

**EUROPAPARLAMENTS- OG RÅDSDirektiv 97/55/EF****av 6. oktober 1997****om endring av direktiv 84/450/EØF om villedende reklame til også å omfatte sammenlignende reklame(\*)****EUROPAPARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPEISKE UNION HAR -**

under henvisning til traktaten om opprettelse av Det europeiske fellesskap, særlig artikkel 100 A,

under henvisning til forslag fra Kommisjonen<sup>(1)</sup>,

under henvisning til uttalelse fra Den økonomiske og sosiale komité<sup>(2)</sup>,

etter framgangsmåten fastsatt i traktatens artikkel 189 B<sup>(3)</sup>, på grunnlag av Forlikskomiteens felles forslag av 25. juni 1997, og

ut fra følgende betraktninger:

- 1) Et av Fellesskapets viktigste mål er å gjennomføre det indre marked. Det må treffes tiltak for at det indre marked skal kunne virke tilfredsstillende. Det indre marked er et område uten indre grenser, med fritt varebytte og fri bevegelighet for personer, tjenester og kapital.
- 2) Gjennomføringen av det indre marked medfører et stadig større og mer variert tilbud. For at forbrukerne skal kunne dra størst mulig nytte av det indre marked, og fordi reklame er et svært viktig middel til å skape reelle avsetningsmuligheter for varer og tjenester i hele Fellesskapet, bør de grunnleggende bestemmelsene om den sammenlignende reklamens form og innhold være ensartede, og vilkårene for bruk av sammenlignende reklame i medlemsstatene bør harmoniseres. Dersom disse vilkårene oppfylles, vil det bidra til at fortrinnene ved forskjellige sammenlignbare produkter kan påvises objektivt. Sammenlignende reklame kan i forbrukernes interesse også fremme konkurransen mellom vareleverandører og tjenesteytere.

3) De enkelte medlemsstaters lover og forskrifter om sammenlignende reklame er svært ulike. Reklame når ut over landegrensene og mottas på andre medlemsstaters territorium. Tillatelse til eller forbud mot sammenlignende reklame etter de ulike nasjonale lovgivninger kan være til hinder for fritt varebytte og fri bevegelighet for tjenester og kan skape konkurransevridning. Særlig kan foretak rammes av former for reklame som konkurrentene har utviklet, og som de ikke kan besvare med de samme midler. Adgangen til å yte tjenester i tilknytning til sammenlignende reklame bør sikres. Det er en oppgave for Fellesskapet å avhjelpe denne situasjonen.

4) I henhold til sjettede betraktning i rådsdirektiv 84/450/EØF av 10. september 1984 om tilnærming av medlemsstatenes lover og forskrifter om villedende reklame<sup>(4)</sup> skal det etter en harmonisering av de nasjonale bestemmelsene om villedende reklame «i en senere fase tas stilling til ..., så langt det er nødvendig, også sammenlignende reklame, på grunnlag av hensiktsmessige forslag fra Kommisjonen».

5) I nr. 3 bokstav d) i vedlegget til rådsresolusjon av 14. april 1975 om Det europeiske økonomiske fellesskaps første program for en politikk for forbrukervern og forbrukeropplysning<sup>(5)</sup> regnes retten til opplysninger som en grunnleggende forbrukerrettighet. Denne rettigheten bekreftes i nr. 40 i vedlegget til rådsresolusjon av 19. mai 1981 om Det europeiske økonomiske fellesskaps annet program for forbrukervern og forbrukeropplysning<sup>(6)</sup>, som særlig omhandler forbrukeropplysning. Sammenlignende reklame kan være et legitimt middel til å opplyse forbrukerne om deres interesse dersom den sammenligner egenskaper som er konkrete, relevante, dokumenterbare og representative, og dersom reklamen ikke er villedende.

(\*) Denne EF-rettsakten, kunngjort i EFT L 290, 23.10.1997, s. 18, er omhandlet i EØS-komiteens beslutning nr. 53/98 av 29. mai 1998 om endring av EØS-avtalens vedlegg XIX (Forbrukervern), se denne utgaven av EØS-tillegget til De Europeiske Fellesskaps Tidende.<sup>(1)</sup> TEF L 40 av 11.2.1989, s. 12.

<sup>(1)</sup> EFT C 180 av 11.7.1991, s. 14, og EFT C 136 av 19.5.1994, s. 4.

<sup>(2)</sup> EFT C 49 av 24.2.1992, s. 35.

<sup>(3)</sup> Europaparlamentsuttalelse av 18. november 1992 (EFT C 337 av 21.12.1992, s. 142), Rådets felles holdning av 19. mars 1996 (EFT C 219 av 27.7.1996, s. 14) og europaparlamentsbeslutning av 23. oktober 1996 (EFT C 347 av 16.11.1996, s. 69). Europaparlamentsbeslutning av 16. september 1997 og rådsbeslutning av 15. september 1997.

<sup>(4)</sup> EFT L 250 av 19.9.1984, s. 17.

<sup>(5)</sup> EFT C 92 av 25.4.1975, s. 1.

<sup>(6)</sup> EFT C 133 av 3.6.1981, s. 1.

- 6) Begrepet sammenlignende reklame bør gis en vid definisjon, slik at det omfatter alle former for sammenlignende reklame. eller tjenester ved å vise til konkurrentens handelsnavn eller det varemerke vedkommende er innehaver av.
- 7) Det bør fastsettes på hvilke vilkår sammenlignende reklame er tillatt hva sammenligningen angår, slik at det kan fastslås hvilke former for sammenlignende reklame som kan føre til konkurransevridning, være til skade for konkurrentene og påvirke forbrukernes valg på en uheldig måte. Slike vilkår for tillatt reklame bør omfatte kriterier som muliggjør en objektiv sammenligning av varers og tjenesters egenskaper.
- 8) Det bør være mulig å sammenligne bare prisen på varer og tjenester dersom denne sammenligningen oppfyller visse vilkår, særlig forutsatt at den ikke er villedende.
- 9) For å forhindre at sammenlignende reklame brukes på en konkurransebegrensende og urimelig måte, bør det være tillatt bare å sammenligne konkurrerende varer og tjenester som dekker de samme behov eller er beregnet på de samme formål.
- 10) De internasjonale opphavsrettskonvensjoner og de nasjonale bestemmelser om erstatningsansvar i og utenfor kontraktsforhold får anvendelse dersom det i sammenlignende reklame vises til eller gjengis resultater fra sammenlignende prøver utført av tredjemann.
- 11) Vilklårene for sammenlignende reklame bør være kumulative og oppfylles i sin helhet. I samsvar med traktaten er det opp til medlemsstatene å bestemme i hvilken form og med hvilke midler disse vilklårene skal gjennomføres, i den grad form og midler ikke allerede er fastlagt i dette direktiv.
- 12) I disse vilklårene bør det særlig tas hensyn til bestemmelsene som følger av rådsforordning (EØF) nr. 2081/92 av 14. juli 1992 om beskyttelse av geografiske betegnelser og opprinnelsesbetegnelser for landbruksvarer og næringsmidler<sup>(1)</sup>, særlig artikkel 13, og til andre fællesskapsbestemmelser fastsatt på landbruksområdet.
- 13) I henhold til artikkel 5 i første rådsdirektiv 89/104/EØF av 21. desember 1988 om tilnærming av medlemsstatenes lovgivning om varemerker<sup>(2)</sup> skal innehaveren av et registrert varemerke ha en enerett som innebærer at vedkommende kan forby tredjemann å ta i bruk i næringsvirksomhet et tegn som er identisk med eller ligner varemerket, for identiske varer eller tjenester, eller eventuelt andre varer.
- 14) For å gjøre sammenlignende reklame effektiv kan det imidlertid være nødvendig å identifisere en konkurrents varer eller tjenester ved å vise til konkurrentens handelsnavn eller det varemerke vedkommende er innehaver av.
- 15) En slik bruk av en annens varemerke, handelsnavn eller andre kjennetegn innebærer ingen krenkelse av vedkommendes enerett dersom vilklårene fastsatt i dette direktiv er oppfylt, og dersom formålet utelukkende er å skjelve og derved framheve forskjellene på en objektiv måte.
- 16) Det bør fastsettes bestemmelser om at sammenlignende reklame som ikke oppfyller vilklårene fastsatt i dette direktiv, kan kontrolleres ved hjelp av den adgang til rettslig og/eller administrativ klage som er nevnt i artikkel 4 og 5 i direktiv 84/450/EØF. I samsvar med 16. betraktning i nevnte direktiv kan frivillig kontroll utøvet av uavhengige organer for å motarbeide villedende reklame forhindre at saker framlegges til administrativ eller rettslig behandling, og bør derfor oppmuntres. Artikkel 6 får på samme måte anvendelse på ulovlig sammenlignende reklame.
- 17) Uavhengige nasjonale organer kan samordne sitt arbeid gjennom sammenslutninger eller organisasjoner etablert på fællesskapsplan og kan bl.a. behandle klager på tvers av landegrensene.
- 18) Artikkel 7 i direktiv 84/450/EØF, der medlemsstatene gis tillatelse å beholde eller vedta bestemmelser med henblikk på å sikre et mer omfattende vern av forbrukere, personer som utøver virksomhet innen handel, industri eller håndverk eller i frie yrker, samt av offentligheten i sin alminnelighet, bør ikke få anvendelse på sammenlignende reklame, ettersom formålet med å endre nevnte direktiv er å fastsette på hvilke vilkår sammenlignende reklame er tillatt.
- 19) En sammenligning som framstiller varer eller tjenester som en etterligning eller kopi av varer eller tjenester med et beskyttet varemerke eller handelsnavn, anses ikke å oppfylle vilklårene for tillatt sammenlignende reklame.
- 20) Dette direktiv berører ikke på noen måte fællesskapsbestemmelser om reklame for bestemte varer og/eller tjenester eller restriksjoner på eller forbud mot reklame i bestemte medier.
- 21) Dersom en medlemsstat i samsvar med traktatens bestemmelser forbyr reklame for visse varer eller tjenester, kan dette forbudet, enten det pålegges direkte eller av et organ eller en organisasjon som i henhold til vedkommende medlemsstats lovgivning har ansvaret for å regulere utøvelsen av virksomhet innen handel, industri eller

(<sup>1</sup>) EFT L 208 av 24.7.1992, s. 1.

(<sup>2</sup>) EFT L 40 av 11.2.1989, s. 1. Direktivet sist endret ved vedtak 92/10/EØF (EFT L 6 av 11.1.1992, s. 35).

håndverk eller i frie yrker, utvides til også å omfatte sammenlignende reklame.

- 22) Medlemsstatene skal ikke være forpliktet til å tillate sammenlignende reklame for varer eller tjenester som de i samsvar med traktatens bestemmelser opprettholder eller innfører forbud mot, herunder forbud mot markedsføringsmetoder eller reklame rettet mot sårbare forbrukergrupper. Medlemsstatene kan i samsvar med traktatens bestemmelser opprettholde eller innføre forbud mot eller begrensninger i bruken av sammenlignende reklame for tjenester i forbindelse med frie yrker, enten forbudene pålegges direkte eller av et organ eller en organisasjon som i henhold til vedkommende medlemsstats lovgivning har ansvaret for å regulere utøvelsen av et fritt yrke.
- 23) Regulering av sammenlignende reklame på vilkårene fastsatt i dette direktiv er nødvendig for at det indre marked skal kunne virke tilfredsstillende, og det er derfor påkrevd med tiltak på fællesskapsplan. Vedtakelse av et direktiv er den mest hensiktsmessige framgangsmåten, ettersom det fastsetter ensartede generelle prinsipper, men overlater til medlemsstatene å velge den best egnede form og metode for å nå disse mål. Dette er i samsvar med nærhetsprinsippet -

#### VEDTATT DETTE DIREKTIV:

##### Artikkel 1

I direktiv 84/450/EØF gjøres følgende endringer:

- 1) Tittelen skal lyde:

«Rådsdirektiv av 10. september 1984 om villedende og sammenlignende reklame».

- 2) Artikkel 1 skal lyde:

##### «Artikkel 1

Formålet med dette direktiv er å verne forbrukere og personer som utøver virksomhet innen handel, industri eller håndverk eller i et fritt yrke, samt offentligheten i sin alminnelighet, mot villedende reklame og de urimelige følger av slik reklame, og å fastsette på hvilke vilkår sammenlignende reklame er tillatt.»

- 3) I artikkel 2 skal nytt nr. 2a lyde:

«2a. sammenlignende reklame, enhver reklame som direkte eller indirekte viser til en konkurrent eller til varer eller tjenester som tilbys av en konkurrent.»

- 4) Ny artikkel 3a skal lyde:

##### «Artikkel 3a

1. Sammenlignende reklame skal hva sammenligningen angår, være tillatt dersom følgende vilkår er oppfylt:
- reklamen er ikke villedende i henhold til artikkel 2 nr. 2, artikkel 3 og artikkel 7 nr. 1,
  - den sammenligner varer eller tjenester som dekker samme behov eller er beregnet på samme formål,
  - den sammenligner objektivt én eller flere egenskaper ved disse varene og tjenestene som er konkrete, relevante, dokumenterbare og representative, herunder prisen,
  - den forårsaker ikke forveksling på markedet mellom annonsøren og en konkurrent eller mellom annonsørens og en konkurrents varemerker, handelsnavn, andre kjennetegn, varer eller tjenester,
  - den bringer ikke i vanry eller taler nedsettende om en konkurrents varemerker, handelsnavn, andre kjennetegn, varer, tjenester, virksomhet eller situasjon,
  - for varer med opprinnelsesbetegnelse gjelder den i hvert enkelt tilfelle varer med samme betegnelse,
  - den drar ikke urimelig fordel av den anseelse som er knyttet til en konkurrents varemerker, handelsnavn eller andre kjennetegn, eller av konkurrerende varers opprinnelsesbetegnelse,
  - den framstiller ikke varer eller tjenester som en etterligning eller kopi av varer eller tjenester med et beskyttet varemerke eller handelsnavn.

2. I enhver sammenlignende reklame som omhandler et særskilt tilbud, skal det klart og entydig angis når tilbudet slutter å gjelde, eller eventuelt at det særskilte tilbudet bare gjelder så langt beholdningen av de aktuelle varer eller tjenester rekker, og dersom det særskilte tilbudet ennå ikke har begynt å gjelde, den dato da perioden for den særskilte prisen eller andre særskilte vilkår begynner.»

- 5) I artikkel 4 nr. 1 skal første og annet ledd lyde:

«1. Medlemsstatene skal, til gagn for forbrukerne så vel som for konkurrenter og offentligheten i sin alminnelighet, påse at det finnes effektive og tilstrekkelige midler som sikrer at villedende reklame kan bekjempes og bestemmelsene om sammenlignende reklame overholdes.

Slike midler skal omfatte rettslige bestemmelser der det er fastsatt at personer eller organisasjoner som i henhold til nasjonal lovgivning har rettslig interesse i å forby villedende reklame eller regulere sammenlignende reklame, kan:

- a) ta rettslige skritt mot slik reklame, og/eller
- b) framlegge slik reklame for en forvaltningsmyndighet som har myndighet til å treffe avgjørelse med hensyn til klager eller til å innlede rettsforfølgning.»

6) I artikkel 4 nr. 2 gjøres følgende endringer:

- a) I første ledd erstattes strekpunktene med følgende strekpunkter:

«— å påby opphør av villedende reklame eller ulovlig sammenlignende reklame eller å innlede rettsforfølgning for å få påbudt opphør av slik reklame, eller

— dersom den villedende reklamen eller ulovlige sammenlignende reklamen ennå ikke er nådd ut til offentligheten, men dette er umiddelbart forstående, å forby offentliggjøring eller å innlede rettsforfølgning med sikte på å forby reklamen.»

- b) I tredje ledd skal de innledende ordene lyde:

«Medlemsstatene kan dessuten, med sikte på å hindre ettervirkninger av en villedende reklame eller ulovlig sammenlignende reklame som er påbudt opphørt ved en endelig avgjørelse, gi domstolene eller forvaltningsmyndighetene myndighet til:»

7) Artikkel 5 skal lyde:

*«Artikkel 5*

Dette direktiv utelukker ikke at uavhengige organer fører frivillig kontroll, som medlemsstatene kan oppmuntre til, med villedende eller sammenlignende reklame, og at personer og organisasjoner nevnt i artikkel 4 kan klage til slike organer, forutsatt at klagebehandlingen ved disse organene kommer i tillegg til den rettslige eller administrative behandling som er nevnt i samme artikkel.»

8) I artikkel 6 skal bokstav a) lyde:

- «a) å kreve at annonsøren framlegger bevis for at de faktiske opplysninger som reklamen inneholder, er riktige, dersom et slikt krav, på bakgrunn av den rettslige interesse annonsøren eller en annen part har i saken, synes hensiktsmessig ut fra forholdene i det aktuelle tilfellet, og, for sammenlignende reklame, å kreve at annonsøren framlegger slike bevis innen kort tid, og»

9) Artikkel 7 skal lyde:

*«Artikkel 7*

1. Dette direktiv skal ikke hindre medlemsstatene i å beholde eller vedta bestemmelser om villedende reklame med henblikk på å sikre et mer omfattende vern av forbrukere, personer som utøver virksomhet innen handel, industri eller håndverk eller i frie yrker, samt av offentligheten i sin alminnelighet.

2. Nr. 1 får ikke anvendelse på sammenlignende reklame hva sammenligningen angår.

3. Bestemmelsene i dette direktiv får anvendelse med forbehold for fællesskapsbestemmelser om reklame for bestemte varer og/eller tjenester eller restriksjoner på eller forbud mot reklame i visse medier.

4. Bestemmelsene om sammenlignende reklame i dette direktiv skal ikke forplikte medlemsstater som i samsvar med traktatens bestemmelser opprettholder eller innfører forbud mot reklame for visse varer eller tjenester, enten forbudene pålegges direkte eller av et organ eller en organisasjon som i henhold til vedkommende medlemsstats lovgivning har ansvaret for å regulere utøvelsen av virksomhet innen handel, industri eller håndverk eller i frie yrker. Dersom slike forbud er begrenset til visse medier, får direktivet anvendelse på de medier som ikke er omfattet av forbudene.

5. Ingen bestemmelser i dette direktiv skal være til hinder for at medlemsstatene i samsvar med traktatens bestemmelser opprettholder eller innfører forbud mot eller restriksjoner på bruken av sammenlignende reklame for tjenester i forbindelse med frie yrker, enten forbudene eller restriksjonene pålegges direkte eller av et organ eller en organisasjon som i henhold til vedkommende medlemsstats lovgivning har ansvaret for å regulere utøvelsen av et fritt yrke.

**Artikkel 2****Klageordninger**

Kommisjonen skal undersøke muligheten for å innføre effektive tiltak for å behandle klager på tvers av landegrensene i forbindelse med sammenlignende reklame. Innen to år etter ikrafttredelsen av dette direktiv skal Kommisjonen framlegge for Europaparlamentet og Rådet en rapport om resultatene av undersøkelsen og eventuelt vedlegge forslag.

**Artikkel 3**

1. Medlemsstatene skal sette i kraft de lover og forskrifter som er nødvendige for å etterkomme dette direktiv, innen 30

måneder etter at det er kunngjort i *De Europeiske Fellesskaps Tidende*. De skal umiddelbart underrette Kommisjonen om dette.

2. Disse bestemmelsene skal, når de vedtas av medlemsstatene, inneholde en henvisning til dette direktiv, eller det skal vises til direktivet når de kunngjøres. Nærmere regler for henvisningen fastsettes av medlemsstatene.

3. Medlemsstatene skal oversende Kommisjonen teksten til de viktigste internrettslige bestemmelser som de vedtar på det området dette direktiv omhandler.

**Artikkel 4**

Dette direktiv er rettet til medlemsstatene.

Utferdiget i Brussel, 6. oktober 1997.

For Europaparlamentet

**J. M. GIL-ROBLES**

President

For Rådet

**J. POOS**

Formann