

Ο περί Ελέγχου των Παραπλανητικών και Συγκριτικών Διαφημίσεων Νόμος του 2000 εκδίδεται με δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Κυπριακής Δημοκρατίας σύμφωνα με το Άρθρο 52 του Συντάγματος.

Αριθμός 92(Ι) του 2000

ΝΟΜΟΣ ΠΡΟΝΟΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΘΕΜΑΤΑ

Η Βουλή των Αντιπροσώπων ψηφίζει ως ακολούθως:

1. Ο παρών Νόμος θα αναφέρεται ως ο περί Ελέγχου των Παραπλανητικών και Συγκριτικών Διαφημίσεων Νόμος του 2000. Συνοπτικός τίτλος.

2. Στον παρόντα Νόμο, εκτός αν από το κείμενο προκύπτει διαφορετική έννοια— Ερμηνεία.

«διαφήμιση» σημαίνει κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας, με στόχο την προώθηση της προμήθειας αγαθών ή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένης της μεταβίβασης ή άλλης διάθεσης ακινήτων, δικαιωμάτων ή υποχρεώσεων

«Διευθυντής» σημαίνει το Διευθυντή της Υπηρεσίας Ανταγωνισμού και Προστασίας Καταναλωτών του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, και οποιοδήποτε λειτουργό της Υπηρεσίας αυτής·

«Δικαστήριο» σημαίνει Πρόεδρο ή Ανώτερο Επαρχιακό Δικαστή οποιουδήποτε Επαρχιακού Δικαστηρίου·

«παραπλανητική διαφήμιση» σημαίνει κάθε διαφήμιση η οποία με οποιοδήποτε τρόπο, περιλαμβανομένης της παρουσίας της, παραπλανεί ή ενδέχεται να παραπλανήσει τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται ή στον οποίον την αντίληψη περιέρχεται και η οποία, εξαιτίας του παραπλανητικού χαρακτήρα της, είναι ικανή να επηρεάσει την οικονομική τους συμπεριφορά ή που, για τους λόγους αυτούς, βλάπτει ή ενδέχεται να βλάψει έναν ανταγωνιστή·

«πρόσωπο» σημαίνει οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο·

«συγκριτική διαφήμιση» σημαίνει διαφήμιση που κατονομάζει ρητά ή υπονοεί έναν ανταγωνιστή ή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν ανταγωνιστή.

3. Για να κριθεί αν μια διαφήμιση είναι παραπλανητική, λαμβάνονται υπόψη όλα τα στοιχεία της και ιδίως οι ενδείξεις της σχετικά με—

(α) Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των αγαθών ή υπηρεσιών, όπως διαθεσιμότητα, φύση, εκτέλεση, σύνθεση, μέθοδος και ημερομηνία κατασκευής ή παροχής, καταλληλότητα, χρήσεις, ποσότητα, προδιαγραφές, γεωγραφική καταγωγή ή εμπορική προέλευση ή τα αναμενόμενα από τη χρήση τους αποτελέσματα, ή τα αποτελέσματα και τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των δοκιμών ή ελέγχων των αγαθών ή των υπηρεσιών,

(β) την τιμή, τον τρόπο διαμόρφωσής της και τους όρους υπό τους οποίους παρέχονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, όπως οι όροι πληρωμής ή πίστωσης, παράδοσης, ανταλλαγής, επιστροφής, επισκευής, συντήρησης και εγγύησης, και

(γ) την ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τα δικαιώματα του διαφημιζομένου, όπως η ταυτότητα και η περιουσία του, οι ικανότητες και η κατοχή δικαιωμάτων βιομηχανικής, εμπορικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα βραβεία και οι διακρίσεις του.

Κριτήρια παραπλανητικής διαφήμισης.

Προϋποθέσεις θεμιτής συγκριτικής διαφήμισης.

4. Συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται, όσον αφορά τη σύγκριση, όταν πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

- (α) Δεν είναι παραπλανητική με βάση τα άρθρα 2 και 3·
- (β) συγκρίνει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ίδιες ανάγκες ή έχουν τους ίδιους στόχους·
- (γ) συγκρίνει κατά τρόπο αντικειμενικό ένα ή περισσότερα χαρακτηριστικά που είναι ουσιώδη, συναφή, επαληθεύσιμα και αντιπροσωπευτικά των εν λόγω αγαθών ή υπηρεσιών, στα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και η τιμή·
- (δ) δε δημιουργεί στην αγορά σύγχυση μεταξύ του διαφημιζομένου και ενός ανταγωνιστή ή μεταξύ των σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών ή υπηρεσιών του διαφημιζομένου και ενός ανταγωνιστή·
- (ε) δεν έχει ως συνέπεια τη δυσφήμιση ή την υποτίμηση των σημάτων, των εμπορικών επωνυμιών, άλλων διακριτικών σημείων, αγαθών, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων ή καταστάσεων ενός ανταγωνιστή·
- (στ) για αγαθά με ονομασία προέλευσης, αναφέρεται σε κάθε περίπτωση σε αγαθά με την ίδια ονομασία προέλευσης·
- (ζ) δεν επιφέρει αθέμιτο όφελος από τη φήμη σήματος, εμπορικής επωνυμίας ή άλλων διακριτικών σημείων ενός ανταγωνιστή ή της ονομασίας προέλευσης ανταγωνιστικών αγαθών·
- (η) δεν παρουσιάζει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία ως απομίμηση ή αντίγραφο αγαθού ή υπηρεσίας που φέρει σήμα κατατεθέν ή εμπορική επωνυμία.

Σύγκριση σε ειδικές προσφορές.

5. Κάθε σύγκριση που αναφέρεται σε ειδική προσφορά πρέπει να επισημαίνεται με σαφή τρόπο που δεν επιδέχεται παρερμηνείες την ημερομηνία κατά την οποία λήγει η προσφορά ή, εφόσον χρειάζεται, ότι η ειδική προσφορά εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των αγαθών και υπηρεσιών, και, στην περίπτωση που η ειδική προσφορά δεν έχει αρχίσει ακόμη, την ημερομηνία έναρξης της περιόδου κατά την οποία ισχύουν η ειδική τιμή ή άλλοι ειδικοί όροι.

Εξέταση παραπλανητικών και μη επιτρεπόμενων συγκριτικών διαφημίσεων.

6.—(1) Τηρουμένων των διατάξεων του εδαφίου (2), ο Διευθυντής έχει καθήκον προς το συμφέρον των καταναλωτών, των ανταγωνιστών και γενικότερα του κοινού να εξετάζει κατόπιν υποβολής παραπόνου ή και αυτεπάγγελτα κατά πόσο οποιαδήποτε διαφήμιση, είτε έχει δημοσιευθεί είτε επίκειται η δημοσίευσή της, είναι παραπλανητική ή μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση.

(2) Ο Διευθυντής, πριν εξετάσει κάποιο παράπονο σύμφωνα με το εδάφιο (1), δύναται να ζητήσει από τον παραπονούμενο να τον ικανοποιήσει ότι—

- (α) Έχει προσφύγει σε σχέση με το ίδιο ή ουσιαστικά το ίδιο παράπονο για την εν λόγω διαφήμιση σε τέτοιους καθιερωμένους μηχανισμούς χειρισμού παραπόνων που ο Διευθυντής θεωρεί κατάλληλους, έχοντας υπόψη όλες τις περιστάσεις της συγκεκριμένης υπόθεσης· και
- (β) έχει δοθεί εύλογη ευκαιρία για να τύχει χειρισμού το εν λόγω παράπονο με εκείνους τους μηχανισμούς· και
- (γ) το παράπονο αυτό δεν έτυχε ικανοποιητικού χειρισμού με τη βοήθεια των μηχανισμών αυτών.

(3) Ο Διευθυντής κατά την άσκηση των εξουσιών που παρέχονται σ' αυτόν δυνάμει του παρόντος Νόμου, οφείλει να έχει υπόψη του—

- (α) Όλα τα εμπλεκόμενα συμφέροντα και ιδιαίτερα το δημόσιο συμφέρον, και

(β) ότι είναι επιθυμητή η ενθάρρυνση του εκούσιου ελέγχου των διαφημίσεων από αυτόνομους οργανισμούς, συνδέσμους ή ενώσεις.

7.—(1) Όταν ο Διευθυντής κατόπιν διερεύνησης σε σχέση με μια διαφήμιση δυνάμει του άρθρου 6(1) θεωρήσει ότι η διαφήμιση αυτή είναι παραπλανητική ή μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση δύναται, αν το κρίνει απαραίτητο, με αίτησή του στο Δικαστήριο με βάση τους εκάστοτε ισχύοντες Διαδικαστικούς Κανονισμούς που διέπουν τα της εναρκτήριας κλήσης (originating summons) να ζητήσει την έκδοση απαγορευτικού ή προστακτικού διατάγματος, περιλαμβανομένου και προσωρινού διατάγματος, εναντίον οποιουδήποτε προσώπου το οποίο πιστεύει ότι ενέχεται ή πιθανόν να ενέχεται με την έκδοση ή δημοσίευση της διαφήμισης.

Αιτήσεις στο Δικαστήριο από το Διευθυντή.

(2) Ο Διευθυντής οφείλει να αιτιολογεί την απόφασή του αν θα υποβάλει ή μη αίτηση στο Δικαστήριο, ανάλογα με την περίπτωση, για έκδοση διατάγματος όπως προβλέπεται ανωτέρω, σε σχέση με κάποια διαφήμιση που σύμφωνα με τον παρόντα Νόμο οφείλει να εξετάσει.

8. Δικαίωμα προσφυγής με αίτηση ενώπιον του Δικαστηρίου για την έκδοση απαγορευτικού ή προστακτικού διατάγματος, περιλαμβανομένου και προσωρινού διατάγματος, εναντίον οποιουδήποτε προσώπου που ενέχεται ή πιθανόν να ενέχεται στην έκδοση ή δημοσίευση της διαφήμισης έχουν και άτομα ή νόμιμα συνεστημένοι οργανισμοί, οι οποίοι είτε δυνάμει νόμου είτε δυνάμει του καταστατικού τους θεμελιώνουν επαρκώς έννομο συμφέρον για την απαγόρευση της παραπλανητικής διαφήμισης ή τη ρύθμιση της συγκριτικής διαφήμισης.

Αιτήσεις στο Δικαστήριο από άτομα ή οργανισμούς.

9.—(1) Το Δικαστήριο ενώπιον του οποίου υποβάλλεται αίτηση, δυνάμει των άρθρων 7 ή 8, δύναται, τηρουμένων κατά τα λοιπά των Διαδικαστικών Κανονισμών Πολιτικής Δικονομίας, να εκδώσει απαγορευτικό ή προστακτικό διάταγμα με όρους τους οποίους θεωρεί απαραίτητους εφόσον ικανοποιηθεί ότι η διαφήμιση για την οποία υπεβλήθη η αίτηση είναι παραπλανητική ή μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση. Προτού εκδώσει τέτοιο διάταγμα το Δικαστήριο οφείλει να έχει υπόψη του όλα τα εμπλεκόμενα συμφέροντα και ιδιαίτερα το δημόσιο συμφέρον.

Εξουσίες του Δικαστηρίου.

(2) Το εν λόγω διάταγμα δύναται να αφορά όχι μόνο τη συγκεκριμένη διαφήμιση αλλά και οποιαδήποτε διαφήμιση με παρόμοιους όρους ή που πιθανόν να μεταδίδει παρόμοια εντύπωση.

(3) Κατά την εξέταση αίτησης για τέτοιο διάταγμα, το Δικαστήριο δύναται να απαιτήσει από οποιοδήποτε πρόσωπο που κατά τη γνώμη του Δικαστηρίου ευθύνεται για την έκδοση ή τη δημοσίευση της διαφήμισης με την οποία σχετίζεται η αίτηση, να εφοδιάσει το Δικαστήριο με αποδεικτικά στοιχεία για την ακρίβεια των πραγματικών ισχυρισμών που περιέχονται στη διαφήμιση, εφόσον αυτό κρίνεται αναγκαίο στη συγκεκριμένη περίπτωση για την προστασία των νόμιμων συμφερόντων του διαφημιζομένου και των λοιπών μερών που συμμετέχουν στη διαδικασία. Σε περίπτωση συγκριτικής διαφήμισης το Δικαστήριο δύναται να απαιτήσει όπως ο διαφημιζόμενος προσκομίσει τις αποδείξεις αυτές σε βραχύ χρονικό διάστημα.

(4) Σε περίπτωση που δεν προσκομισθούν τα ζητηθέντα από το Δικαστήριο αποδεικτικά στοιχεία σύμφωνα με το εδάφιο (3), ή αν τα προσκομισθέντα αποδεικτικά στοιχεία θεωρηθούν ανεπαρκή, το Δικαστήριο δύναται να θεωρήσει τους πραγματικούς ισχυρισμούς που αναφέρονται στο εδάφιο (3) ως ανακριβείς.

(5) Στην περίπτωση που κρίνει τα μέτρα αυτά αναγκαία για την προστασία όλων των εμπλεκόμενων συμφερόντων και ιδιαίτερα του γενικού συμφέροντος, το Δικαστήριο δύναται να διατάξει—

- (α) Την άμεση παύση και /ή μη επανάληψη της παραπλανητικής διαφήμισης ή της μη επιτρεπόμενης συγκριτικής διαφήμισης, ή
- (β) την απαγόρευσή της, αν η παραπλανητική διαφήμιση ή η μη επιτρεπόμενη συγκριτική διαφήμιση δεν έχει ακόμη δημοσιευθεί, επίκειται όμως η δημοσίευσή της, και/ή
- (γ) την εντός ορισμένης προθεσμίας λήψη τέτοιων διορθωτικών, κατά την κρίση του Δικαστηρίου, μέτρων προς άρση της παράνομης κατάστασης που δημιούργησε η περί ής η αίτηση παράβαση, και /ή
- (δ) οποιαδήποτε άλλη ενέργεια ή μέτρο που ήθελε κριθεί αναγκαίο ή εύλογο υπό τις περιστάσεις της συγκεκριμένης υπόθεσης.

(6) Το Δικαστήριο εκδίδει απαγορευτικό ή προστακτικό διάταγμα έστω και αν δεν αποδεικνύεται—

- (α) Ζημιά ή πραγματική βλάβη σε οποιοδήποτε πρόσωπο από τη δημοσίευσή της διαφήμισης, ή
- (β) δόλος ή αμέλεια εκ μέρους του διαφημιζομένου.

(7) Επιπλέον, προκειμένου να εξαλειφθούν οι συνεχιζόμενες συνέπειες παραπλανητικής διαφήμισης ή μη επιτρεπόμενης συγκριτικής διαφήμισης, η παύση της οποίας έχει διαταχθεί με τελεσίδικη απόφαση, το Δικαστήριο δύναται να διατάξει—

- (α) Τη δημοσίευση ολόκληρης της απόφασης ή μέρους της με τη μορφή που κρίνει κατάλληλη, και
- (β) τη δημοσίευση επανορθωτικής ανακοίνωσης.

Εξουσίες του Διευθυντή να λαμβάνει και να αποκαλύπτει πληροφορίες.

10.—(1) Για το σκοπό διευκόλυνσης της ενάσκησης των εξουσιών που παρέχονται σ' αυτόν δυνάμει του παρόντος Νόμου, ο Διευθυντής δύναται με γραπτή ειδοποίηση υπογραμμένη από αυτόν ή εκ μέρους του να απαιτήσει από οποιοδήποτε πρόσωπο να τον εφοδιάσει με τις πληροφορίες ή να προσκομίσει σ' αυτόν οποιαδήποτε έγγραφα που καθορίζονται ή περιγράφονται στην ειδοποίηση.

(2) Ειδοποίηση σύμφωνα με το εδάφιο (1) δύναται—

- (α) Να καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο και το χρόνο εντός του οποίου ο παραλήπτης δύναται να συμμορφωθεί, και
- (β) να διαφοροποιηθεί ή ανακληθεί με μεταγενέστερη ειδοποίηση.

(3) Κανένα πρόσωπο δεν υποχρεούται να προσκομίσει ή να εφοδιάσει οποιοδήποτε έγγραφο ή πληροφορία την οποία σε δικαστική διαδικασία θα εδικαιούτο να αρνηθεί να προσκομίσει ή εφοδιάσει με το δικαιολογητικό του νόμιμου επαγγελματικού απορρήτου.

(4) Αν πρόσωπο παραλείψει να συμμορφωθεί με ειδοποίηση δυνάμει του εδαφίου (1), το Δικαστήριο δύναται, κατόπιν αίτησης του Διευθυντή, να εκδώσει το προσήκον διάταγμα και να απαιτήσει από το πρόσωπο αυτό να συμμορφωθεί. Το διάταγμα αυτό δύναται να προνοεί ότι όλα τα έξοδα ή το κόστος που προέκυψε από την αίτηση θα το επωμισθεί το πρόσωπο ή οι λειτουργοί της εταιρείας ή άλλης ένωσης που ευθύνονται για την παράλειψη αυτή.

(5) Χωρίς επηρεασμό οποιωνδήποτε άλλων περί του αντιθέτου νομοθετημάτων, ο Διευθυντής δύναται αν κρίνει σκόπιμο, για τον έλεγχο παραπλανητικών ή συγκριτικών διαφημίσεων, να διαβιβάσει σε πρόσωπο οποιαδήποτε καταγγελία, περιλαμβανομένων και οποιωνδήποτε σχετικών εγγράφων σε σχέση με διαφήμιση ή να αποκαλύψει σε οποιοδήποτε πρόσωπο πληροφορίες, ανεξάρτητα αν έχουν ληφθεί δυνάμει του εδαφίου (1) ή όχι.

(6) Για σκοπούς εφαρμογής του παρόντος Νόμου επιτρέπεται η αποκάλυψη πληροφοριών που λαμβάνονται από το Διευθυντή δυνάμει οποιοδήποτε άλλου νομοθετήματος.

(7) Τηρουμένων των διατάξεων του εδαφίου (5), πρόσωπο το οποίο εν γνώσει του αποκαλύπτει πληροφορίες, εκτός για σκοπούς νομικών διαδικασιών ή αναφορών σε σχέση με τέτοιες διαδικασίες ή έρευνες σχετικά με ποινικό αδίκημα, που έλαβε λόγω των εξουσιών που παρέχονται σ' αυτό δυνάμει του εδαφίου (1) χωρίς την έγκριση είτε του προσώπου που σχετίζεται με τις πληροφορίες αυτές, είτε, αν οι πληροφορίες σχετίζονται με επιχείρηση, του προσώπου που κατά τον κρίσιμο χρόνο ασχολείτο με την επιχείρηση, είναι ένοχο αδικήματος και υπόκειται σε φυλάκιση για περίοδο που δεν υπερβαίνει τους τρεις μήνες ή σε πρόστιμο που δεν υπερβαίνει τις £500 ή και στις δύο αυτές ποινές.

(8) Ο Διευθυντής και τα αναφερόμενα στο άρθρο 8 άτομα ή οργανισμοί δύνανται να μεριμνήσουν για τη διάδοση πληροφοριών και συμβουλών αναφορικά με την εφαρμογή του παρόντος Νόμου τις οποίες αυτοί θεωρούν χρήσιμες για την εξυπηρέτηση του κοινού καθώς και όλων των προσώπων που ενδεχομένως επηρεάζονται από τις διατάξεις αυτού.

11.—(1) Οι διατάξεις του παρόντος Νόμου εφαρμόζονται με την επιφύλαξη τήρησης των διατάξεων άλλων νόμων περί διαφήμισης συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών ή των περιορισμών ή των απαγορεύσεων σχετικά με τη διαφήμιση σε συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης. ^{Επιφύλαξη τήρησης άλλων νόμων.}

(2) Δεν επιτρέπεται η συγκριτική διαφήμιση για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες όταν, σύμφωνα με τις διατάξεις οποιασδήποτε άλλης εν ισχύ νομοθεσίας, απαγορεύεται η διαφήμιση για τα εν λόγω προϊόντα ή υπηρεσίες. Όταν οι απαγορεύσεις αυτές περιορίζονται σε συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης, ο παρών Νόμος εφαρμόζεται στα μέσα ενημέρωσης που δεν καλύπτονται από τις εν λόγω απαγορεύσεις.

(3) Η χρήση συγκρίσεων κατά τη διαφήμιση επαγγελματικών υπηρεσιών δύναται να απαγορεύεται ή περιορίζεται, σύμφωνα με τις διατάξεις οποιασδήποτε άλλης εν ισχύ νομοθεσίας.