DOMSTOLENS DOM
av den 18 maj 1993*

I mål C-126/91

har Bundesgerichtshof till domstolen gett in en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 177 i EEG-fördraget i det mål som pågår vid den nationella domstolen mellan

Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e. V.

och

Yves Rocher GmbH.

Begäran avser tolkningen av artiklarna 30 och 36 i EEG-fördraget.

DOMSTOLEN

sammansatt av ordföranden O. Due, avdelningsordförandena C. N. Kakouris, M. Zuleeg och J. L. Murray samt domarna G. F. Mancini, J. C. Moitinho de Almeida, F. Grévisse, M. Díez de Velasco och P. J. G. Kapteyn,

generaladvokat: M. Darmon,
justitiesekreterare: D. Triantafyllou, byrådirektör,

som beaktat de skriftliga yttrandena från

— Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft, genom advokaten Dr. Rudolf Friedrich, Karlsruhe,

* Rättegångsspråk: tyska.

— Yves Rocher GmbH, genom advokaten Dr. Dirk Schroeder, Köln och advokaterna Robert Colin och Marie-Laure Coignard, Paris,

— Förbundsrepubliken Tysklands regering, genom Dr. Joachim Karl, Regierungsdirektor, förbundsekonomiministeriet och Alexander von Mühlendahl, Ministerialrat, förbundsjustitieministeriet, båda i egenskap av ombud,

— Frankrikes regering, genom Edwige Belliard, directeur adjoint, utrikesministeriets rättsavdelning, i egenskap av ombud, och Jean-Louis Falconi, departementssekreterare för utrikesfrågor inom samma avdelning, i egenskap av ställföreträdande ombud,

— Europeiska gemenskapernas kommission, genom Rafael Pellicer, rättstjänsten, biträdd av Roberto Hayder, nationell tjänsteman med förordnande vid rättstjänsten, båda i egenskap av ombud,

som beaktat förhandlingsrapporten,

som hört de muntliga yttrandena från Yves Rocher GmbH, den tyska regeringen och Europeiska gemenskapernas kommission, avgivna vid sammanträde den 2 juni 1992, och

som hört generaladvokatens förslag till avgörande, framlagt vid sammanträde den 15 september 1992,

meddelar följande

dom

1 Genom beslut av den 11 april 1991, som inkom till domstolen den 30 april 1991, har Bundesgerichtshof ställt en fråga enligt artikel 177 i EEG-fördraget om tolkningen av artiklarna 30 och 36 i fördraget för att kunna avgöra huruvida nationella regler om kommersiell reklam är förenliga med dessa bestämmelser.

2 Denna fråga har uppkommit inom ramen för en tvist mellan den ideella föreningen Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft, med säte i München (nedan kallad "Schutzverband"), och Yves Rocher GmbH (nedan kallat "Yves Rocher"), ett dotterbolag till det franska bolaget Laboratoires

de biologie végétale Yves Rocher, angående reklam från Yves Rocher som innehöll jämförelser mellan gamla och nya priser på bolagets produkter.

3 Fram till år 1986 var reklam baserad på jämförelser mellan ett och samma företags priser tillåten såvida den inte var illojal eller ägnad att vilseleda konsumenten. Efter påtryckningar från vissa kretsar inom detaljhandeln införde den tyska lagstiftaren, genom "Gesetz zur Änderung wirtschafts-, verbraucher-, arbeits- und sozialrechtlicher Vorschriften" (lag om ändring av vissa handels-, konsument-, arbets- och socialrättsliga bestämmelser) av den 25 juli 1986, i § 6e i "Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb" (lag om förbud mot illojal konkurrens, nedan kallad "UWG") av den 7 juni 1909 ett förbud mot reklam med jämförelser av individuella priser. Syftet med detta förbud är att skydda konsumenter och konkurrenter mot reklam med prisjämförelser.

4 Förbudet i § 6e UWG är emellertid inte absolut. Undantag görs såväl för prisjämförelser vilka inte är "iögonfallande" (blickfangmäßig) (§ 6e andra stycket första punkten UWG) som för reklam i kataloger (§ 6e andra stycket andra punkten UWG).

5 Yves Rocher säljer i Förbundsrepubliken Tyskland kosmetiska produkter per postorder. Varorna levereras av moderbolaget och framställs huvudsakligen i Frankrike. Reklamen för dessa produkter, som utformas av moderbolaget på ett enhetligt sätt för de olika berörda medlemsstaterna, sker i kataloger och försäljningsbroschyrer. Som ett led i sin försäljningsverksamhet skickade Yves Rocher ut en broschyr, vari bolaget under rubriken "Spara upp till 50 % eller mera på 99 av Dina favoriter bland Yves Rochers produkter" – vid sidan av det överstrukna gamla priset – angav det nya lägre priset i röd fetstil.

6 Schutzverband ansåg att denna form av reklam stred mot § 6e andra stycket första punkten UWG och väckte talan mot Yves Rocher vid Landgericht München I. Denna domstol ålade Yves Rocher att upphöra med ifrågavarande form av reklam eftersom den nämnda bestämmelsen, enligt dess uppfattning, förbjuder reklam med jämförelser av gamla och nya priser i den mån den är "iögonfallande".

7 Yves Rocher överklagade till Oberlandesgericht München, som upphävde domen från Landgericht med hänvisning till § 6e andra stycket andra punkten UWG. Schutzverband överklagade till Bundesgerichtshof, som ansåg att nämnda bestämmelse inte var tillämplig. Däremot var Bundesgerichtshof av den uppfattningen att tillämpningen av § 6e första stycket UWG väckte en fråga om gemenskapsrättens tolkning och beslutade därför att vilandeförklara målet till dess domstolen hade meddelat förhandsavgörande angående följande fråga:

"Skall artikel 30 i EEG-fördraget skall tolkas så, att den hindrar tillämpningen i enlighet med lagstiftningen i medlemsstat A av en bestämmelse som förbjuder ett i denna stat etablerat företag – vilket genom kataloger eller försäljningsbroschyrer per postorder säljer varor importerade från medlemsstat B – att använda prisrelaterade annonser i vilka det nya priset framhävs på ett iögonfallande sätt, samtidigt som det hänvisas till ett högre pris som har förekommit i tidigare kataloger eller försäljningsbroschyrer?"

8 För en utförligare redogörelse för omständigheterna och den rättsliga bakgrunden i tvisten vid den nationella domstolen, rättegångens förlopp samt de till domstolen ingivna yttrandena hänvisas till förhandlingsrapporten. Handlingarna i målet i dessa delar återges i det följande endast i den mån domstolens argumentation kräver det.

9 Enligt artikel 30 i EEG-fördraget är kvantitativa importrestriktioner och åtgärder med motsvarande verkan förbjudna mellan medlemsstaterna. Enligt fast rättspraxis skall alla av medlemsstater antagna handelsregler som kan utgöra ett hinder, direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt, för handeln inom gemenskapen anses som åtgärder med motsvarande verkan som kvantitativa restriktioner (dom av den 11 juli 1974 i mål 8/74 Dassonville, Rec. 1974, s. 837, punkt 5).

10 Domstolen har även slagit fast att en nationell lagstiftning som begränsar eller förbjuder vissa former av reklam eller vissa säljfrämjande metoder, även om den inte direkt berör import, kan begränsa importvolymen eftersom den påverkar avsättningsmöjligheterna för importerade varor. Den omständigheten att en näringsidkare tvingas att antingen anta olika system för reklam eller säljfrämjande åtgärder beroende på vilken medlemsstat det handlar om eller att överge ett system som han anser vara särskilt effektivt kan utgöra ett importhinder även om den ifrågavarande lagstiftningen är tillämplig på inhemska och importerade varor utan åtskillnad (se dom av den 15 december 1982 i mål 286/81 Oosthoek's Uitgeversmaatschappij,

Rec. 1982, s. 4575, punkt 15; dom av den 16 maj 1989 i mål 382/87 Buet, Rec. 1989, s. 1235, punkt 7; dom av den 7 mars 1990 i mål C-362/88 GB-INNO-BM, Rec. 1990, s. I-667, punkt 7 samt dom av den 25 juli 1991 i förenade målen C-1/90 och C-176/90 Aragonesa de Publicidad Exterior och Publivia, Rec. 1991, s. I-4151, punkt 10).

11 Ett förbud av det slag som är omtvistat i målet vid den nationella domstolen kan således leda till en begränsning av varuimporten från en medlemsstat till en annan och utgör därför såtillvida en åtgärd med motsvarande verkan i enlighet med innebörden i artikel 30 i fördraget.

12 Det bör dock erinras om domstolens fasta rättspraxis, enligt vilken det i avsaknad av gemensamma regler rörande försäljning är nödvändigt att godta hinder för den fria rörligheten för varor inom gemenskapen vilka uppstår på grund av skillnader i medlemsstaternas lagstiftning i den mån nationella regler tillämpas utan åtskillnad mellan inhemska och importerade varor och kan anses nödvändiga för att tillgodose tvingande hänsyn, bl.a. i fråga om konsumentskydd eller god handelssed (se särskilt den ovannämnda domen i GB-INNO-BM-målet, punkt 10). Domstolen har dock flera gånger slagit fast (se särskilt den ovannämnda domen i Buet-målet, punkt 11) att det måste föreligga ett rimligt förhållande mellan de ifrågavarande reglerna och det eftersträvade målet.

13 Det är ostridigt att ett förbud av det slag som är omtvistat i målet vid den nationella domstolen gäller såväl inhemska som importerade varor.

14 Den tyska regeringen har anfört att förbudet i § 6e UWG syftar till att skydda konsumenterna mot den särskilda dragningskraften hos prisjämförelser i reklamen, vilka ofta kan vara vilseledande. För det första är det mycket lätt att vilseleda konsumenten eftersom denne i allmänhet inte har möjlighet att kontrollera jämförelsen mellan de gamla och de nya priserna. För det andra kan reklam med prisjämförelser ge intryck av en totalt sett förmånlig prisnivå utan att detta är förhållandet för hela varusortimentet.

15 Eftersom skyddet för konsumenterna mot vilseledande reklam är ett ur gemenskapsrättslig synpunkt legitimt mål skall domstolen, enligt fast rättspraxis, undersöka om de nationella bestämmelserna är ägnade att uppnå det avsedda syftet och inte går utöver vad som är nödvändigt med hänsyn till detta.

16 För det första skall det anmärkas att ett förbud av det slag som är omtvistat i målet vid den nationella domstolen, gäller i den mån prisjämförelserna – oavsett om de är korrekta eller inte – drar till sig uppmärksamheten. Förbudet gäller alltså inte prisjämförelser som inte är iögonfallande. I det föreliggande målet är reklamen inte förbjuden på grund av att den påstås vara oriktig utan därför att den är iögonfallande. Härav följer att all iögonfallande reklam med prisjämförelser är förbjuden, oavsett om den är riktig eller oriktig.

17 Därtill kommer att det omtvistade förbudet går utöver vad som krävs för att uppnå det eftersträvade syftet eftersom det omfattar reklam som inte på något sätt är vilseledande och som innehåller jämförelser av faktiskt tillämpade priser. Sådana jämförelser kan vara till stor nytta därigenom att de tillåter konsumenten att göra sitt val med full kännedom om de faktiska förhållandena.

18 Dessutom visar en komparativ undersökning av medlemsstaternas lagstiftningar att konsumentupplysning och konsumentskydd kan säkerställas genom åtgärder som har mindre begränsande effekter för handeln inom gemenskapen än de åtgärder som är föremål för tvisten vid den nationella domstolen (se punkt 52 i generaladvokatens förslag till avgörande).

19 Härav följer att ett förbud av det slag som är omtvistat i målet vid den nationella domstolen inte står i rimligt förhållande till det eftersträvade syftet.

20 Den tyska regeringen har vidare gjort gällande att det omtvistade förbudet inte kan vara oförenligt med artikel 30 i EEG-fördraget eftersom det endast utgör ett ringa hinder för den fria rörligheten för varor.

21 I detta sammanhang skall det fastslås att artikel 30 i EEG-fördraget, utom när det gäller regler som har en rent hypotetisk effekt på handeln inom gemenskapen, inte gör någon åtskillnad, med utgångspunkt från graden av påverkan på handeln inom gemenskapen, mellan vilka åtgärder som skall betraktas som åtgärder med motsvarande verkan som en kvantitativ restriktion.

22 Vad beträffar skyddet för god handelssed och därmed för konkurrensen, skall det fastslås att korrekta prisjämförelser, som enligt regler som de omtvistade är förbjudna, inte på något sätt kan snedvrida konkurrensvillkoren. Däremot kan regler som förbjuder sådana jämförelser begränsa konkurrensen.

23 Med beaktande av vad som sagts ovan skall frågan från den nationella domstolen besvaras på följande sätt. Artikel 30 i EEG-fördraget skall tolkas så, att den hindrar tillämpningen i enlighet med lagstiftningen i medlemsstat A av en bestämmelse som förbjuder ett i denna stat etablerat företag – vilket genom kataloger eller försäljningsbroschyrer per postorder säljer varor importerade från medlemsstat B – att använda prisrelaterade annonser i vilka det nya priset framhävs på ett iögonfallande sätt, samtidigt som det hänvisas till ett högre pris som har förekommit i tidigare kataloger eller försäljningsbroschyrer.

Rättegångskostnader

24 De kostnader som har förorsakats Förbundsrepubliken Tysklands och Frankrikes regeringar samt Europeiska gemenskapernas kommission, som har inkommit med yttranden till domstolen, är inte ersättningsgilla. Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i målet vid den nationella domstolen utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den domstolen att besluta om rättegångskostnaderna.

På dessa grunder beslutar

DOMSTOLEN

– angående den fråga som genom beslut av den 11 april 1991 förts vidare av Bundesgerichtshof – följande dom:

Artikel 30 i EEG-fördraget skall tolkas så, att den hindrar tillämpningen i enlighet med lagstiftningen i medlemsstat A av en bestämmelse som förbjuder ett i denna stat etablerat företag – vilket genom kataloger eller försäljningsbroschyrer per postorder säljer varor importerade från medlemsstat B – att använda prisrelaterade annonser i vilka det nya priset framhävs på ett iögonfallande sätt, samtidigt som det hänvisas till ett högre pris som har förekommit i tidigare kataloger eller försäljningsbroschyrer.

Due Kakouris Zuleeg Murray

Mancini Moitinho de Almeida Grévisse Díez de Velasco Kapteyn

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 18 maj 1993.

J.-G. Giraud
Justitiesekreterare

O. Due
Ordförande