

La versione originale in lingua [en](#) di questa pagina è stata modificata di recente. La versione linguistica visualizzata è attualmente in fase di traduzione.

inglese

Swipe to change

Direttiva sulla pubblicità ingannevole e comparativa (2006/114)

QUAL È LO SCOPO DELLA DIRETTIVA?

La direttiva mira a tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole delle altre imprese (ad esempio B2B), che è assimilabile a una [pratica commerciale sleale](#). In tale contesto, essa fissa anche le condizioni alle quali la pubblicità comparativa può essere ritenuta lecita.

PUNTI CHIAVE

Pubblicità ingannevole

Le pubblicità che inducono in errore, o possono indurre in errore le persone che le ricevono, sono vietate. Infatti, il loro carattere ingannevole può influenzare il comportamento economico dei consumatori e dei professionisti o ledere un professionista concorrente.

Il carattere ingannevole di una pubblicità dipende da una serie di criteri:

le caratteristiche dei beni o dei servizi (disponibilità, composizione o natura, modalità di fabbricazione o di prestazione, origine, ecc.), i risultati che ci si attende dal loro utilizzo e i risultati dei controlli di qualità effettuati;

il prezzo o il modo in cui questo viene calcolato;

le condizioni di fornitura dei beni e dei servizi;

la natura, le qualifiche e i diritti dell'operatore pubblicitario (identità e patrimonio, qualifiche, diritti di proprietà industriale, ecc.).

Pubblicità comparativa

Le pubblicità comparative fanno riferimento a un concorrente o a beni e servizi concorrenti, in maniera esplicita o implicita.

Questo tipo di pubblicità è lecito soltanto quando non è ingannevole. In tal caso, essa può essere un mezzo legittimo per informare i consumatori nel loro interesse. I confronti devono pertanto:

riguardare beni o servizi che soddisfano gli stessi bisogni o si propongono gli stessi obiettivi;

riferirsi a prodotti aventi la stessa denominazione di origine;

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

evitare di generare confusione tra i professionisti, non causare discredito, imitare o trarre vantaggio da marchi o denominazioni commerciali concorrenti

Ricorsi

I paesi dell'Unione europea (UE) si accertano che le persone o gli organismi aventi un interesse legittimo possano intraprendere un'azione giudiziaria o un ricorso amministrativo contro le pubblicità illecite.

Pertanto, i tribunali o gli organi amministrativi dei paesi dell'UE devono poter:

far sospendere la pubblicità illecita anche in assenza di prova di una perdita, di un danno reale o di un'intenzionalità di negligenza oppure

vietare una pubblicità illecita non ancora pubblicata.

A PARTIRE DA QUANDO SI APPLICA LA DIRETTIVA?

La direttiva è in vigore dal 12 dicembre 2007. Essa [codifica](#) e abroga la direttiva [84/450/CEE](#) che i paesi dell'UE dovevano recepire nella propria legislazione nazionale entro il 1o ottobre 1986.

CONTESTO

Per ulteriori informazioni si consulti:

«[Pubblicità ingannevole](#)», sul sito Internet della Commissione europea

DOCUMENTO PRINCIPALE

Direttiva [2006/114/CE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, concernente la pubblicità ingannevole e comparativa (versione codificata) (GU L 376 del 27.12.2006, pag. 21–27).

Ultimo aggiornamento: 08/08/2018

Questa pagina è a cura della Commissione europea. Le informazioni contenute in questa pagina non riflettono necessariamente il parere ufficiale della Commissione europea. La Commissione declina ogni responsabilità per quanto riguarda le informazioni o i dati contenuti nel presente documento. Si rinvia all'avviso legale per quanto riguarda le norme sul copyright per le pagine europee.