

### III - IL DIRITTO SECONDARIO DELL'UNIONE EUROPEA

#### 10. Direttiva del Consiglio 10 settembre 1984, 84/450/Cee concernente la pubblicità ingannevole e comparativa<sup>24</sup>, così come modificata dalla direttiva 97/55/Ce. Testo consolidato non ufficiale.

*Questa direttiva è stata emanata il 10 settembre 1984 sulla base della proposta della Commissione (in GUCE 21 marzo 1978 C 70) previo parere del Parlamento europeo (in GUCE 5 giugno 1979 C 140) e del Comitato economico sociale (in GUCE 9 luglio 1979 C 171) ed è stata pubblicata in GUCE 19 settembre 1984 L 250. È stata successivamente modificata dalla direttiva 6 ottobre 1997 n. 97/55/Ce, pubblicata in GUCE 23 ottobre 1997 L 290. Il testo consolidato qui pubblicato non è ufficiale ed è ripreso dal sito delle istituzioni comunitarie: [www.europa.eu.int/eur-lex/it/consleg/pdf/1984/it\\_1984L0450](http://www.europa.eu.int/eur-lex/it/consleg/pdf/1984/it_1984L0450).*

1.<sup>25</sup> La presente direttiva ha lo scopo di tutelare il consumatore e le persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché gli interessi del pubblico in generale, dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali e di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

2. Ai sensi della presente direttiva si intende per

1) «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;

2) 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;

2bis)<sup>26</sup> «pubblicità comparativa», qualsiasi pubblicità che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente;

3) «persona», le persone fisiche o giuridiche.

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.

3bis.<sup>27</sup> 1. Per quanto riguarda il confronto, la pubblicità comparativa è ritenuta lecita qualora siano soddisfatte le seguenti condizioni: che essa

a) non sia ingannevole ai sensi dell'articolo 2, punto 2, dell'articolo 3 e dell'articolo 7, paragrafo 1;

b) confronti beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;

<sup>24</sup> Questo titolo è stato così modificato dall'art. 1.1 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. Il titolo modificato prevedeva: "Direttiva 84/450/CEE del Consiglio del 10 settembre 1984 relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati Membri in materia di pubblicità ingannevole".

<sup>25</sup> Questo articolo è stato sostituito dall'art. 1.2 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/CE. L'articolo sostituito disponeva che "La presente direttiva ha lo scopo di tutelare il consumatore e le persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché gli interessi del pubblico in generale dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali".

<sup>26</sup> Questo punto è stato introdotto dall'art. 1.3 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/CE.

<sup>27</sup> Questo articolo è stato introdotto dall'art. 1.4 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce.

## Codice della pubblicità

c) confronti obiettivamente una o più caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi;

d) non ingeneri confusione sul mercato fra 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;

e) non causi discredito o denigrazione di marchi, denominazione commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attività o circostanze di un concorrente;

f) per i prodotti recanti denominazione di origine, si riferisca in ogni caso a prodotti aventi la stessa denominazione;

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

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

2 Qualunque raffronto che faccia riferimento a un'offerta speciale deve indicare in modo chiaro e non equivoco il termine finale dell'offerta oppure, nel caso in cui l'offerta speciale non sia ancora cominciata, la data di inizio del periodo nel corso del quale si applicano il prezzo speciale o altre condizioni particolari o, se del caso, che l'offerta speciale dipende dalla disponibilità dei beni e servizi.

4. 1 Gli Stati membri si accertano che esistano mezzi adeguati ed efficaci per combattere la pubblicità ingannevole e garantire l'osservanza delle disposizioni in materia di pubblicità comparativa nell'interesse sia dei consumatori che dei concorrenti e del pubblico in generale<sup>28</sup>.

Tali mezzi devono comportare disposizioni giuridiche ai sensi delle quali persone od organizzazioni aventi secondo la legislazione nazionale un legittimo interesse ad ottenere il divieto della pubblicità ingannevole o la regolamentazione della pubblicità comparativa possano:

a) promuovere un'azione giudiziaria contro tale pubblicità e/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<sup>29</sup>.

Spetta a ciascuno Stato membro decidere quale di queste procedure sarà adottata e se sia opportuno che il tribunale o l'organo 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 5.

2<sup>30</sup> Nel contesto delle disposizioni giuridiche di cui al paragrafo 1 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:

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

- qualora la pubblicità ingannevole o l'illecita pubblicità comparativa non sia stata ancora portata a conoscenza del pubblico, ma la pubblicazione ne sia imminente, di

---

<sup>28</sup> Questo comma è stato così modificati dall'art. 1.5 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. Il comma modificato disponeva che: "Gli Stati membri si accertano che esistano mezzi adeguati ed efficaci per lottare contro la pubblicità ingannevole nell'interesse sia dei consumatori che dei concorrenti e del pubblico in generale".

<sup>29</sup> Questo comma è stato così modificato dall'art. 1.5 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. Il comma modificato disponeva che: "Tali mezzi devono comportare disposizioni giuridiche ai sensi delle quali persone od organizzazioni, aventi secondo la legislazione nazionale un diritto o legittimo interesse ad ottenere il divieto della pubblicità ingannevole, possano

a) promuovere un'azione giudiziaria contro tale pubblicità e/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".

<sup>30</sup> Questo paragrafo è stato così modificato dall'art. 1.6 lett. a) della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. Le parti modificate disponevano:

"- di far sospendere la pubblicità ingannevole oppure di avviare le azioni giudiziarie appropriate per fare giungere la sospensione di tale pubblicità,

- qualora la pubblicità ingannevole 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, 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".

## Codice della pubblicità

vietare tale pubblicità o di avviare le azioni giudiziarie appropriate per vietare tale pubblicità. Gli Stati membri prevedono inoltre che i provvedimenti di cui al primo comma possano essere adottati nell'ambito di un procedimento d'urgenza

- con effetto provvisorio, oppure

- con effetto definitivo, fermo restando che compete ad ogni Stato membro scegliere una delle due opzioni.

Inoltre, al fine di impedire che continui a produrre effetti la pubblicità ingannevole o comparativa illecita la cui sospensione sia stata ordinata con una decisione definitiva, gli Stati membri possono conferire alle autorità giudiziarie o amministrative il potere<sup>31</sup>:

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

- di far pubblicare inoltre, una dichiarazione rettificata.

3 Le autorità amministrative di cui al paragrafo 1 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.

Allorché le competenze di cui al paragrafo 2 sono esercitate esclusivamente da una autorità amministrativa, le decisioni devono essere sempre motivate. Devono inoltre 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.

5. <sup>32</sup> La presente direttiva non esclude il controllo volontario, che gli Stati membri possono incoraggiare, della pubblicità ingannevole o della pubblicità comparativa esercitato da organismi autonomi, né esclude che le persone o le organizzazioni di cui all'articolo 4 possano adire tali organismi qualora sia prevista una procedura dinanzi ad essi, oltre a quella giudiziaria o amministrativa di cui all'articolo 4.

6. 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 4:

a) <sup>33</sup> 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;

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.

7. <sup>34</sup> 1 La presente direttiva non si oppone al mantenimento o all'adozione da parte degli Stati membri di disposizioni che abbiano lo scopo di garantire una più ampia

---

<sup>31</sup> Questa frase è stata così modificata dall'art. 1.6 lett. b) della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. La frase modificata disponeva che: "Inoltre, gli Stati membri possono conferire alle autorità giudiziarie o amministrative il potere, al fine di impedire che continui a produrre effetti la pubblicità ingannevole la cui sospensione sia stata ordinata da una decisione definitiva".

<sup>32</sup> Questo articolo è stato così modificato dall'art. 1.7 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. L'articolo modificato disponeva che "La presente direttiva non esclude il controllo volontario della pubblicità ingannevole esercitato da organismi autonomi, né esclude che le persone o le organizzazioni di cui all'articolo 4 possano adire tali organismi qualora sia prevista una procedura dinanzi ad essi, oltre a quella giudiziaria o amministrativa di cui all'articolo 4".

<sup>33</sup> Questa lettera è stata così modificata dall'art. 1.8 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. La lettera modificata disponeva: "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".

<sup>34</sup> Questo articolo è stato così modificato dall'art. 1.9 della direttiva 6 ottobre 1997 n. 1997/55/Ce. L'articolo modificato disponeva che: "La presente direttiva non si oppone al mantenimento o all'adozione da parte degli Stati membri di disposizioni che abbiano lo scopo di garantire una più ampia tutela dei consumatori, delle persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché del pubblico in generale".

## Codice della pubblicità

tutela, in materia di pubblicità ingannevole, dei consumatori, delle persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché del pubblico in generale.

2 Il paragrafo 1 non è applicabile alla pubblicità comparativa per quanto riguarda il confronto.

3 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.

4 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 direttiva si applica ai mezzi di comunicazione che non sono coperti da tale divieto.

5 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.

8. Gli Stati membri mettono in vigore i provvedimenti necessari per conformarsi alla presente direttiva entro il 1° ottobre 1986 e ne informano immediatamente la Commissione.

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

9. Gli Stati membri sono destinatari della presente direttiva.