



Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa (2006/114)

¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE ESTA DIRECTIVA?

Tiene por objeto proteger a profesionales contra la publicidad engañosa de otras empresas (es decir, de empresa a empresa), que se considera una [práctica comercial desleal](#). En este contexto, también determina las condiciones en las que puede autorizarse la publicidad comparativa.

PUNTOS CLAVE

Publicidad engañosa

La publicidad que induce o que puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecta está prohibida. En efecto, su carácter engañoso puede afectar al comportamiento económico de consumidores y profesionales o perjudicar a un profesional competidor.

El carácter engañoso de una publicidad depende de una serie de criterios:

- las características de los bienes y servicios (disponibilidad, composición o naturaleza, modo de fabricación o de prestación, origen, etc.), los resultados que pueden esperarse de su utilización y los resultados de los controles de calidad efectuados;
- el precio o su modo de fijación;
- las condiciones de suministro de bienes y de prestación de servicios;
- la naturaleza, las características y los derechos del anunciante (identidad y patrimonio, cualificaciones, derechos de propiedad industrial, etc.).

Publicidad comparativa

La publicidad comparativa alude, explícita o implícitamente, a un competidor o a los bienes y servicios ofrecidos por un competidor.

Este tipo de publicidad solo está permitida cuando no es engañosa. De tal modo que puede ser un medio legítimo de informar a los consumidores acerca de sus intereses. Así, las comparaciones deben en especial:

- apoyarse en bienes o servicios que satisfagan las mismas necesidades o tengan la misma finalidad;
- referirse a productos que tengan una misma denominación de origen;
- tratar objetivamente las características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de dichos bienes o servicios, entre las que puede incluirse el precio;
- evitar dar lugar a confusiones entre los profesionales y no desacreditar, imitar o sacar provecho de las marcas o nombres comerciales de los competidores.

Recursos

Los países de la Unión Europea (UE) deben velar por que las personas u organizaciones con un interés legítimo puedan emprender judicialmente una acción o un recurso administrativo contra la publicidad ilegal.

De este modo, los tribunales o los órganos administrativos de los países de la UE deben poder:

- ordenar el cese de una publicidad ilegal, incluso a falta de prueba de una pérdida, de un perjuicio real o de una intención o negligencia; o
- prohibir una publicidad ilegal que no se haya publicado todavía.

¿A PARTIR DE CUÁNDO ESTÁ EN VIGOR LA DIRECTIVA?

Está en vigor desde el 12 de diciembre de 2007. La presente Directiva [codifica](#) y deroga la Directiva [84/450/CEE](#), que los países de la UE debían incorporar al Derecho nacional antes del 1 de octubre de 1986.

ANTECEDENTES

Para más información, véase:

- [Publicidad engañosa](#) en el sitio web de la Comisión Europea.

DOCUMENTO PRINCIPAL

Directiva [2006/114/CE](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa (versión codificada) (DO L 376 de 27.12.2006, pp. 21-27).

La Comisión Europea se encarga del mantenimiento de esta página. La información que figura en la presente página no refleja necesariamente la posición oficial de la Comisión Europea. La Comisión no asume ningún tipo de responsabilidad con respecto a la información o los datos contenidos o mencionados en el presente documento. Consúltese el aviso jurídico relativo a las normas sobre derechos de autor en relación con las páginas europeas.

Última actualización: 08/08/2018