

Sag C-77/97

Österreichische Unilever GmbH mod Smithkline Beecham Markenartikel GesmbH

(anmodning om præjudiciel afgørelse
indgivet af Handelsgericht Wien)

»Fortolkning af EF-traktatens artikel 30 og af Rådets direktiv 76/768/EØF —
kosmetiske midler — national lovgivning, der begrænser reklame«

Forslag til afgørelse fra generaladvokat G. Cosmas fremsat den 2. juli 1998	433
Domstolens dom (Femte Afdeling) af 28. januar 1999	465

Sammendrag af dom

Tilnærmelse af lovgivningerne — kosmetiske midler — emballage og etiketter — direktiv 76/768 — foranstaltninger mod reklame, der tillægger kosmetiske midler egenskaber, som disse ikke har — undergivet proportionalitetsprincippet — retsforskrifter, der forbyder enhver reklame vedrørende stoffer, der ikke er opført på en liste — ulovlige (Rådets direktiv 76/768, art. 6, stk. 3)

Selv om artikel 6, stk. 3, i direktiv 76/768 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om kosmetiske midler indeholder en forpligtelse, hvorefter medlemsstaterne skal træffe alle hensigtsmæssige foranstaltninger for, at der på etiketter og salgspakninger samt i forbindelse med reklamering for kosmetiske midler ikke anvendes tekster, betegnelser, mærker, afbildninger eller andre figurer eller symboler, der tillægger disse midler egenskaber, de ikke besidder, skal de foranstaltninger, som medlemsstaterne skal træffe for at gennemføre denne bestemmelse, dog respektere proportionalitetsprincippet.

Bestemmelsen er derfor til hinder for anvendelsen af nationale retsfor skrifter, der forbyder reklame for et kosmetisk middel, der er bestemt til at komme i kontakt med slim-

hinderne, i henhold til hvilken dette produkt forebygger dannelsen af tandsten og paradentose, når midlet ikke indeholder nogen af de i disse retsfor skrifter opregnede aktive stoffer, der kan nå et sådan resultat, og når vedkommende ikke har indhentet tilladelse til at anvende andre stoffer.

Sådanne retsfor skrifter kan således — for så vidt som de ikke opregner alle de aktive stoffer, der kan forebygge tandsten eller paradentose — forbyde reklame for visse tandpastaer, selv om den ikke vildleder forbrugerne, og nødvendigheden af at opnå en godkendelse med henblik på en undtagelse fra forbuddet udgør en begrænsning af den frie bevægelighed for det pågældende produkt, der er uden nogen som helst berettigelse.