

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS  
SODNÍ 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



LUXEMBOURG

3ENDRIJŪ TEISINGUMO TEISMAS  
AI 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 EURÓPSKYCH SPOLOČENSTIEV  
SODIŠČE EVROPSKIH SKUPNOSTI  
EUROOPAN YHTEISÖJEN TUOMIOISTUIN  
EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS DOMSTOL

Pers en Voorlichting

**PERSCOMMUNIQUE nr. 75/06**

19 september 2006

Arrest van het Hof van Justitie in zaak C-356/04

*Lidl Belgium GmbH & Co KG / Etablissements Franz Colruyt NV*

**VERGELIJKENDE RECLAME KAN COLLECTIEF BETREKKING HEBBEN OP  
PRODUCTENASSORTIMENTEN**

*In bepaalde gevallen kan dergelijke vergelijkende reclame evenwel misleidend zijn*

De vennootschappen Lidl en Colruyt exploiteren beide in België een warenhuisketen die hoofdzakelijk actief is in de detailhandel in gangbare consumptiegoederen.

Lidl heeft bij de Rechtbank van Koophandel te Brussel de staking van diverse praktijken van vergelijkende reclame van Colruyt gevorderd. Die rechter heeft het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen verscheidene prejudiciële vragen gesteld over de uitlegging van de Europese richtlijn inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame.<sup>1</sup>

Twee wijzen van vergelijkende reclame zijn in het hoofdgeding aan de orde.

In het eerste geval vergelijkt Colruyt het algemene niveau van de door haar en de door haar concurrenten toegepaste prijzen ter zake van hun assortimenten vergelijkbare producten, waaruit zij afleidt hoeveel de consument kan besparen. Dat algemene prijsniveau wordt maandelijks en vervolgens jaarlijks bepaald aan de hand van een dagelijks overzicht van de individuele prijzen van een zeer ruim staal van gangbare consumptiegoederen die identiek zijn (merkproducten) dan wel gelijkaardig (merkleoze producten of producten met een eigen merk van de distributeur).

<sup>1</sup> Richtlijn 84/450/EEG van de Raad van 10 september 1984 (PB L 250, blz. 17), zoals gewijzigd bij richtlijn 97/55/EG van het Europees Parlement en de Raad van 6 oktober 1997 (PB L 290, blz. 18).

Bij de tweede wijze van reclame verklaart Colruyt dat al haar producten met een rood etiket met de vermelding „BASIC” door haar worden verkocht tegen de laagste prijs in België. Dat productenassortiment omvat enerzijds merkproducten en anderzijds merkloze producten of producten met het eigen merk van Colruyt.

Om te beginnen herinnert het Hof eraan dat volgens vaste rechtspraak, gelet op het feit dat vergelijkende reclame ertoe bijdraagt dat de voordelen van de verschillende vergelijkbare producten objectief worden belicht, en aldus in het belang van de consument een stimulans vormt voor de concurrentie tussen de leveranciers van goederen en diensten, de aan vergelijkende reclame gestelde eisen in de voor deze reclame meest gunstige zin dienen te worden uitgelegd.

**Volgens het Hof staat de richtlijn er in beginsel niet aan in de weg dat vergelijkende reclame collectief ziet op assortimenten van gangbare consumptiegoederen die door twee concurrerende warenhuisketens worden verkocht, voor zover die assortimenten aan beide zijden bestaan uit individuele producten die, per paar bezien, individueel voldoen aan het vereiste van vergelijkbaarheid.**

Weliswaar vereist de richtlijn in dat geval niet dat de vergeleken producten en prijzen, te weten zowel die van de adverteerder als die van al zijn bij de vergelijking betrokken concurrenten, uitdrukkelijk en uitputtend in de reclameboodschap worden genoemd, maar de adverteerder dient wel aan te duiden waar en hoe de geadresseerden van die boodschap gemakkelijk kennis kunnen nemen van de bestanddelen van de vergelijking teneinde de juistheid ervan te controleren of te laten controleren.

**Het Hof oordeelt eveneens dat vergelijkende reclame die vermeldt dat het algemene prijsniveau van de adverteerder lager is dan dat van zijn voornaamste concurrenten, terwijl enkel een staal producten is vergeleken, misleidend kan zijn** wanneer:

- uit de reclameboodschap niet blijkt dat slechts een staal producten en niet alle producten van de adverteerder zijn vergeleken,
- de reclameboodschap de bestanddelen van de vergelijking niet identificeert of de geadresseerde niet inlicht over de informatiebron waar die identificatie toegankelijk is, of
- in de reclameboodschap een collectieve verwijzing is opgenomen naar de mate van de besparingen die kunnen worden gerealiseerd door de consument die zijn aankopen bij de adverteerder en niet bij zijn concurrenten doet, zonder individualisering van het algemene niveau van de respectievelijk door elk van die concurrenten toegepaste prijzen en van het bedrag van de besparingen die kunnen worden verwezenlijkt door bij de adverteerder en niet bij elk van deze concurrenten te kopen.

Het staat aan de verwijzende rechter, na te gaan of de in het hoofdgeding aan de orde zijnde reclameboodschappen dergelijke kenmerken hebben.

*Voor de media bestemd niet-officieel stuk, dat het Hof van Justitie niet bindt.*

*Beschikbare talen: FR CS EN DE PL NL HU SK SL*

*De volledige tekst van het arrest is op de dag van de uitspraak te vinden op de internetpagina van het Hof*

*<http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=NL&Submit=rechercher&numaff=C-356/04>  
vanaf ongeveer 12.00 uur.*

*Voor nadere informatie wende men zich tot de heer Stefaan Van der Jeught.*

*Tel: +352 4303 2170 Fax: +352 4303 2988*