

# Decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67 recante “Attuazione della direttiva 97/55/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE, in materia di pubblicità ingannevole e comparativa”

**Decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67**

**Attuazione della direttiva 97/55/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE, in  
materia di pubblicità ingannevole e comparativa**

(pubblicato in Gazzetta Ufficiale n.72 del 27 marzo 2000)

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Vista la direttiva 97/55/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 6 ottobre 1997, che modifica la direttiva 84/450/CEE relativa alla pubblicità ingannevole, al fine di includervi la pubblicità comparativa;

Vista la legge 5 febbraio 1999, n. 25, recante disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - legge comunitaria 1998, ed in particolare gli articoli 1 e 2 e l'allegato A;

Visto il decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, recante attuazione della direttiva 84/450/CEE in materia di pubblicità ingannevole;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 25 febbraio 2000;

Sulla proposta del Ministro per le politiche comunitarie e del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, di concerto con i Ministri degli affari esteri, della giustizia e del tesoro, del bilancio e della programmazione economica;

E m a n a

il seguente decreto legislativo:

Art. 1.

1. Il titolo del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, e' modificato come segue:  
“Attuazione della direttiva 84/450/CEE, come modificata dalla direttiva 97/55/CE in

materia di pubblicit  ingannevole e comparativa”.

#### Art. 2.

1. All’articolo 1 del decreto legislativo n. 74 del 1992 il comma 1 e’ sostituito dal seguente:

“1. Il presente decreto ha lo scopo di tutelare dalla pubblicit  ingannevole e dalle sue conseguenze sleali i soggetti che esercitano un’attivit  commerciale, industriale, artigianale o professionale, i consumatori e, in genere, gli interessi del pubblico nella fruizione di messaggi pubblicitari, nonche’ di stabilire le condizioni di liceit  della pubblicit  comparativa.”.

#### Art. 3.

1. All’articolo 2, comma 1, del decreto legislativo n. 74 del 1992, dopo la lettera b) e’ aggiunta la seguente:

“b-bis) per “pibilit  comparativa , qualsiasi pubblicit  che identifica in modo esplicito o implicito un concorrente o beni o servizi offerti da un concorrente;”.

#### Art. 4.

1. Dopo l’articolo 3 del decreto legislativo n. 74 del 1992 e’ aggiunto il seguente:  
“Art. 3-bis (Condizioni di liceit  della pubblicit  comparativa).

- 1. Per quanto riguarda il confronto, la pubblicit  comparativa e’ lecita se sono soddisfatte le seguenti condizioni:

a) non e’ ingannevole ai sensi del presente decreto;

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

c) confronta oggettivamente una o piu’ caratteristiche essenziali, pertinenti, verificabili e rappresentative, compreso eventualmente il prezzo, di tali beni e servizi;

d) non ingenera 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 causa discredito o denigrazione di marchi, denominazioni commerciali, altri segni distintivi, beni, servizi, attivit  o circostanze di un concorrente;

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

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

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

2. Il requisito della verificabilit  di cui al comma 1, lettera c), si intende soddisfatto quando i dati addotti ad illustrazione della caratteristica del bene o servizio pubblicizzato sono suscettibili di dimostrazione.

3. Qualunque raffronto che fa 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 disponibilita' dei beni e servizi.”.

#### Art. 5.

1. L'articolo 7 del decreto legislativo n. 74 del 1992 e' sostituito dal seguente:

“Art. 7 (Tutela amministrativa e giurisdizionale). 1. L'Autorita' garante della concorrenza e del mercato, istituita dall'articolo 10 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, esercita le attribuzioni disciplinate dal presente articolo.

2. I concorrenti, i consumatori, le loro associazioni ed organizzazioni, il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, nonche' ogni altra pubblica amministrazione che ne abbia interesse in relazione ai propri compiti istituzionali, anche su denuncia del pubblico, possono chiedere all'autorita' garante che siano inibiti gli atti di pubblicita' ingannevole o di pubblicita' comparativa ritenuta illecita ai sensi del presente decreto, la loro continuazione e che ne siano eliminati gli effetti.

3. L'Autorita' puo' disporre con provvedimento motivato la sospensione provvisoria della pubblicita' ingannevole o della pubblicita' comparativa ritenuta illecita, in caso di particolare urgenza. In ogni caso, comunica l'apertura dell'istruttoria all'operatore pubblicitario e, se il committente non e' conosciuto, puo' richiedere al proprietario del mezzo che ha diffuso il messaggio pubblicitario ogni informazione idonea ad identificarlo.

4. L'Autorita' puo' disporre che l'operatore pubblicitario fornisca prove sull'esattezza materiale dei dati di fatto contenuti nella pubblicita' 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. Se tale prova e' omessa o viene ritenuta insufficiente, i dati di fatto dovranno essere considerati inesatti.

5. Quando il messaggio pubblicitario e' stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorita' Garante, prima di provvedere, richiede il parere dell'Autorita' per le garanzie nelle comunicazioni.

6. L'Autorita' provvede con effetto definitivo e con decisione motivata. Se ritiene la pubblicita' ingannevole o il messaggio di pubblicita' comparativa illecito accoglie il ricorso vietando la pubblicita' non ancora portata a conoscenza del pubblico o la continuazione di quella gia' iniziata. Con la decisione di accoglimento puo' essere disposta la pubblicazione della pronuncia, anche per estratto, nonche', eventualmente, di un'apposita dichiarazione rettificativa in modo da impedire che la pubblicita' ingannevole o il messaggio di pubblicita' comparativa ritenuto illecito continuino a

produrre effetti.

7. Nei casi riguardanti messaggi pubblicitari inseriti sulle confezioni di prodotti, l'Autorita', nell'adottare i provvedimenti indicati nei commi 3 e 5, assegna per la loro esecuzione un termine che tenga conto dei tempi tecnici necessari per l'adeguamento.

8. La procedura istruttoria e' stabilita con regolamento, emanato ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n.

400, in modo da garantire il contraddittorio, la piena cognizione degli atti e la verbalizzazione.

9. L'operatore pubblicitario che non ottempera ai provvedimenti d'urgenza o a quelli inibitori o di rimozione degli effetti adottati con la decisione che definisce il ricorso e' punito con l'arresto fino a tre mesi e con l'ammenda fino a lire cinque milioni.

10. Al proprietario del mezzo di diffusione del messaggio pubblicitario che omette di fornire le informazioni di cui al comma 3 puo' essere irrogata dall'Autorita' una sanzione amministrativa da due a cinque milioni di lire.

11. I ricorsi avverso le decisioni definitive adottate dall'Autorita' rientrano nella giurisdizione esclusiva del giudice amministrativo.

12. Ove la pubblicita' sia stata assentita con provvedimento amministrativo, preordinato anche alla verifica del carattere non ingannevole della stessa o di liceita' del messaggio di pubblicita' comparativa, la tutela dei concorrenti, dei consumatori e delle loro associazioni e organizzazioni e' esperibile solo in via giurisdizionale con ricorso al giudice amministrativo avverso il predetto provvedimento.

13. E' comunque fatta salva la giurisdizione del giudice ordinario, in materia di atti di concorrenza sleale, a norma dell'articolo 2598 del codice civile nonche', per quanto concerne la pubblicita' comparativa, in materia di atti compiuti in violazione della disciplina sul diritto d'autore protetto dalla legge 22 aprile 1941, n. 633, e successive modificazioni e del marchio d'impresa protetto a norma del regio decreto 21 giugno 1942, n. 929, e successive modificazioni, nonche' delle denominazioni di origine riconosciute e protette in Italia e di altri segni distintivi di imprese, beni e servizi concorrenti.

14. Per la tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti derivanti dalle disposizioni del presente decreto si applica l'articolo 3 della legge 30 luglio 1998, n. 281.".

2. Al fine di consentire il migliore esercizio delle attribuzioni disciplinate dal presente articolo, il numero dei posti previsti per la pianta organica del personale di ruolo dell'Autorita' garante della concorrenza e del mercato dall'articolo 11, comma 1, della legge 10 ottobre 1990, n. 287, e' incrementato di 10 unita' nell'anno 2000, di 5 unita' nell'anno 2001 e di ulteriori 5 unita' nell'anno 2002.

#### Art. 6.

1. All'articolo 8 del decreto legislativo n. 74 del 1992 il comma 1 e' sostituito dal

seguito:

“1. Le parti interessate possono richiedere che sia inibita la continuazione degli atti di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa ritenuta illecita, ricorrendo ad organismi volontari e autonomi di autodisciplina.”.

Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. È fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Dato a Roma, addì 25 febbraio 2000

CIAMPI

D'Alema, Presidente del Consiglio dei Ministri

Toia, Ministro per le politiche comunitarie

Letta, Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato

Dini, Ministro degli affari esteri

Diliberto, Ministro della giustizia

Amato, Ministro del tesoro, del bilancio e della programmazione economica

Visto, il Guardasigilli: Diliberto