

DIRETTIVA 2006/114/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO
del 12 dicembre 2006
concernente la pubblicità ingannevole e comparativa
(versione codificata)
(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 95,

vista la proposta della Commissione,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo ⁽¹⁾,

deliberando secondo la procedura di cui all'articolo 251 del trattato ⁽²⁾,

considerando quanto segue:

(1) La direttiva 84/450/CEE del Consiglio, del 10 settembre 1984, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa ⁽³⁾ è stata più volte modificata in modo sostanziale ⁽⁴⁾. Per ragioni di chiarezza e razionalizzazione è opportuno procedere alla codificazione di tale direttiva.

(2) Esistono grandi disparità delle disposizioni legislative vigenti negli Stati membri in materia di pubblicità ingannevole. La pubblicità si estende oltre i confini dei singoli Stati membri e quindi ha un'incidenza diretta sul corretto funzionamento del mercato interno.

(3) La pubblicità ingannevole ed illegittimamente comparativa può condurre ad una distorsione di concorrenza nel mercato interno.

(4) La pubblicità, indipendentemente dal fatto che essa porti o no alla conclusione di un contratto, influisce sulla situazione economica dei consumatori e dei professionisti.

(5) La difformità delle disposizioni degli Stati membri in materia di pubblicità che induce in inganno le imprese ostacola la realizzazione di campagne pubblicitarie oltre i confini nazionali e quindi incide sulla libera circolazione di merci e servizi.

⁽¹⁾ Parere del 26 ottobre 2006 (non ancora pubblicato nella Gazzetta ufficiale).

⁽²⁾ Parere del Parlamento europeo del 12 ottobre 2006 (non ancora pubblicato nella Gazzetta ufficiale) e decisione del Consiglio del 30 novembre 2006.

⁽³⁾ GU L 250 del 19.9.1984, pag. 17. Direttiva modificata da ultimo dalla direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22).

⁽⁴⁾ V. allegato I, Parte A.

(6) Il completamento del mercato interno comporta una grande varietà dell'offerta. Poiché i consumatori e i professionisti possono e devono ricavare il massimo vantaggio dal mercato interno, e la pubblicità costituisce uno strumento molto importante per aprire sbocchi reali in tutta la Comunità per qualsiasi bene o servizio, le disposizioni essenziali che disciplinano la forma e il contenuto della pubblicità comparativa dovrebbero essere uniformi e le condizioni per l'utilizzazione della pubblicità comparativa in tutti gli Stati membri dovrebbero essere armonizzate. Il rispetto di queste condizioni contribuirà a mettere oggettivamente in evidenza i pregi dei vari prodotti comparabili. La pubblicità comparativa può anche stimolare la concorrenza tra i fornitori di beni e di servizi nell'interesse dei consumatori.

(7) Si dovrebbero fissare dei criteri minimi oggettivi in base ai quali si possa giudicare se una determinata forma di pubblicità è ingannevole.

(8) La pubblicità comparativa che confronti caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative e non sia ingannevole, può essere un mezzo legittimo per informare i consumatori nel loro interesse. È opportuno definire un concetto generale di pubblicità comparativa per includere tutte le forme della stessa.

(9) È opportuno stabilire le condizioni della pubblicità comparativa lecita, per quanto riguarda il confronto, per determinare quali prassi in materia di pubblicità comparativa possono comportare una distorsione della concorrenza, svantaggiare i concorrenti e avere un'incidenza negativa sulla scelta dei consumatori. Tali condizioni di pubblicità lecita dovrebbero includere criteri di confronto obiettivo delle caratteristiche di beni e servizi.

(10) Le convenzioni internazionali sui diritti d'autore nonché le disposizioni nazionali in materia di responsabilità contrattuale e responsabilità extracontrattuale dovrebbero essere applicate quando si fa riferimento, o si riproduce, nella pubblicità comparativa, il risultato di test comparativi effettuati da terzi.

(11) Le condizioni della pubblicità comparativa dovrebbero essere cumulative e soddisfatte nella loro interezza. A norma del trattato, la scelta della forma e dei mezzi di applicazione di tali condizioni dovrebbe essere lasciata agli Stati membri, nella misura in cui forma e mezzi non siano già determinati dalla presente direttiva.

- (12) Queste condizioni dovrebbero, in particolare, tener conto delle disposizioni del regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari ⁽¹⁾, in particolare l'articolo 13 e le altre disposizioni adottate dalla Comunità nel settore agricolo.
- (13) L'articolo 5 della prima direttiva 89/104/CEE del Consiglio, del 21 dicembre 1988, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi di impresa ⁽²⁾, conferisce al titolare di un marchio di impresa registrato un diritto esclusivo, che comporta in particolare il diritto di vietare ai terzi di usare nel commercio un segno identico o simile per prodotti o servizi identici o, se del caso, anche per altri prodotti.
- (14) Per poter svolgere una pubblicità comparativa efficace può, tuttavia, essere indispensabile identificare i prodotti o i servizi di un concorrente, facendo riferimento ad un marchio di cui quest'ultimo è titolare, oppure alla sua denominazione commerciale.
- (15) Una simile utilizzazione del marchio, della denominazione commerciale o di altri segni distintivi appartenenti ad altri, se avviene nel rispetto delle condizioni stabilite dalla presente direttiva, non viola il diritto esclusivo del titolare del marchio, essendo lo scopo unicamente quello di effettuare distinzioni tra di loro e quindi di metterle obiettivamente in rilievo le differenze.
- (16) Le persone o le organizzazioni che in base alla legislazione nazionale si considerano aventi un diritto o interesse legittimo nel caso di specie dovrebbero avere la possibilità di agire contro la pubblicità ingannevole ed illegittimamente comparativa davanti ad un tribunale o ad un'autorità amministrativa avente la competenza di giudicare in merito ai ricorsi oppure di promuovere un'adeguata azione giudiziaria.
- (17) I tribunali o gli organi amministrativi dovrebbero avere il potere di ordinare ed ottenere la cessazione della pubblicità ingannevole ed illegittimamente comparativa. In certi casi può essere opportuno vietare la pubblicità ingannevole ed illegittimamente comparativa anche prima che essa sia stata portata a conoscenza del pubblico. Tuttavia ciò non implica assolutamente che gli Stati membri siano tenuti ad istituire una regolamentazione che preveda un sistematico controllo preliminare della pubblicità.
- (18) I controlli volontari esercitati da organismi autonomi per eliminare la pubblicità ingannevole ed illegittimamente comparativa possono evitare azioni giudiziarie o ricorsi amministrativi e devono quindi essere incoraggiati.

- (19) Pur spettando al diritto nazionale stabilire l'onere della prova, è appropriato attribuire agli organi giurisdizionali e alle autorità amministrative il potere di esigere che il professionista fornisca prove sull'esattezza delle allegazioni fattuali che ha presentato.
- (20) La regolamentazione della pubblicità comparativa appare necessaria per il buon funzionamento del mercato interno e un'azione a livello comunitario s'impone. L'adozione di una direttiva è la misura appropriata poiché stabilisce i principi generali uniformi, pur consentendo agli Stati membri di scegliere la forma e i mezzi appropriati per raggiungere detti obiettivi. Essa è conforme al principio di sussidiarietà.
- (21) La presente direttiva dovrebbe far salvi gli obblighi degli Stati membri relativi ai termini di attuazione e applicazione di cui all'allegato I, parte B,

HANNO ADOTTATO LA PRESENTE DIRETTIVA:

Articolo 1

La presente direttiva ha lo scopo di tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali e di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

Articolo 2

Ai sensi della presente direttiva si intende per

- a) «pubblicità», qualsiasi forma di messaggio che sia diffuso nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, allo scopo di promuovere la fornitura di beni o servizi, compresi i beni immobili, i diritti e gli obblighi;
- b) «pubblicità ingannevole», qualsiasi pubblicità che in qualsiasi modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone alle quali è rivolta o che essa raggiunge e che, dato il suo carattere ingannevole, possa pregiudicare il comportamento economico di dette persone o che, per questo motivo, leda o possa ledere un concorrente;
- c) «pubblicità comparativa», qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente;
- d) «professionista», qualsiasi persona fisica o giuridica che agisca nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale; e chiunque agisca in nome o per conto di un professionista;

⁽¹⁾ GU L 93 del 31.3.2006, pag. 12.

⁽²⁾ GU L 40 dell'11.2.1989, pag. 1. Direttiva modificata dalla decisione 92/10/CEE (GU L 6 dell'11.1.1992, pag. 35).

e) «responsabile del codice», qualsiasi soggetto, compresi un professionista o un gruppo di professionisti, responsabile della formulazione e della revisione di un codice di condotta e/o del controllo del rispetto del codice da parte di coloro che si sono impegnati a rispettarlo.

Articolo 3

Per determinare se la pubblicità sia ingannevole, se ne devono considerare tutti gli elementi, in particolare i suoi riferimenti:

- a) alle caratteristiche dei beni o dei servizi, quali la loro disponibilità, la natura, esecuzione, composizione, il metodo e la data di fabbricazione o della prestazione, l'idoneità allo scopo, gli usi, la quantità, la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal loro uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sui beni o sui servizi;
- b) al prezzo o al modo in cui questo viene calcolato, e alle condizioni alle quali i beni o i servizi vengono forniti;
- c) alla natura, alle qualifiche e ai diritti dell'operatore pubblicitario, quali l'identità, il patrimonio, le capacità, i diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale ed i premi o riconoscimenti.

Articolo 4

Per quanto riguarda il confronto, la pubblicità comparativa è ritenuta lecita qualora rispetti soddisfatte le seguenti condizioni: che essa

- a) non sia ingannevole ai sensi dell'articolo 2, lettera b, e degli articoli 3 e 8, paragrafo 1 della presente direttiva o degli articoli 6 e 7 della direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno (direttiva sulle pratiche commerciali sleali) ⁽¹⁾;
- b) confronti beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;
- c) confronti obiettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi;
- d) non causi discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attività o circostanze di un concorrente;
- e) per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisca in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione;

⁽¹⁾ GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22.

f) non tragga indebitamente vantaggio dalla notorietà connessa al marchio, alla denominazione commerciale o ad altro segno distintivo di un concorrente o alle denominazioni di origine di prodotti concorrenti;

g) non rappresenti un bene o servizio come imitazione o contraffazione di beni o servizi protetti da un marchio o da una denominazione commerciale depositati;

h) non ingeneri confusione tra i professionisti, tra l'operatore pubblicitario ed un concorrente o tra i marchi, le denominazioni commerciali, altri segni distintivi, i beni o i servizi dell'operatore pubblicitario e quelli di un concorrente.

Articolo 5

1. Gli Stati membri assicurano la disponibilità di mezzi adeguati ed efficaci per combattere la pubblicità ingannevole e garantire l'osservanza delle disposizioni in materia di pubblicità comparativa nell'interesse dei professionisti e dei concorrenti.

Tali mezzi includono disposizioni giuridiche a norma delle quali persone od organizzazioni aventi secondo la legislazione nazionale un legittimo interesse a combattere la pubblicità ingannevole o la regolamentazione della pubblicità comparativa possano:

a) promuovere un'azione giudiziaria contro tale pubblicità

o

b) sottoporre tale pubblicità al giudizio di un'autorità amministrativa competente a giudicare in merito ai ricorsi oppure a promuovere un'adeguata azione giudiziaria.

2. Spetta a ciascuno Stato membro decidere a quali dei mezzi di cui al paragrafo 1, secondo comma si debba ricorrere e se sia opportuno che l'organo giurisdizionale o amministrativo sia autorizzato ad esigere che si ricorra in via preliminare ad altri mezzi previsti per risolvere le controversie, compresi quelli di cui all'articolo 6.

Spetta a ciascuno Stato membro decidere:

a) se le azioni giudiziarie possano essere promosse singolarmente o congiuntamente contro più professionisti dello stesso settore economico

e

b) se possano essere promosse nei confronti del responsabile del codice allorché il codice in questione incoraggia a non rispettare i requisiti di legge.

3. Nel contesto delle disposizioni di cui ai paragrafi 1 e 2 gli Stati membri conferiscono alle autorità giudiziarie o amministrative il potere, qualora ritengano che detti provvedimenti siano necessari, tenuto conto di tutti gli interessi in causa e in particolare dell'interesse generale:

a) di far sospendere la pubblicità ingannevole o illegittimamente comparativa oppure di avviare le azioni giudiziarie appropriate per fare ingiungere la sospensione di tale pubblicità,

o

b) qualora la pubblicità ingannevole o illegittimamente comparativa non sia stata ancora portata a conoscenza del pubblico, ma la pubblicazione ne sia imminente, di vietare tale pubblicità o di avviare le azioni giudiziarie appropriate per vietare tale pubblicità.

Il primo comma si applica anche in assenza di prove in merito alla perdita o al danno effettivamente subito, oppure in merito all'intenzionalità o alla negligenza da parte dell'operatore pubblicitario.

Gli Stati membri prevedono che i provvedimenti di cui al primo comma possano essere adottati con procedimento d'urgenza con effetto provvisorio o con effetto definitivo, a discrezione degli Stati membri.

4. Al fine di impedire che continui a produrre effetti la pubblicità ingannevole o illegittimamente comparativa la cui sospensione sia stata ordinata con una decisione definitiva, gli Stati membri possono conferire alle autorità giudiziarie o amministrative il potere:

a) di far pubblicare tale decisione per esteso, o in parte, e nella forma che ritengano opportuna;

b) di far pubblicare inoltre, una dichiarazione rettificativa.

5. Le autorità amministrative di cui al paragrafo 1, secondo comma, lettera b) devono:

a) essere composte in modo che la loro imparzialità non possa essere messa in dubbio;

b) avere i poteri necessari per vigilare e imporre in modo efficace l'esecuzione delle loro decisioni, quando esse decidono in merito ai ricorsi

e

c) motivare, in linea di massima, le loro decisioni.

6. Allorché le competenze di cui ai paragrafi 3 e 4 sono esercitate esclusivamente da una autorità amministrativa, le decisioni devono essere sempre motivate. Devono essere previste, in questo caso, procedure in base alle quali l'esercizio improprio o ingiustificato dei poteri dell'autorità amministrativa e le omissioni improprie o ingiustificate nell'esercizio dei poteri stessi possano essere oggetto di ricorso giurisdizionale.

Articolo 6

La presente direttiva non esclude il controllo volontario, che gli Stati membri possono incoraggiare, della pubblicità ingannevole o comparativa esercitato da organismi autonomi, né esclude che le persone o le organizzazioni di cui all'articolo 5, paragrafo 1, secondo comma possano adire tali organismi a condizione che sia prevista una procedura dinanzi ad essi, oltre a quella giudiziaria o amministrativa di cui a detto articolo.

Articolo 7

Gli Stati membri attribuiscono ai tribunali o agli organi amministrativi il potere, in occasione di un procedimento giurisdizionale civile o amministrativo, di cui all'articolo 5:

a) di esigere che l'operatore pubblicitario fornisca prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nella pubblicità se, tenuto conto dei diritti o interessi legittimi dell'operatore pubblicitario e di qualsiasi altra parte nella procedura, tale esigenza risulti giustificata, date le circostanze del caso specifico e nel caso della pubblicità comparativa di esigere che l'operatore pubblicitario fornisca tali elementi entro un periodo di tempo breve;

e

b) di considerare inesatti i dati di fatto, se le prove richieste conformemente alla lettera a) non siano state fornite o siano ritenute insufficienti dal tribunale o dall'organo amministrativo.

Articolo 8

1. La presente direttiva non osta al mantenimento o all'adozione da parte degli Stati membri di disposizioni che abbiano lo scopo di garantire una più ampia tutela, in materia di pubblicità ingannevole, dei professionisti e dei concorrenti.

Il primo comma non si applica alla pubblicità comparativa per quanto riguarda il confronto.

2. Le disposizioni della presente direttiva si applicano lasciando impregiudicate le disposizioni comunitarie applicabili alla pubblicità riguardante prodotti e/o servizi specifici oppure restrizioni o divieti relativi al contenuto pubblicitario di particolari mezzi di comunicazione di massa.

3. Le disposizioni della presente direttiva concernenti la pubblicità comparativa non obbligano gli Stati membri che, nel rispetto delle disposizioni del trattato, mantengono o introducono il divieto della pubblicità per taluni beni o servizi imposto direttamente o da un ente o un'organizzazione incaricati, ai sensi della legge degli Stati membri, di disciplinare l'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, a consentire la pubblicità comparativa per tali beni o servizi. Qualora tale divieto sia limitato a mezzi di comunicazione di massa particolari, la presente direttiva si applica ai mezzi di comunicazione che non sono coperti da tale divieto.

4. Nessuna disposizione della presente direttiva impedisce agli Stati membri, nel rispetto delle disposizioni del trattato, di mantenere o introdurre divieti o limitazioni dell'uso della pubblicità comparativa riguardante servizi professionali, imposti direttamente o da un ente o un'organizzazione incaricati, a norma della legislazione degli Stati membri, di disciplinare l'esercizio di un'attività professionale.

Articolo 9

Gli Stati membri comunicano alla Commissione il testo delle disposizioni essenziali di diritto interno che adottano nel settore disciplinato dalla presente direttiva.

Articolo 10

La direttiva 84/450/CEE è abrogata, fatti salvi gli obblighi degli Stati membri relativi ai termini d'attuazione e di applicazione che figurano all'allegato I, parte B.

I riferimenti alla direttiva abrogata si intendono fatti alla presente direttiva e si leggono secondo la tavola di concordanza di cui all'allegato II.

Articolo 11

La presente direttiva entra in vigore il 12 dicembre 2007.

Articolo 12

Gli Stati membri sono destinatari della presente direttiva.

Fatto a Strasburgo, il 12 dicembre 2006.

Per il Parlamento europeo
Il presidente
J. BORRELL FONTELLES

Per il Consiglio
Il presidente
M. PEKKARINEN

ALLEGATO I

PARTE A

Direttiva abrogata e sue modificazioni successive

Direttiva 84/450/CEE del Consiglio (GU L 250 del 19.9.1984, pag. 17)	limitatamente all'articolo 14
Direttiva 97/55/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 290 del 23.10.1997, pag. 18)	
Direttiva 2005/29/CE del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22)	

PARTE B

Elenco dei termini di attuazione e di applicazione in diritto interno

(di cui all'articolo 10)

Direttiva	Termine di attuazione	Data di applicazione
84/450/CEE	1° ottobre 1986	—
97/55/CE	23 aprile 2000	—
2005/29/CE	12 giugno 2007	12 dicembre 2007

ALLEGATO II

TAVOLA DI CONCORDANZA

Direttiva 84/450/CEE	Presente direttiva
Articolo 1	Articolo 1
Articolo 2, alinea	Articolo 2, alinea
Articolo 2, punto 1	Articolo 2, lettera a)
Articolo 2, punto 2	Articolo 2, lettera b)
Articolo 2, punto 2bis	Articolo 2, lettera c)
Articolo 2, punto 3	Articolo 2, lettera d)
Articolo 2, punto 4	Articolo 2, lettera e)
Articolo 3	Articolo 3
Articolo 3 bis, paragrafo 1	Articolo 4
Articolo 4 paragrafo 1, primo comma, prima frase	Articolo 5, paragrafo 1, primo comma
Articolo 4, paragrafo 1, primo comma, seconda frase	Articolo 5, paragrafo 1, secondo comma
Articolo 4, paragrafo 1, secondo comma	Articolo 5, paragrafo 2, primo comma
Articolo 4, paragrafo 1, terzo comma	Articolo 5, paragrafo 2, secondo comma
Articolo 4, paragrafo 2, primo comma, alinea	Articolo 5, paragrafo 3, primo comma, alinea
Articolo 4, paragrafo 2, primo comma, primo trattino	Articolo 5, paragrafo 3, primo comma lettera a)
Articolo 4, paragrafo 2, primo comma, secondo trattino	Articolo 5, paragrafo 3, primo comma lettera b)
Articolo 4, paragrafo 2, primo comma, parole finali	Articolo 5, paragrafo 3, secondo comma
Articolo 4, paragrafo 2, secondo comma, alinea	Articolo 5, paragrafo 3, terzo comma
Articolo 4, paragrafo 2, secondo comma, primo trattino	Articolo 5, paragrafo 3, terzo comma
Articolo 4, paragrafo 2, secondo comma, secondo trattino	Articolo 5, paragrafo 3, terzo comma
Articolo 4, paragrafo 2, secondo comma, parole finali	Articolo 5, paragrafo 3, terzo comma
Articolo 4, paragrafo 2, terzo comma, alinea	Articolo 5, paragrafo 4, alinea
Articolo 4, paragrafo 2, terzo comma, primo trattino	Articolo 5, paragrafo 4, lettera a)
Articolo 4, paragrafo 2, terzo comma, secondo trattino	Articolo 5, paragrafo 4, lettera b)
Articolo 4, paragrafo 3, primo comma	Articolo 5, paragrafo 5
Articolo 4, paragrafo 3, secondo comma	Articolo 5, paragrafo 6
Articolo 5	Articolo 6
Articolo 6	Articolo 7
Articolo 7, paragrafo 1	Articolo 8, paragrafo 1, primo comma
Articolo 7, paragrafo 2	Articolo 8, paragrafo 1, secondo comma
Articolo 7, paragrafo 3	Articolo 8, paragrafo 2
Articolo 7, paragrafo 4	Articolo 8, paragrafo 3
Articolo 7, paragrafo 5	Articolo 8, paragrafo 4
Articolo 8, primo comma	—
Articolo 8, secondo comma	Articolo 9
—	Articolo 10
—	Articolo 11
Articolo 9	Articolo 12
—	Allegato I
—	Allegato II