

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS  
SODNÍ DVŮR EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ  
DE EUROPEISKE 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



ÞOS BENDRIJU 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 EUROPEIAS  
SÚDNY DVOR EVROPSKÝCH SPOLOČENSTIEV  
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI  
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN  
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Sajtó- és Tájékoztatási Osztály

## 75/06. sz. SAJTÓKÖZLEMÉNY

2006. szeptember 19.

A Bíróság C-356/04. sz. ügyben hozott ítélete

*Lidl Belgium GmbH & Co KG kontra Etablissementen Franz Colruyt NV*

### **AZ ÖSSZEHASONLÍTÓ REKLÁM ÁRUVÁLASZTÉKOKRA EGYÜTTESEN IS VONATKOZHAT**

*Egyes esetekben azonban az ilyen összehasonlító reklám megtévesztő lehet.*

A Lidl és Colruyt gazdasági társaságok áruházláncokat működtetnek Belgiumban, amelyek tevékenysége főként a mindennapi szükségleti cikkek kiskereskedelmére irányul.

A Lidl keresetet nyújtott be a rechtbank van koophandel te Brussel előtt a Colruyt különféle összehasonlító reklámgyakorlata megszüntetése érdekében. Ez a bíróság az Európai Közösségek Bíróságához fordult több előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdéssel, amelyek a megtévesztő reklámra és az összehasonlító reklámra vonatkozó európai irányelv<sup>1</sup> értelmezésére irányultak.

Az alapügyben az összehasonlító reklám két módszeréről van szó.

Az első esetben a Colruyt a saját maga és a versenytársai által az összehasonlítható áruválasztékok tekintetében alkalmazott általános árszínvonalat hasonlítja össze és ennek alapján a fogyasztó által egy évben megvalósítható megtakarítások összegére következtet. Az említett általános árszínvonalat havonta, majd évente határozzák meg a mindennapi fogyasztási cikkek nagyon széles árumintájának áráiról naponta készített kimutatás alapján, amely fogyasztási cikkek néha azonosak (márkás termékek), néha hasonlóak (márka nélküli termékek, vagy az áruházlánc saját márkás termékei).

<sup>1</sup> Az 1997. október 6-i 97/55/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 290., 18. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 3. kötet, 365. o.) módosított, 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv (HL L 250., 17. o.; magyar nyelvű különkiadás 15. fejezet, 1. kötet, 227. o.).

A reklám második módszere azon az állításon alapul, hogy a Colruyt valamennyi termékét, amelyen szerepel a „BASIC” megjegyzést tartalmazó piros címke, a belgiumi területen kínált legalacsonyabb áron forgalmazza. Az említett termékválaszték magában foglal egyrészt márkás termékeket, másrészt márka nélküli termékeket, vagy a Colruyt saját márkás termékeit.

Először is a Bíróság emlékeztet arra, hogy tekintettel arra, hogy az összehasonlító reklám segíti a különféle összehasonlítható termékek előnyeinek tárgyilagos bemutatását, és az áruk és szolgáltatások nyújtói közötti versenyt is ösztönözheti a fogyasztók érdekében, az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az összehasonlító reklámmal kapcsolatban megkövetelt feltételeket úgy kell értelmezni, hogy az e reklám vonatkozásában a legkedvezőbb legyen.

A Bíróság szerint **az irányelv főszabály szerint nem tiltja meg, hogy az összehasonlító reklám együttesen vonatkozzon két, egymással versengő áruházlánc által forgalmazott mindennapi fogyasztási cikkek választékaira, amennyiben az említett választékot mindkét részből olyan egyedi termékek alkotják, amelyek termékpárokat alkotva egyenként teljesítik az összehasonlíthatósági követelményt.**

Az irányelv ugyan nem foglalja magában, hogy egy ilyen esetben a reklámban kifejezetten és kimerítően fel kell sorolni mind a reklámozó, mind annak összehasonlításba bevont versenytársai összehasonlított termékeiket és árait, azt azonban megköveteli, hogy a reklámozó megjelölje, hogy e reklám címzettjei hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről, az összehasonlítás hitelességének ellenőrzése vagy ellenőriztetése céljából.

**A Bíróság azt is meghatározza, hogy a főbb versenytársakhoz képest a reklámozó alacsonyabb árszínvonalát hirdető összehasonlító reklám, valamint egy termékmintára vonatkozó összehasonlítás megtévesztő jellegű lehet, ha a reklám:**

- nem tünteti fel, hogy az összehasonlítás csak egy ilyen mintára vonatkozik, és nem a reklámozó termékeinek összességére,
- nem határozza meg az elvégzett összehasonlítás elemeit, vagy nem tájékoztatja a címzettet arról az információforrásról, amelynél ez a meghatározás elvégezhető,
- együttes utalást tartalmaz a mindennapi szükségleti cikkek vásárlását a reklámozónál – és nem a versenytárs áruházláncoknál – végző fogyasztó által megvalósítható megtakarítási sávra, anélkül hogy egyediesítené az egyes versenytársaknál alkalmazott általános árszínvonalat, illetőleg a reklámozónál a versenytársaihoz képest elérhető megtakarítások összegét.

A kérdést előterjesztő bíróság feladata annak megvizsgálása, hogy az alapügyben szóban forgó reklámok rendelkeznek-e ilyen tulajdonságokkal.

*A sajtó részére készített nem hivatalos kiadvány, amely nem köti a Bíróságot.*

*Elérhető nyelvek: HU, FR, CS, DE, EL, EN, IT, NL PL, SK, SL*

*Az ítélet teljes szövege megtalálható a Bíróság honlapján.*

*<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=HU&Submit=rechercher&numaff=C-356/04>*

*Az ítéletek szövege általában a kihirdetés napján közép-európai idő szerinti 12 órától megtekinthető.*

*További tájékoztatásért forduljon dr. Lehóczki Balázshoz.*

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