

**Asia C-381/05**

**De Landtsheer Emmanuel SA**  
**vastaan**  
**Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne**  
**ja**  
**Veuve Clicquot Ponsardin SA**  
(Cour d'appel de Bruxellesin  
esittämä ennakkoratkaisupyyntö)

Direktiivit 84/450/ETY ja 97/55/EY – Vertaileva mainonta – Kilpailijan tai kilpailijan tarjoamien tavaroiden tai palveluiden tunnistaminen – Samoja tarpeita tyydyttävät tai samaan tarkoitukseen aiotut tavarat tai palvelut – Viittaus alkuperänimityksiin

Julkisasiamies P. Mengozzin ratkaisuehdotus 30.11.2006 . . . . . I - 3119  
Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio (ensimmäinen jaosto) 19.4.2007 . . . . . I - 3152

**Tuomion tiivistelmä**

- 1. Jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentäminen – Harhaanjohtava mainonta ja vertaileva mainonta – Direktiivi 84/450  
(Neuvoston direktiivin 84/450 2 artiklan 2 a kohta)*

2. *Jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentäminen – Harhaanjohtava mainonta ja vertaileva mainonta – Direktiivi 84/450*  
(*Neuvoston direktiivin 84/450 2 artiklan 2 a kohta ja 3 a artiklan 1 kohdan b alakohta*)
3. *Jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentäminen – Harhaanjohtava mainonta ja vertaileva mainonta – Direktiivi 84/450*  
(*Neuvoston direktiivin 84/450 3 a artiklan 1 kohta*)
4. *Jäsenvaltioiden lainsäädännön lähentäminen – Harhaanjohtava mainonta ja vertaileva mainonta – Direktiivi 84/450*  
(*Neuvoston direktiivin 84/450 2 artiklan 2 a kohta ja 3 a artiklan 1 kohdan f ja g alakohta*)

1. Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 84/450, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 97/55, 2 artiklan 2 a kohtaa on tulkittava siten, että mainoksessa olevassa viittauksessa tuotteiden tyyppiin mutta ei määrättyyn yritykseen tai tuotteeseen voidaan katsoa olevan kyse vertailevasta mainonnasta silloin, kun kyseinen yritys tai sen tarjoamat tuotteet tai palvelut on mahdollista tunnistaa mainoksesta konkreettisesti. Sillä seikalla, että mainoksen voidaan katsoa koskevan konkreettisesti useita mainostajan kilpailijoita tai näiden tarjoamia tavaroita tai palveluita, ei ole merkitystä mainoksen vertailevan luonteen toteamisessa.
2. Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetussa direktiivissä 84/450, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 97/55, tarkoitettua mainostajan ja mainoksesta tunnistettavan yrityksen välistä kilpailusuhdetta ei voida vahvistaa kyseisen yrityksen tarjoamista tavaroista tai palveluista riippumatta.

Tällaisen yritysten välisen kilpailusuhteen olemassaolo nimittäin edellyttää sen toteamista, että niiden tarjoamat tuotteet ovat tietyssä määrin toisensa korvaavia tuotteita.

(ks. 24 kohta ja tuomiolauselman 1 kohta)

Jotta tämän kilpailusuhteen olemassaolo voidaan määrittää, on siten tutkittava

markkinoiden ja kulutustottumusten tämänhetkistä tilaa ja niiden mahdollista kehittymistä, sitä yhteisön alueen osaa, jolla mainontaa levitetään, sivuuttamatta kuitenkin niitä mahdollisia vaikutuksia, joita muissa jäsenvaltioissa todettujen kulutustottumusten kehitymisellä voi olla kyseisiin kansallisiin markkinoihin, ja lopuksi niitä tuotteen erityisiä ominaispiirteitä, joita mainostaja pyrkii edistämään, ja tuotekuvaa, jonka mainostaja pyrkii antamaan.

Arviointiperusteet, joiden nojalla mainitun direktiivin 2 artiklan 2 a kohdassa tarkoitetun kilpailusuhteen olemassaolo voidaan vahvistaa, ja arviointiperusteet, joiden tavoitteena on selvittää, täyttääkö vertailu kyseisen direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan b alakohdassa säädetyn edellytyksen, eivät ole samanlaiset. Nimittäin mainituissa 2 artiklan 2 a kohdassa vertailevalle mainonnalle annettu määritelmä edellyttää yritysten välisen kilpailusuhteen olemassaoloa, kun taas 3 a artiklan 1 kohdan b alakohdassa mainittu edellytys edellyttää niiden tuotteiden yksilöllistä ja konkreettista arviointia, joita mainoksessa erityisesti vertailaan, jotta voidaan todeta mahdollisen korvaavuuden tosiasiallinen olemassaolo.

(ks. 31, 32, 42, 47 ja 49 kohta sekä tuomiolauselman 2 kohta)

3. Mainonta, jossa viitataan yhteen tuotetyyppiin ilman, että kilpailijaa tai tämän tarjoamia tavaroita voidaan kuitenkaan tunnustaa, ei ole kiellettyä harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 84/450, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 97/55, 3 a artiklan 1 kohtaan nähden. Tällaisen mainonnan sallittavuuden edellytyksiä on tutkittava muiden kansallisen oikeuden tai tarvittaessa muiden yhteisön oikeuden säännösten valossa riippumatta siitä, että tämä saattaa merkitä kuluttajien tai kilpailevien yritysten vähäisempää suojelua.

(ks. 56 kohta ja tuomiolauselman 3 kohta)

4. Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 84/450, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä 97/55, 3 a artiklan 1 kohdan f alakohdassa on tulkittava siten, että kaikenlainen vertailu tuotteiden, joilla ei ole alkuperänimitystä, ja alkuperänimityksellä varustettujen tuotteiden välillä ei ole kiellettyä.

Mainitun 1 kohdan g alakohdan nojalla vertaileva mainonta on nimittäin sallit-

tua silloin, kun siinä ei käytetä epäoikeutetusti hyväksi kilpailijan tavaramerkin, kauppanimityksen tai muiden erottavien tunnusten mainetta taikka kilpailevan tuotteen alkuperänimitystä. Tämän vaatimuksen tehokas vaikutus vaarantuisi osittain, mikäli tuotteita,

joilla ei ole alkuperänimitystä, ei voitaisi verrata muihin tällaisella nimityksellä varustettuihin tuotteisiin.

(ks. 65, 66 ja 72 kohta sekä tuomiolauselman 4 kohta)