

Sag C-381/05

De Landtsheer Emmanuel SA
mod
Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
og
Veuve Clicquot Ponsardin SA

(anmodning om præjudiciel afgørelse
indgivet af Cour d'appel de Bruxelles)

»Direktiv 84/450/EØF og 97/55/EF — sammenlignende reklame — identifikation af en konkurrent eller af varer eller tjenesteydelser, som udbydes af en konkurrent — varer eller tjenesteydelser, der opfylder samme behov eller har samme formål — henvisning til oprindelsesbetegnelser«

Forslag til afgørelse fra generaladvokat P. Mengozzi fremsat den 30. november
2006 I - 3119
Domstolens dom (Første Afdeling) af 19. april 2007 I - 3152

Sammendrag af dom

1. *Tilnærmelse af lovgivningerne — vildledende reklame og sammenlignende reklame — direktiv 84/450*
(Rådets direktiv 84/450, art. 2, nr. 2a)

2. *Tilnærmelse af lovgivningerne — vildledende reklame og sammenlignende reklame — direktiv 84/450*
[Rådets direktiv 84/450, art. 2, nr. 2a, og art. 3a, stk. 1, litra b)]
3. *Tilnærmelse af lovgivningerne — vildledende reklame og sammenlignende reklame — direktiv 84/450*
(Rådets direktiv 84/450, art. 3a, stk. 1)
4. *Tilnærmelse af lovgivningerne — vildledende reklame og sammenlignende reklame — direktiv 84/450*
[Rådets direktiv 84/450, art. 2, nr. 2a, og art. 3a, stk. 1, litra f) og g)]

1. Artikel 2, nr. 2a, i direktiv 84/450 om vildledende reklame og sammenlignende reklame, som ændret ved direktiv 97/55, skal fortolkes således, at en henvisning i en reklame til en varetype og ikke til en bestemt virksomhed eller et bestemt produkt kan betragtes som sammenlignende reklame, når det er muligt at identificere denne virksomhed eller de varer, den udbyder, som værende konkret omhandlet af reklamen. Den omstændighed, at flere af annoncørens konkurrenter eller af de varer eller tjenesteydelser, som de udbyder, kan identificeres som værende konkret omhandlet af reklamen, er uden betydning for, at den kan betragtes som sammenlignende reklame.
2. Et konkurrenceforhold, som omhandlet i direktiv 84/450 om vildledende reklame og sammenlignende reklame, som ændret ved direktiv 97/55, mellem annoncøren og den virksomhed, som er identificeret i reklamen, kan ikke fastslås at foreligge uafhængigt af de varer eller tjenesteydelser, som denne virksomhed tilbyder.

Et konkurrenceforhold mellem virksomheder forudsætter således, at de varer, som de udbyder, i en vis grad er indbyrdes substituerbare.

(jf. præmis 24 og domskonkl. 1)

Med henblik på at fastslå, at der består dette konkurrenceforhold, skal der føl-

gelig tages hensyn til markedets aktuelle tilstand og forbrugsvanerne samt mulighederne for, at disse vaner udvikler sig, den del af Fællesskabets område, hvor reklamerne spredtes, uden herved at udelukke de virkninger, som den udvikling i forbrugsvanerne, der er konstateret i andre medlemsstater, i givet fald kan have på det omhandlede nationale marked, og endelig de særlige kendetegn ved den vare, som annoncøren ønsker at markedsføre, og det billede, han ønsker at give varen.

3. En reklame, som henviser til en varetype uden dog at identificere en konkurrent eller de varer, som udbydes af denne, er ikke ulovlig i henhold til artikel 3a, stk. 1, i direktiv 84/450 om vildledende reklame og sammenlignende reklame, som ændret ved direktiv 97/55. Betingelserne for en sådan reklames lovlighed skal vurderes i lyset af andre bestemmelser i national ret eller i givet fald i fællesskabsretten, uanset om dette måtte føre til en ringere beskyttelse af forbrugerne eller af de konkurrerende virksomheder.

De kriterier, der gør det muligt at fastslå, at der er et konkurrenceforhold i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i direktivets artikel 2, nr. 2a, og kriterierne, der skal anvendes ved undersøgelsen af, om sammenligningen opfylder den i direktivets artikel 3a, stk. 1, litra b), opstillede betingelse, er ikke identiske. Den nævnte artikel 2, nr. 2a, forudsætter således, at der er et konkurrenceforhold mellem virksomhederne, hvorimod den betingelse, som opstilles i artikel 3a, stk. 1, litra b), kræver en individuel og konkret vurdering af de varer, som særligt er genstand for sammenligningen i reklamen, for at det kan fastslås, at der faktisk er mulighed for substitution.

(jf. præmis 56 og domskonkl. 3)

4. Artikel 3a, stk. 1, litra f), i direktiv 84/450 om vildledende reklame og sammenlignende reklame, som ændret ved direktiv 97/55, skal fortolkes således, at ikke enhver sammenligning, der for så vidt angår varer, der ikke har en oprindelsesbetegnelse, henviser til varer, der har en oprindelsesbetegnelse, er ulovlig.

(jf. præmis 31, 32, 42, 47 og 49 samt domskonkl. 2)

Ifølge artikel 3a, stk. 1, litra g), er sammenlignende reklame således lovlig,

når den ikke drager utilbørligt fordel af den anseelse, der er knyttet til en konkurrents varemærke, firmanavn eller andre karakteristiske kendetegn, eller af konkurrerende produkters oprindelsesbetegnelser. Dette kravs effektive virkning bringes delvist i fare, hvis varer, som

ikke har nogen oprindelsesbetegnelse, ikke måtte sammenlignes med varer, som har en oprindelsesbetegnelse.

(jf. præmis 65, 66 og 72
samt domskonkl. 4)