

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS
SOUDNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ
DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS DOMSTOL
GERICHTSHOF DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
EUROOPA ÜHENDUSTE KOHUS
ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
CÚIRT BHREITHIÚNAIS NA gCÓMHPHOBAL EORPACH
CORTE DI GIUSTIZIA DELLE COMUNITÀ EUROPEE
EIROPAS KOPIENU TIESA



POS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
İRÓPAI KÖZÖSSÉGEK BÍRÓSÁGA
IL-QORTI TAL-GUSTIZZJA TAL-KOMUNITAJIET EWROPEJ
HOF VAN JUSTITIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN
TRYBUNAŁ SPRAWIEDLIWOŚCI WSPÓLNOT EUROPEJSKICH
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DAS COMUNIDADES EUROPELAS
SÚDNY DVOR EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Tisk a informace

TISKOVÁ ZPRÁVA č. 75/06

19. září 2006

Rozsudek Soudního dvora ve věci C-356/04

Lidl Belgium GmbH & Co KG/Etablissements Franz Colruyt NV

SROVNÁVACÍ REKLAMA SE MŮŽE TÝKAT HROMADNĚ SORTIMENTU VÝROBKŮ

V některých případech však taková reklama může mít klamavý charakter.

Společnosti Lidl a Colruyt provozují v Belgii řetězce velkých obchodů, jejichž hlavní činnost spočívá zejména v maloobchodním prodeji výrobků běžné spotřeby.

Lidl podala žalobu u rechtbank van koophandel te Brussel, jíž se domáhala ukončení různých praktik Colruyt spočívajících ve srovnávací reklamě. Tento soud předložil Soudnímu dvoru Evropských společenství několik předběžných otázek týkajících se výkladu evropské směrnice o klamavé a srovnávací reklamě¹.

Ve věci v původním řízení jsou dotčeny dva způsoby srovnávací reklamy.

V prvním případě Colruyt srovnává obecnou úroveň cen uplatňovaných jí samotnou a jejími soutěžiteli, pokud jde o jejich sortimenty srovnatelných výrobků, a vyvozuje z toho částku, kterou mohl spotřebitel ušetřit. Uvedená obecná úroveň cen se stanovuje měsíčně a poté ročně, na základě denního soupisu individuálních cen velmi širokého vzorku výrobků běžné spotřeby, které jsou buď totožné (značkové výrobky), nebo podobné (neznačkové výrobky nebo výrobky s vlastní značkou distributora).

¹ Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 (Úř. věst. L 250, s. 17; Zvl. vyd. 15/01, s. 227), ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES ze dne 6. října 1997 (Úř. věst. L 290, s. 18; Zvl. vyd. 15/03, s. 365).

Druhý způsob reklamy spočívá v tvrzení, že všechny výrobky Colruyt mající červenou etiketu s nápisem „BASIC“ jsou touto společností uváděny na trh za nejnižší cenu nabízenou na belgickém území. Uvedený sortiment výrobků zahrnuje jednak značkové výrobky, a jednak neznačkové výrobky nebo výrobky pod vlastní značkou Colruyt.

Soudní dvůr nejprve připomíná, že jelikož srovnávací reklama pomáhá objektivně objasnit přednosti různých srovnatelných výrobků, a podněcovat tak soutěžení mezi dodavateli zboží a služeb ku prospěchu spotřebitelů, je ustálenou judikaturou, že požadavky kladené na srovnávací reklamu musejí být vykládány způsobem co nejpříznivějším pro tuto reklamu.

Podle Soudního dvora směrnice v zásadě nebrání tomu, aby se srovnávací reklama týkala hromadně sortimentů výrobků běžné spotřeby uváděných na trh dvěma konkurenčními řetězci velkých obchodů, pokud jsou oba uvedené sortimenty tvořeny jednotlivými výrobky, které, je-li na ně nazíráno jako na dvojice, jednotlivě splňují požadavek srovnatelnosti.

Směrnice sice v takovém případě nepředpokládá, že srovnávané výrobky a ceny, tedy jak výrobky a ceny zadavatele reklamy, tak výrobky a ceny všech jeho srovnávaných soutěžitelů, budou v reklamním sdělení výslovně a vyčerpávajícím způsobem vyjmenovány, naproti tomu však vyžaduje, aby zadavatel reklamy uvedl, kde a jak se adresáti tohoto sdělení mohou snadno seznámit se srovnávanými údaji, aby mohli ověřit nebo nechat ověřit jejich správnost.

Soudní dvůr rovněž rozhoduje, že srovnávací reklama vyzdvihující nižší obecnou úroveň cen zadavatele reklamy ve srovnání s jeho hlavními soutěžiteli, přičemž srovnání se týkalo vzorku výrobků, může mít klamavý charakter, pokud

- z reklamního sdělení nevyplývá, že se srovnání týká pouze takového vzorku, a nikoli všech výrobků zadavatele reklamy,
- reklamní sdělení neidentifikuje srovnávané znaky nebo neinformuje příjemce o zdroji informací, u něž je taková identifikace dostupná, nebo
- reklamní sdělení obsahuje hromadný odkaz na rozpětí částek, které může ušetřit spotřebitel, který nakupuje u zadavatele reklamy, a nikoli u jeho soutěžitelů, aniž by individualizovalo obecnou úroveň cen uplatňovaných každým z uvedených soutěžitelů a částku, kterou lze ušetřit při nákupech u zadavatele reklamy, a nikoli u každého z těchto soutěžitelů.

Předkládajícímu soudu přísluší ověřit, zda reklamní sdělení dotčená v původním řízení mají takové vlastnosti.

Neoficiální dokument pro potřeby sdělovacích prostředků, který nezavazuje Soudní dvůr.

Dostupné jazyky: CS, DE, EL, EN, FR, HU, IT, NL, PL, SK, SL

Úplný text rozsudku se nachází na internetové stránce Soudního dvora

*[http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-
bin/form.pl?lang=CS&Submit=rechercher&numaff=C-356/04](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=CS&Submit=rechercher&numaff=C-356/04)*

Obecně ho lze konzultovat od 12 hod SEČ v den vydání.

Pro více informací kontaktujte prosím Balázse Lehoczkého

Tel.: (00352) 4303 5499 Fax: (00352) 4303 2028