

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2006/114/ES**ze dne 12. prosince 2006****o klamavé a srovnávací reklamě****(kodifikované znění)****(Text s významem pro EHP)**

EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EVROPSKÉ UNIE,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství, a zejména na článek 95 této smlouvy,

s ohledem na návrh Komise,

s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru ⁽¹⁾,

v souladu s postupem stanoveným v článku 251 Smlouvy ⁽²⁾,

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o klamavé a srovnávací reklamě ⁽³⁾ byla několikrát podstatně změněna ⁽⁴⁾. Z důvodu srozumitelnosti a přehlednosti by měla být uvedena směrnice kodifikována.
- (2) Právní předpisy proti klamavé reklamě platné v členských státech se značně liší. Reklama přesahuje hranice jednotlivých členských států a má tak přímý vliv na hladké fungování vnitřního trhu.
- (3) Klamavá a nedovolená srovnávací reklama může vést k narušení soutěže v rámci vnitřního trhu.
- (4) Reklama se dotýká ekonomických zájmů spotřebitelů a obchodníků bez ohledu na to, zda vede k uzavření smlouvy či nikoli.
- (5) Rozdíly v právních předpisech členských států o klamavé reklamě brání provádění reklamních kampaní mimo území státu, a tím ovlivňují volný pohyb zboží a poskytování služeb.

(6) Dotvoření vnitřního trhu znamená široký okruh nabídky. Jelikož spotřebitelé a obchodníci mohou a musejí co možná nejvíce využívat vnitřní trh a jelikož je reklama velmi důležitým prostředkem otevírajícím skutečná odbytiště pro veškeré zboží a služby v celém Společenství, měla by být základní ustanovení upravující formu a obsah srovnávací reklamy jednotná a podmínky využívání srovnávací reklamy v členských státech by měly být harmonizovány. Naplnění těchto podmínek pomůže objektivně objasnit přednosti různých srovnatelných výrobků. Srovnávací reklama může také podněcovat souměření mezi dodavateli zboží a služeb ku prospěchu spotřebitelů.

(7) Je nezbytné stanovit minimální a objektivní kritéria, na základě kterých se posoudí, zda je reklama klamavá.

(8) Srovnávací reklama, pokud srovnává základní, důležité, ověřitelné a charakteristické rysy a není klamavá, může být oprávněným prostředkem k informování spotřebitele v jeho zájmu. Je žádoucí vytvořit obecnou definici srovnávací reklamy zahrnující všechny její formy.

(9) Měly by být, pokud jde o srovnání, stanoveny podmínky dovolené srovnávací reklamy, aby se určilo, jaká jednání v oblasti srovnávací reklamy mohou narušit soutěž, způsobit újmu soutěžitelům a negativně ovlivnit spotřebitelovu volbu. Tyto podmínky dovolené reklamy by měly zahrnovat kritéria objektivního srovnání znaků zboží a služeb.

(10) Mezinárodní úmluvy o autorském právu, jakož i vnitrostátní předpisy o smluvní a mimosmluvní odpovědnosti by se měly použít v případech uvedení nebo převzetí výsledků srovnávacích testů prováděných třetími osobami ve srovnávací reklamě.

(11) Podmínky srovnávací reklamy by se měly vzájemně doplňovat a být respektovány jako celek. V souladu se Smlouvou by měla být volba formy a prostředků plnění těchto podmínek ponechána členským státům, pokud již nejsou stanoveny touto směrnicí.

⁽¹⁾ Stanovisko ze dne 26. října 2006 (dosud nezveřejněné v Úředním věstníku).

⁽²⁾ Stanovisko Evropského parlamentu ze dne 12. října 2006 (dosud nezveřejněné v Úředním věstníku) a rozhodnutí Rady ze dne 30. listopadu 2006.

⁽³⁾ Úř. věst. L 250, 19.9.1984, s. 17. Směrnice naposledy pozměněná směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES (Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22).

⁽⁴⁾ Viz přílohu I část A.

- (12) Tyto podmínky by měly zejména přihlížet k ustanovením vyplývajícím z nařízení Rady (ES) č. 510/2006 ze dne 20. března 2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin⁽¹⁾, a zejména k jeho článku 13, i k ostatním předpisům Společenství přijatým v oblasti zemědělství.
- (13) Článek 5 první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách⁽²⁾ přiznává majiteli zapsané známky výlučné právo, které obsahuje zejména právo zakázat všem třetím osobám používat v obchodním styku označení totožné s ochrannou známkou nebo jí podobné pro zboží nebo služby stejného druhu nebo popřípadě pro další zboží.
- (14) Může však být nezbytné, ve snaze učinit srovnávací reklamu účinnou, identifikovat zboží nebo služby soutěžitele odvolávkou na jeho ochrannou známku nebo jeho obchodní firmu.
- (15) Takové použití ochranné známky, obchodní firmy nebo jiného rozlišovacího znaku jiného soutěžitele neporušuje toto výlučné právo v případech, že jsou dodrženy podmínky stanovené touto směrnicí a je-li jeho cílem pouze mezi nimi rozlišit a objektivně tak vyzdvihnout rozdíly.
- (16) Osoby nebo organizace, o nichž vnitrostátní právo předpokládá, že mají oprávněný zájem na této záležitosti, by měly mít možnost zahájit řízení proti klamavé a nedovolené srovnávací reklamě u soudu nebo u správního orgánu, který má pravomoc rozhodovat o stížnostech nebo zahájit příslušné soudní řízení.
- (17) Soudy nebo správní orgány by měly mít pravomoc umožňující jim nařídit nebo dosáhnout zastavení klamavé a nedovolené srovnávací reklamy. V určitých případech může být žádoucí zakázat klamavou a nedovolenou srovnávací reklamu ještě před jejím zveřejněním. Rozhodně to však neznamená, že členské státy jsou povinny zavést pravidla, která předpokládají systematickou předběžnou kontrolu reklamy.
- (18) Dobrovolná kontrola prováděná samosprávnými orgány, která se zaměřuje na odstranění klamavé nebo nedovolené srovnávací reklamy může předejít správnímu nebo soudnímu řízení, a měla by tedy být podporována.

- (19) Ačkoli stanovení důkazního břemene přísluší vnitrostátním právu, je vhodné umožnit soudům a správním orgánům, aby od obchodníků požadovaly prokázání správnosti jejich skutkových tvrzení.
- (20) Úprava srovnávací reklamy je nezbytná pro hladké fungování vnitřního trhu. Proto je nezbytný postup na úrovni Společenství. Přijetí směrnice je vhodným nástrojem, neboť stanoví jednotné obecné zásady, ale ponechává na členských státech, aby si zvolily formu a prostředky přiměřené pro dosažení těchto cílů. To je v souladu se zásadou subsidiarity.
- (21) Touto směrnicí by neměly být dotčeny povinnosti členských států týkající se lhůt pro provedení směrnic ve vnitrostátním právu a jejich použitelnost stanovených v příloze I části B,

PŘIJALY TUTO SMĚRNICI:

Článek 1

Účelem této směrnice je chránit obchodníky proti klamavé reklamě a jejím nekalým účinkům, a stanovit podmínky, za nichž je dovolena srovnávací reklama.

Článek 2

Pro účely této směrnice se rozumí:

- a) „reklamou“ každé předvedení související s obchodem, živností, řemeslem nebo svobodným povoláním, jehož cílem je podpora odbytu zboží nebo poskytnutí služeb, včetně nemovitostí, práv a závazků;
- b) „klamavou reklamou“ každá reklama, která jakýmkoli způsobem, včetně předvedení, klame nebo pravděpodobně může klamat osoby, kterým je určena nebo které zasáhne, a která pro svůj klamavý charakter pravděpodobně ovlivní jejich ekonomické chování, nebo která z těchto důvodů poškodí nebo může poškodit jiného soutěžitele;
- c) „srovnávací reklamou“ každá reklama, která výslovně nebo nepřímou označuje soutěžitele nebo zboží či služby nabízené soutěžitelem;
- d) „obchodníkem“ fyzická nebo právnická osoba, jež jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení;

(1) Úř. věst. L 93, 31.3.2006, s. 12.

(2) Úř. věst. L 40, 11.2.1989, s. 1. Směrnice ve znění rozhodnutí 92/10/EHS (Úř. věst. L 6, 11.1.1992, s. 35).

e) „držitelem kodexu“ subjekt, včetně obchodníka nebo skupiny obchodníků, který odpovídá za vypracování a revizi kodexu chování nebo za dohled nad jeho dodržováním těmi, kdo se jím zavázali řídit.

Článek 3

Při posuzování, zda je reklama klamavá, je nezbytné vzít v úvahu všechny její rysy, zejména v ní obsažené informace týkající se:

- a) vlastností zboží nebo služeb, jako je jejich dostupnost, charakter, provedení, složení, výrobní postup a datum výroby nebo dodávky, účel použití, možnosti použití, množství, specifikace, země původu nebo země výroby nebo očekávané výsledky použití, nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo prověrek provedených na zboží nebo službách;
- b) ceny nebo způsobu, jakým je cena vypočtena, a podmínek, za kterých je zboží dodáváno nebo služby poskytovány;
- c) podstaty, charakteristických rysů a práv zadavatele reklamy, jako je jeho totožnost a majetek, způsobilost a práva průmyslového a duševního vlastnictví, práva nebo jeho ocenění a vyznamenání.

Článek 4

Srovnávací reklama, pokud jde o srovnání, je povolena při splnění následujících podmínek:

- a) není klamavá ve smyslu čl. 2 písm. b), čl. 3 a čl. 8 odst. 1 této směrnice nebo článků 6 a 7 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (směrnice o nekalých obchodních praktikách) ⁽¹⁾;
- b) srovnává zboží nebo služby, jež slouží stejným potřebám nebo jsou zamýšleny pro stejný účel;
- c) objektivně srovnává jeden nebo více základních, důležitých, ověřitelných a charakteristických rysů tohoto zboží nebo těchto služeb, mezi nimiž může být i cena;
- d) nemá za následek oslabení důvěryhodnosti nebo znevážení ochranné známky, obchodní firmy, jiného rozlišovacího znaku, zboží, služeb, činností nebo postavení soutěžitele;
- e) u produktů s označením původu se vždy odvolává na produkty se stejným označením;

⁽¹⁾ Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22.

f) netěží protiprávně z dobré pověsti ochranné známky, obchodní firmy nebo jiných rozlišovacích znaků soutěžitele anebo označení původu konkurujících produktů;

g) nepředstavuje zboží nebo službu jako napodobeninu nebo reprodukci jiného zboží nebo služeb nesoucích ochrannou známku nebo obchodní firmu;

h) nevede k záměně mezi obchodníky, mezi zadavatelem reklamy a soutěžitelem nebo k záměně ochranných známek, obchodních firem, jiných rozlišovacích znaků, zboží a služeb zadavatele reklamy s ochrannými známkami, obchodními firmami, jinými rozlišovacími znaky, zbožím a službami soutěžitele.

Článek 5

1. Členské státy zajistí, aby v zájmu obchodníků a soutěžitelů existovaly přiměřené a účinné prostředky pro boj proti klamavé reklamě a pro dodržování předpisů o srovnávací reklamě.

Tyto prostředky zahrnují právní předpisy, jež umožní osobám nebo organizacím, které mají podle vnitrostátních právních předpisů oprávněný zájem na potírání klamavé reklamy nebo na regulaci srovnávací reklamy, aby:

a) podaly žalobu ohledně takové reklamy

nebo

b) napadly takovou reklamu u správního orgánu, který je příslušný k rozhodování o stížnostech nebo k podání podnětu k zahájení příslušného soudního řízení.

2. Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí o tom, která z těchto možností uvedených v odst. 1 druhém pododstavci bude dostupná a zda umožní soudům nebo správním orgánům požadovat, aby byly nejprve využity jiné stanovené prostředky pro vyřizování stížností, včetně prostředků uvedených v článku 6.

Každému členskému státu je vyhrazeno rozhodnutí,

a) zda mohou být tyto právní možnosti použity samostatně nebo společně proti určitému počtu obchodníků působících ve stejném hospodářském odvětví

a

b) zda mohou být tyto právní možnosti použity proti držiteli kodexu, pokud tento kodex podporuje porušování zákoných požadavků.

3. Na základě předpisů uvedených v odstavcích 1 a 2 přenesou členské státy na soudy nebo správní orgány pravomoci, které je v nezbytných případech s ohledem na všechny dotčené zájmy, a zejména veřejný zájem, zmocňují, aby:

- a) nařídily zastavení nebo zahájily příslušné soudní řízení, které přikazuje zastavení klamavé reklamy nebo nedovolené srovnávací reklamy,

nebo

- b) pokud klamavá reklama nebo nedovolená srovnávací reklama nebyla dosud uveřejněna, avšak k jejímu uveřejnění má bezprostředně dojít, zakázaly takovou reklamu nebo zahájily příslušné řízení směřující k jejímu zákazu.

První pododstavec se použije i bez důkazu prokazujícího skutečnou ztrátu či škodu nebo úmysl či nedbalost na straně zadavatele reklamy.

Členské státy stanoví, že opatření uvedená v prvním pododstavci mohou být přijata ve zkráceném řízení jako opatření předběžná nebo opatření konečná podle uvážení členského státu.

4. Členské státy mohou udělit soudům nebo správním orgánům pravomoci zmocňující je k tomu, aby za účelem odstranění přetrvávajících vlivů klamavé reklamy nebo nedovolené srovnávací reklamy, jejíž zastavení bylo nařízeno konečným rozhodnutím, mohly:

- a) vyžadovat zveřejnění tohoto rozhodnutí v plném nebo zkráceném znění a ve formě, kterou považují za vhodnou;
- b) vyžadovat kromě toho zveřejnění opravného prohlášení.

5. Správní orgány uvedené v odst. 1 druhém pododstavci písm. b) musí:

- a) být složeny tak, aby nevznikaly pochybnosti o jejich nezávislosti;
- b) mít při rozhodování o stížnostech dostatečné pravomoci k tomu, aby mohly účinně kontrolovat a prosazovat dodržování svých rozhodnutí;
- c) zpravidla svá rozhodnutí odůvodňovat.

6. Jsou-li pravomoci uvedené v odstavci 3 a 4 vykonávány výhradně správním orgánem, musí být jeho rozhodnutí vždy odůvodněno. V tomto případě musí existovat řízení, jejichž prostřednictvím se předmětem soudního přezkoumání může stát nesprávný nebo nevhodný výkon pravomocí správním orgánem nebo nesprávné či nevhodné zanedbání výkonu uvedených pravomocí.

Článek 6

Tato směrnice nevylučuje dobrovolnou kontrolu klamavé nebo srovnávací reklamy prováděnou samosprávnými subjekty a podporovanou členskými státy, nebo možnost osob nebo organizací uvedených v čl. 5 odst. 1 druhém pododstavci odvolat se k těmto subjektům, za podmínky, že jsou vedle řízení před těmito subjekty přípustná i soudní nebo správní řízení uvedená v uvedeném článku.

Článek 7

Členské státy přenesou na soudy nebo správní orgány pravomoci, které je v občanském soudním řízení nebo správním řízení podle článku 5 zmocňují:

- a) požadovat na zadavateli reklamy, aby prokázal správnost skutkových tvrzení obsažených v reklamě, jestliže se takový požadavek, s ohledem na oprávněné zájmy zadavatele reklamy a jiného účastníka řízení, jeví jako přiměřený vzhledem k okolnostem daného případu, a v případě srovnávací reklamy pak vyžadovat od zadavatele reklamy provedení takových důkazů v krátké lhůtě;

a

- b) považovat skutková tvrzení za nesprávná, není-li důkaz požadovaný v souladu s písmenem a) předložen nebo je-li soudem nebo správním orgánem považován za nedostatečný.

Článek 8

1. Tato směrnice nebrání členským státům, aby v oblasti klamavé reklamy zachovaly nebo přijaly ustanovení zajišťující rozsáhlejší ochranu obchodníků a soutěžitelů.

První pododstavec se nevztahuje na srovnávací reklamu, pokud jde o srovnání.

2. Ustanovení této směrnice se použijí, aniž jsou dotčeny předpisy Společenství o reklamě určených výrobků nebo služeb nebo omezení či zákaz reklamy ve vybraných sdělovacích prostředcích.

3. Ustanovení této směrnice týkající se srovnávací reklamy nezavazují členské státy, které v souladu s ustanoveními Smlouvy zachovávají nebo vydají zákaz reklamy pro určité zboží nebo služby, ať již je uložen přímo nebo subjekty odpovědnými podle práva členských států za úpravu výkonu obchodu, živnosti nebo řemesla či svobodného povolání, k tomu, aby povolily srovnávací reklamu pro toto zboží nebo tyto služby. Pokud jsou tyto zákazy omezeny na určité sdělovací prostředky, vztahuje se tato směrnice na ty sdělovací prostředky, jichž se tyto zákazy netýkají.

4. Žádné ustanovení této směrnice nebrání členskými státy, aby v souladu s ustanoveními Smlouvy zachovaly nebo vydaly zákaz nebo omezení použití srovnání v reklamě na služby svobodných povolání, ať již jsou uloženy přímo nebo subjekty odpovědnými podle práva členských států za úpravu výkonu svobodného povolání.

Článek 9

Členské státy sdělí Komisi znění hlavních ustanovení vnitrostátních právních předpisů, které přijmou v oblasti působnosti této směrnice.

Článek 10

Směrnice 84/450/EHS se zrušuje, aniž jsou dotčeny povinnosti členských států týkající se lhůt pro provedení směrnic ve vnitrostátním právu a jejich použitelnost stanovených v příloze I části B.

Odkazy na zrušenou směrnici se považují za odkazy na tuto směrnici v souladu se srovnávací tabulkou obsaženou v příloze II.

Článek 11

Tato směrnice vstupuje v platnost dnem 12. prosince 2007.

Článek 12

Tato směrnice je určena členskými státy.

Ve Štrasburku dne, 12. prosince 2006.

Za Evropský parlament
předseda
J. BORRELL FONTELLES

Za Radu
předseda
M. PEKKARINEN

PŘÍLOHA I

ČÁST A

Zrušená směrnice a její následné změny

Směrnice Rady 84/450/EHS

(Úř. věst. L 250, 19.9.1984, s. 17)

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES

(Úř. věst. L 290, 23.10.1997, s. 18)

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES

(Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22)

Pouze článek 14

ČÁST B

Lhůty pro provedení ve vnitrostátním právu a použitelnost

(uvedené v článku 10)

Směrnice	Lhůta pro provedení	Datum použitelnosti
84/450/EHS	1 října 1986	—
97/55/ES	23. dubna 2000	—
2005/29/ES	12. června 2007	12. prosince 2007

PŘÍLOHA II

SROVNÁVACÍ TABULKA

Směrnice 84/450/EHS	Tato směrnice
Článek 1	Článek 1
Článek 2, návětí	Článek 2, návětí
Čl. 2 bod 1	Čl. 2 písm. a)
Čl. 2 bod 2	Čl. 2 písm. b)
Čl. 2 bod 2a	Čl. 2 písm. c)
Čl. 2 bod 3	Čl. 2 písm. d)
Čl. 2 bod 4	Čl. 2 písm. e)
Článek 3	Článek 3
Čl. 3a odst. 1	Článek 4
Čl. 4 odst. 1 první pododstavec první věta	Čl. 5 odst. 1 první pododstavec
Čl. 4 odst. 1 první pododstavec druhá věta	Čl. 5 odst. 1 druhý pododstavec
Čl. 4 odst. 1 druhý pododstavec	Čl. 5 odst. 2 první pododstavec
Čl. 4 odst. 1 třetí pododstavec	Čl. 5 odst. 2 druhý pododstavec
Čl. 4 odst. 2 první pododstavec, návětí	Čl. 5 odst. 3 první pododstavec, návětí
Čl. 4 odst. 2 první pododstavec první odrážka	Čl. 5 odst. 3 první pododstavec písm. a)
Čl. 4 odst. 2 první pododstavec druhá odrážka	Čl. 5 odst. 3 první pododstavec písm. b)
Čl. 4 odst. 2 první pododstavec, závěr věty	Čl. 5 odst. 3 druhý pododstavec
Čl. 4 odst. 2 druhý pododstavec, návětí	Čl. 5 odst. 3 třetí pododstavec
Čl. 4 odst. 2 druhý pododstavec první odrážka	Čl. 5 odst. 3 třetí pododstavec
Čl. 4 odst. 2 druhý pododstavec druhá odrážka	Čl. 5 odst. 3 třetí pododstavec
Čl. 4 odst. 2 druhý pododstavec, závěr věty	Čl. 5 odst. 3 třetí pododstavec
Čl. 4 odst. 2 třetí pododstavec, návětí	Čl. 5 odst. 4, návětí
Čl. 4 odst. 2 třetí pododstavec první odrážka	Čl. 5 odst. 4 písm. a)
Čl. 4 odst. 2 třetí pododstavec druhá odrážka	Čl. 5 odst. 4 písm. b)
Čl. 4 odst. 3 první pododstavec	Čl. 5 odst. 5
Čl. 4 odst. 3 druhý pododstavec	Čl. 5 odst. 6
Článek 5	Článek 6
Článek 6	Článek 7
Čl. 7 odst. 1	Čl. 8 odst. 1 první pododstavec
Čl. 7 odst. 2	Čl. 8 odst. 1 druhý pododstavec
Čl. 7 odst. 3	Čl. 8 odst. 2
Čl. 7 odst. 4	Čl. 8 odst. 3
Čl. 7 odst. 5	Čl. 8 odst. 4
Čl. 8 první pododstavec	—
Čl. 8 druhý pododstavec	Článek 9
—	Článek 10
—	Článek 11
Článek 9	Článek 12
—	Příloha I
—	Příloha II