

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 97/55/EG

av den 6 oktober 1997

om ändring av direktiv 84/450/EEG om vilseledande reklam så att detta omfattar jämförande reklam

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 100 a i detta,

med beaktande av kommissionens förslag⁽¹⁾,

med beaktande av Ekonomiska och sociala kommitténs yttrande⁽²⁾,

i enlighet med det i artikel 189 b i fördraget angivna förfarandet⁽³⁾, och mot bakgrund av det gemensamma utkastet som godkändes av förlikningskommittén den 25 juni 1997, och

med beaktande av följande:

1. Ett av gemenskapens viktigaste mål är att fullborda den inre marknaden. För att säkerställa att den nämnda marknaden fungerar väl måste åtgärder vidtas stegvis. Den inre marknaden är ett område utan inre gränser där varor, personer, tjänster och kapital kan röra sig fritt.
2. Den inre marknads fullbordan kommer att medföra alltför många valmöjligheter. Konsumenterna kan och måste på bästa sätt utnyttja den inre marknaden och reklamen är ett betydelsefullt sätt att frambringa verkliga avsättningsmöjligheter i hela gemenskapen för alla varor och tjänster. De grundläggande bestämmelserna om utformningen av och innehållet i jämförande reklam bör vara enhetliga och förutsättningarna för användning av jämförande reklam i medlemsstaterna bör harmoniseras. Om dessa villkor uppfylls kommer det att bli lättare att på ett objektivt sätt visa fördelarna med olika jämförbara produkter. Jämförande reklam kan också till konsumentens fördel stimulera konkurrensen mellan leverantören av varor och tjänster.
3. De enskilda medlemsstaternas lagar och andra författningar om jämförande reklam skiljer sig avsevärt åt.

⁽¹⁾ EGT C 180, 11.7.1991, s. 14, och EGT C 136, 19.5.1994, s. 4,

⁽²⁾ EGT C 49, 24.2.1992, s. 35.

⁽³⁾ Europaparlamentets yttrande av den 18 november 1992 (EGT C 337, 21.12.1992, s. 142), rådets gemensamma ståndpunkt av den 19 mars 1996 (EGT C 219, 27.7.1996, s. 14) och Europaparlamentets beslut av den 23 oktober 1996 (EGT C 347, 16.11.1996, s. 69). Europaparlamentets beslut av den 16 september 1997 och rådets beslut av den 15 september 1997.

Reklamen når ut över gränserna och tas emot på andra medlemsstaters områden. Olika nationella lagstiftningars tillåtande av eller inte tillåtande av jämförande reklam kan leda till att den fria rörligheten av varor och tjänster hindras och till snedvridning av konkurrensen. I synnerhet kan företag utsättas för en typ av reklam från konkurrenterna som de inte kan bemöta på samma sätt. Friheten att tillhandahålla tjänster som avser jämförande reklam bör säkerställas. Gemenskapen uppmanas att avhjälpa situationen.

4. I det sjätte stycket i ingressen, beaktandemeningen oräknad, till rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam⁽⁴⁾ anges att man sedan de nationella bestämmelserna om vilseledande reklam har harmoniserats, "i ett andra skede ... i nödvändig utsträckning" kan ... behandla jämförande reklam på grundval av lämpliga förslag från kommissionen."
5. Rådets resolution av den 14 april 1975 om Europeiska ekonomiska gemenskapens preliminära konsumentpolitiska program⁽⁵⁾ innehåller i punkt 3 d i bilagan, bland konsumenternas grundläggande rättigheter, rätten till information. Denna rättighet har bekräftats genom rådets resolution av den 19 maj 1981 om Europeiska ekonomiska gemenskapens andra konsumentpolitiska program⁽⁶⁾, punkt 40 i bilagan, där rätten till information särskilt behandlas. Jämförande reklam som jämför väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper och som inte är vilseledande, kan vara ett berättigat sätt att informera konsumenterna om deras fördelar.
6. Det är önskvärt att begreppet jämförande reklam ges en vid innebörd som kan omfatta alla typer av jämförande reklam.
7. Villkor för tillåten jämförande reklam, bör såvitt avser själva jämförelsen för att kunna avgöra vilka metoder för jämförande reklam som kan snedvrida konkurrensen

⁽⁴⁾ EGT L 250, 19.9.1984, s. 17.

⁽⁵⁾ EGT C 92, 25.4.1975, s. 1.

⁽⁶⁾ EGT C 133, 3.6.1981, s. 1.

- sen, skada en konkurrent och negativt påverka konsumenternas valmöjligheter. Dessa villkor för tillåten reklam bör inbegripa kriterier för objektiv jämförelse av varors och tjänsters egenskaper.
8. Jämförelse av enbart priset på varor och tjänster bör vara möjlig om denna jämförelse uppfyller vissa villkor, framför allt att den inte är vilseledande.
 9. För att hindra att jämförande reklam används på ett illojalt sätt som hindrar den fria konkurrensen bör endast jämförelser mellan konkurrerande varor och tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål tillåtas.
 10. De internationella konventionerna om upphovsrätt och nationella bestämmelser om kontrakträttslig och utomobligatoriskt ansvar skall tillämpas när man i jämförande reklam hänvisar till eller mångfaldigar resultaten av jämförande tester som utförts av tredje part.
 11. Villkoren för jämförande reklam bör vara kumulativa och iakttas i sin helhet. I enlighet med fördraget skall valet av form och tillvägagångssätt för tillämpningen av dessa villkor överlämnas till medlemsstaterna, såvitt dessa former och tillvägagångssätt inte redan fastställts genom detta direktiv.
 12. Dessa villkor bör i synnerhet inbegripa beaktande av bestämmelserna i rådets förordning (EEG) nr 2081/92 av den 14 juli 1992 om skydd för geografiska och ursprungsbeteckningar för jordbruksprodukter och livsmedel⁽¹⁾, särskilt artikel 13 i denna, och övriga gemenskapsbestämmelser som antagits på jordbruksområdet.
 13. Genom artikel 5 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslag⁽²⁾ ges innehavaren av ett registrerat varumärke ensamrätt, däribland rätt att hindra tredje man från att i näringsverksamhet använda ett tecken som är identiskt med eller liknar varumärket med avseende på identiska varor eller tjänster samt, i förekommande fall, även med avseende på andra varor.
 14. För att jämförande reklam skall vara verkningsfull kan det emellertid vara absolut nödvändigt att peka ut i en konkurrens varor eller tjänster genom att hänvisa till ett varumärke eller ett firmanamn som tillhör konkurrenten.
 15. En sådan användning av en annans varumärke, firmanamn eller andra särskiljande märken utgör det inte något intrång i ensamrätten i fall då villkoren i detta direktiv är uppfyllda eftersom det avsedda syftet endast är att särskilja dem och därigenom framhäva skillnader på ett objektivt sätt.
 16. Bestämmelser måste antas så att de rättsliga och/eller administrativa metoder som anges i artiklarna 4–5 i direktiv 84/450/EEG också kan användas för kontroll av jämförande reklam som inte uppfyller villkoren i detta direktiv. Enligt stycke 16 i ingressen, beaktandemeningen oräknad, i det direktivet kan en frivillig kontroll av vilseledande reklam genom självreglerande organ bidra till att administrativa eller rättsliga åtgärder kan undvikas, varför en sådan kontroll bör uppmuntras. På samma sätt är artikel 6 tillämplig på otillåten jämförande reklam.
 17. Nationella självreglerande organ får samordna sitt arbete genom sammanslutningar eller organisationer som har inrättats på gemenskapsnivå och får bland annat behandla gränsöverskridande klagomål.
 18. I enlighet med artikel 7 i direktiv 84/450/EEG får medlemsstaterna bibehålla eller anta bestämmelser som syftar till att tillförsäkra konsumenterna, näringsidkarna och allmänheten ett mer omfattande skydd, och den bestämmelsen bör inte vara tillämplig på jämförande reklam eftersom ändringen av detta direktiv är avsedd att fastställa på vilka villkor jämförande reklam är tillåten.
 19. En jämförelse som framställer en vara eller en tjänst som en imitation eller en exakt kopia av en vara eller en tjänst som har ett skyddat varumärke eller firmanamn anses inte uppfylla villkoren för tillåten jämförande reklam.
 20. Detta direktiv påverkar inte på något sätt tillämpningen av gemenskapsbestämmelser om reklam för specifika produkter och/eller tjänster eller om inskränkningar av eller förbud mot reklam i särskilda medier.
 21. En medlemsstat som i enlighet med bestämmelserna i fördraget förbjuder reklam för vissa varor eller tjänster, direkt eller via ett organ eller en organisation

⁽¹⁾ EGT L 208, 24.7.1992, s. 1.

⁽²⁾ EGT L 40, 11.2.1989, s. 1. Direktivet senast ändrat genom beslut 92/10/EEG (EGT L 6, 11.1.1992, s. 35).

som enligt medlemsstatens lagstiftning ansvarar för att reglera närings- och affärsverksamhet och verksamhet inom hantverk och fria yrken, får även förbjuda jämförande reklam.

22. Medlemsstaterna är inte skyldiga att tillåta jämförande reklam för varor eller tjänster mot vilka de upprätthåller eller inför förbud i enlighet med bestämmelserna i fördraget inklusive förbud mot marknadsföringsmetoder eller reklam som riktar sig till utsatta konsumentgrupper. Medlemsstaterna får i enlighet med bestämmelserna i fördraget bibehålla eller införa förbud eller begränsningar för bruket av jämförelser i reklam för tjänster i samband med yrkesutövning, oavsett om dessa bestämmelser fastställts direkt eller genom ett organ eller en organisation som, i enlighet med medlemsstatens lagstiftning, ansvarar för att reglera viss yrkesutövande verksamhet.
23. För att den inre marknaden skall fungera väl är det nödvändigt att reglera jämförande reklam enligt de villkor som anges i detta direktiv och det krävs därför att åtgärder vidtas på gemenskapsnivå. Det är lämpligt att detta sker i form av ett direktiv eftersom ett sådant anger enhetliga allmänna principer samtidigt som medlemsstaterna har möjlighet att välja hur och på vilket sätt de vill uppnå dessa syften. Detta är i enlighet med subsidiaritetsprincipen.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Direktiv 84/450/EEG ändras på följande sätt:

- 1) Titeln skall ersättas med följande:

”Rådets direktiv av den 10 september 1984 om vilseledande och jämförande reklam”

- 2) Artikel 1 skall ersättas med följande:

”Artikel 1

Avsikten med detta direktiv är att skydda konsumenterna, dem som bedriver närings- eller affärsverksamhet eller utövar hantverk eller ett fritt yrke och allmänheten mot vilseledande reklam och de otillbörliga följderna av denna samt att ange under vilka förutsättningar jämförande reklam är tillåten.”

- 3) Följande punkt skall föras in i artikel 2:

”2a *jämförande reklam*: all reklam som uttryckligen eller indirekt pekar ut en konkurrent eller varor eller tjänster som tillhandahålls av en konkurrent.”

- 4) Följande artikel skall läggas till:

”Artikel 3a

1. Jämförande reklam skall, såvitt avser själva jämförelsen, vara tillåten under förutsättning att

- a) den inte är vilseledande enligt artiklarna 2.2, 3 och 7.1,
- b) den jämför varor eller tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål,
- c) den på ett objektivt sätt jämför en eller flera väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos dessa varor och tjänster, vilket även kan inbegripa priset,
- d) den inte medför förväxling på marknaden mellan annonsören och en konkurrent eller mellan annonsörens och en konkurrents varumärken, firmanamn eller andra kännetecken, varor eller tjänster,
- e) den varken misskrediterar eller uttrycker sig nedsättande om en konkurrents varumärken, firmanamn eller andra kännetecken, varor, tjänster, verksamhet eller förhållanden,
- f) den i fråga om produkter med ursprungsbeteckning alltid avser produkter med samma beteckning,
- g) den inte drar otillbörlig fördel av en konkurrents varumärkes, firmanamns eller andra känneteckens renommé eller av en konkurrerande produkts ursprungsbeteckning,
- h) den inte framställer en vara eller en tjänst som en imitation eller ersättning för en vara eller tjänst som har ett skyddat varumärke eller firmanamn.

2. Varje jämförelse som avser ett särskilt erbjudande skall på ett klart och entydigt sätt ange när erbjudandet upphör att gälla eller, i förekommande fall, att det särskilda erbjudandet är beroende av tillgången på varan eller tjänsten och, om det särskilda erbjudandet ännu inte har börjat gälla, när specialpriset eller andra särskilda villkor börjar gälla.”

- 5) Första och andra styckena i artikel 4.1 skall ersättas med följande:

”1. Medlemsstaterna skall i konsumenternas liksom även i konkurrenternas och den stora allmänhetens intresse säkerställa att det finns lämpliga och effektiva metoder för att bekämpa vilseledande reklam och för att se till att bestämmelserna om jämförande reklam följs.

Sådana metoder skall innefatta rättsliga bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer som enligt den nationella lagstiftningen anses ha ett rättmätigt intresse av att vilseledande reklam förbjuds eller att jämförande reklam regleras, kan

- a) vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam, och/eller
- b) anmäla sådan reklam till en förvaltningsmyndighet som är behörig antingen att fatta beslut rörande klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden."

6) Artikel 4.2 ändras enligt följande:

- a) Strecksatserna i första stycket skall ersättas med följande:

"— att besluta att den vilseledande eller otillåtna jämförande reklamen skall upphöra, eller att besluta om lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut, eller

— om den vilseledande eller otillåtna jämförande reklamen ännu inte publicerats men publiceringen är nära förestående, att besluta om förbud mot sådan publicering, eller inleda ett lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut."

- b) De inledande orden i tredje stycket skall ersättas med följande:

"Med hänsyn till de fortsatta följdverkningarna av vilseledande eller otillåten jämförande reklam, som skall upphöra enligt ett slutgiltigt beslut, kan medlemsstaterna vidare tilldela domstolarna och förvaltningsmyndigheterna befogenhet."

7) Artikel 5 skall ersättas med följande:

"Artikel 5

Detta direktiv utesluter inte en frivillig kontroll, som medlemsstaterna kan uppmantra, av vilseledande eller jämförande reklam genom självreglerande organ, och inte heller att sådana organ anlitas av de personer eller organisationer som avses i artikel 4, om sådana organs förfarande är tillgängligt utöver det rättsliga förfarande eller förvaltningsförfarande som omfattas av den artikeln."

8) Artikel 6 a skall ersättas med följande:

- "a) Att kräva annonsören att han lägger fram bevis för riktigheten av de faktiska påståenden han framför i sin reklam. Detta under förutsättning att ett sådant krav förefaller lämpligt på grund av omständigheterna i det särskilda fallet däribland de rättmätiga intressena hos annonsören och varje annan part i förfarandet och att när det gäller jämförande

reklam kräva av annonsören att han inom en kort tid lägger fram sådana bevis."

9) Artikel 7 skall ersättas med följande:

"Artikel 7

1. Detta direktiv skall inte hindra medlemsstaterna från att bibehålla eller anta bestämmelser som avser att tillförsäkra konsumenterna, näringsidkarna och allmänheten ett mera omfattande skydd mot vilseledande reklam.

2. Punkt 1 skall inte tillämpas på jämförande reklam såvitt avser själva jämförelsen.

3. Bestämmelserna i detta direktiv skall gälla utan att det påverkar tillämpningen av gemenskapsbestämmelser om reklam för särskilda produkter och/eller tjänster eller av inskränkningar av eller förbud mot reklam i särskilda medier.

4. Bestämmelserna i detta direktiv om jämförande reklam skall inte tvinga de medlemsstater som i enlighet med bestämmelserna i fördraget upprätthåller eller inför förbud mot reklam för vissa varor eller tjänster, direkt eller via ett organ eller en organisation som enligt medlemsstaternas lagstiftning ansvarar för att reglera närings- och affärsverksamhet och verksamhet inom hantverk och fria yrken, att tillåta jämförande reklam för dessa varor eller tjänster. Om dessa förbud begränsas till särskilda medier skall direktivet gälla de medier, som inte omfattas av dessa förbud.

5. Inget i detta direktiv skall hindra medlemsstaterna från att, i enlighet med bestämmelserna i fördraget, bibehålla eller införa förbud eller begränsningar för bruket av jämförelser i reklam för tjänster i samband med yrkesutövning, oavsett om dessa bestämmelser fastställs direkt eller genom ett organ eller organisation som, i enlighet med medlemsstaternas lagstiftning, ansvarar för att reglera viss yrkesutövande verksamhet."

Artikel 2

Reklamationssystem

Kommissionen skall undersöka möjligheten att upprätta effektiva medel för att behandla gränsöverskridande klagomål avseende jämförande reklam. Inom två år efter det att detta direktiv trätt i kraft skall kommissionen lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om resultatet av undersökningarna, åtföljda, om det är lämpligt, av förslag.

Artikel 3

1. Medlemsstaterna skall sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast 30 månader efter att det offentliggjorts i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*. De skall genast underrätta kommissionen om detta.

2. När en medlemsstat antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningarna skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

3. Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texterna till de centrala bestämmelser i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

Artikel 4

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Bryssel den 6 oktober 1997.

På Europaparlamentets vägnar

J. M. GIL-ROBLES

Ordförande

På rådets vägnar

J. POOS

Ordförande