

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



OPUS BENDRIJŲ TEISINGUMO TEISMAS
IRÓPAI 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

Tlač a informácie

TLAČOVÉ KOMUNIKÉ č. 75/06

19. september 2006

Rozsudok Súdneho dvora vo veci C-356/04

Lidl Belgium GmbH & Co KG/Etablissements Franz Colruyt NV

POROVNÁVACIA REKLAMA SA MÔŽE TÝKAŤ HROMADNE SORTIMENTU VÝROBKOV

V určitých prípadoch však takáto porovnávacia reklama môže byť klamlivá

Spoločnosti Lidl a Colruyt prevádzkujú v Belgicku sieť obchodných domov, ktorých činnosť spočíva najmä v predaji výrobkov bežnej spotreby na úrovni maloobchodu.

Lidl podal žalobu na rechtbank van koophandel te Brussel s cieľom dosiahnuť zastavenie rôznych porovnávacích reklamných praktík Colruyt. Tento súd položil Súdnemu dvoru Európskych spoločenstiev niekoľko prejudiciálnych otázok, ktoré sa týkajú výkladu európskej smernice o klamlivej reklame a porovnávej reklame¹.

Dva spôsoby porovnávej reklamy sú predmetom vo veci samej.

V prvom prípade Colruyt porovnáva všeobecnú úroveň cien uplatňovaných ním samotným a jeho sťažiteľmi na ich sortimenty porovnateľných výrobkov a vyvodzuje z toho výšku úspor, ktorú môže spotrebiteľ dosiahnuť. Táto všeobecná úroveň cien sa zisťuje mesačne a následne ročne na základe denného zaznamenávania jednotlivých cien výrobkov zo značne širokej vzorky buď identických výrobkov bežnej spotreby (značkové výrobky), alebo obdobných výrobkov (neznačkové výrobky alebo výrobky predávané pod vlastnou značkou distribútora).

¹ Smernica Rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984, (Ú. v. ES L 250, s. 17; Mim. vyd. 15/001, s. 227) zmenená a doplnená smernicou Európskeho parlamentu a Rady 97/55/ES zo 6. októbra 1997 (Ú. v. ES L 290, s. 18; Mim. vyd. 15/003, s. 365).

Druhý spôsob reklamy spočíva v tvrdení, podľa ktorého všetky výrobky Colruyt s červenou etiketou s názvom „BASIC“ predáva tento zadávateľ za najnižšiu cenu ponúkanú na belgickom území. Tento sortiment výrobkov zahŕňa jednak značkové výrobky a jednak neznačkové výrobky alebo výrobky predávané pod vlastnou značkou Colruyt.

Na úvod Súdny dvor uvádza, že porovnávacía reklama môže prispieť k objektívnemu vyzdvihnutiu výhod rôznych porovnateľných výrobkov, ako aj stimulovať hospodársku súťaž medzi dodávateľmi tovarov a služieb v prospech spotrebiteľov, podľa ustálenej judikatúry podmienky stanovené pre porovnávaciu reklamu sa majú vykladať v zmysle čo najpriaznivejšom pre túto reklamu.

Podľa Súdneho dvora **smernici v zásade neodporuje, že sa porovnávacía reklama vzťahuje hromadne na sortimenty výrobkov bežnej spotreby predávané dvoma konkurenčnými obchodnými reťazcami, pokiaľ obidva tieto sortimenty pozostávajú z jednotlivých výrobkov, ktoré vnímané v pároch individuálne spĺňajú podmienku porovnateľnosti.**

Smernica síce v obdobnom prípade nevyžaduje, aby porovnávané výrobky a ceny tak zadávateľa reklamy, ako aj všetkých ostatných súťažiteľov zahrnutých do porovnania, boli výslovne a taxatívne vymenované v reklame, ale na druhej strane vyžaduje, aby zadávateľ reklamy informoval adresátov tejto reklamy, kde a ako sa môžu ľahko oboznámiť s porovnávanými údajmi, aby si skontrolovali alebo nechali skontrolovať ich správnosť.

Súdny dvor zároveň rozhodol, že porovnávacía reklama, ktorá vyzdvihuje nižšiu všeobecnú úroveň cien zadávateľa reklamy vo vzťahu k jeho hlavným súťažiteľom, hoci porovnanie sa vzťahuje na vzorku výrobkov, môže byť klamlivá, ak reklama:

- neuvádza, že porovnanie sa týka len tejto vzorky a nie všetkých výrobkov zadávateľa reklamy,
- neidentifikuje použité prvky porovnávania alebo neuvádza zdroj informácií, na základe ktorého je možná takáto identifikácia, alebo
- obsahuje hromadný odkaz na rozdiel v úsporách, ktoré môže spotrebiteľ dosiahnuť svojimi nákupmi bežnej spotreby prevažne u zadávateľa reklamy a nie u jeho súťažiteľov bez konkretizácie všeobecnej úrovne cien uplatňovaných každým týmto súťažiteľom, a výšky úspor dosiahnuteľných nákupmi prevažne u zadávateľa reklamy a nie u iných súťažiteľov.

Je úlohou vnútroštátneho súdu preveriť, či sporné reklamy vo veci samej spĺňajú uvedené vlastnosti.

Neoficiálny dokument pre potreby médií, ktorý nezaväzuje Súdny dvor.

Jazyky, ktoré sú k dispozícii: CS, DE, EL, EN, FR, HU, IT, NL, PL, SK, SL

*Úplné znenie rozsudku sa nachádza na internetovej stránke Súdneho dvora:
[http:// curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=SK&Submit=rechercher&numaff=C-356/04](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=SK&Submit=rechercher&numaff=C-356/04)*

Vo všeobecnosti je znenie na internete prístupné v deň vyhlásenia rozsudku od 12. hodiny SEČ.

*Podrobnejšie informácie Vám môže poskytnúť pán Balázs Lehóczki
Tel.: (00352) 4303 5499 Fax: (00352) 4303 2028*