβούργο