II

(Forberedende retsakter)

KOMMISSIONEN

Ændret forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om sammenlignende reklame samt ændring af direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame (1)

(94/C 136/04)

(Tekst af betydning for EØS)

KOM(94) 151 endelig udg. — COD 343

(Forelagt af Kommissionen i henhold til EF-traktatens artikel 189 A, stk. 2, den 21. april 1994)

(1) EFT nr. C 180 af 11. 7. 1991, s. 14.

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
RÅDET FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —	EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR —
under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Økonomiske Fællesskab, særlig artikel 100 A,	under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab, særlig artikel 100 A,
under henvisning til forslag fra Kommissionen,	under henvisning til forslag fra Kommissionen,
	i overensstemmelse med den procedure, der er fastlagt i artikel 189 B i traktaten,
i samarbejde med Europa-Parlamentet,	
under henvisning til udtalelse fra Det Økonomiske og Sociale Udvalg, og	under henvisning til udtalelse fra Det Økonomiske og Sociale Udvalg, og
ud fra følgende betragtninger:	ud fra følgende betragtninger:
Et af Fællesskabets vigtigste mål er at oprette det indre marked senest den 31. december 1992; der bør træffes de nødvendige foranstaltninger, for at oprettelsen heraf kan ske gradvis; det indre marked indebærer et område uden indre grænser med fri bevægelighed for varer, personer, tjenesteydelser og kapital;	(1) Et af Fællesskabets vigtigste mål er at oprette det indre marked; der bør træffes de nødvendige foranstaltninger, for at oprettelsen heraf kan ske gradvis; det indre marked indebærer et område uden indre grænser med fri bevægelighed for varer, personer, tjenesteydelser og kapital;
reklame er et yderst vigtigt middel, når det drejer sig om at skabe afsætningsmuligheder for varer og tjenesteydelser over hele Fællesskabet; bestemmelserne for reklamens form og indhold bør imidlertid være ens; dette er endnu ikke tilfældet for sammenlignende reklames vedkommende;	(2) Uændret

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
det indre marked vil betyde et stadig større og stadig mere forskelligartet udbud; da forbrugerne skal kunne drage den størst mulige fordel af det indre marked, må sammenlignende reklame tillades i alle medlemsstaterne, da den bidrager til at klarlægge forskellige fortrin hos produkter inden for samme produktområde; desuden kan sammenlignende reklame i forbrugernes interesse stimulere konkurrencen mellem vare- og tjenesteydelsesleverandørerne;	(3) det indre marked vil betyde et stadig større og stadig mere forskelligartet udbud; da forbrugerne skal kunne drage den størst mulige fordel af det indre marked, må sammenlignende reklame under visse meget strenge betingelser tillades i alle medlemsstaterne, da den bidrager til at klarlægge forskellige fortrin hos produkter inden for samme produktområde; under disse betingelser kan sammenlignende reklame i forbrugernes interesse stimulere konkurrencen mellem vare- og tjenesteydelsesleverandørerne;
medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om sammenlignende reklame er meget forskellige; reklame når ud over den enkelte medlemsstats grænser og trænger ind på andres territorium; tilladelse til eller forbud mod sammenlignende reklame efter forskellige nationale lovgivninger kan derfor skabe hindringer for varers og tjenesteydelsers frie bevægelighed og fordreje konkurrencen;	(4) medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om sammenlignende reklame er meget forskellige; reklame når ud over den enkelte medlemsstats grænser og trænger ind på andres territorium; tilladelse til eller forbud mod sammenlignende reklame efter forskellige nationale lovgivninger kan derfor skabe hindringer for varers og tjenesteydelsers frie bevægelighed og fordreje konkurrencen; virksomheder kan udsættes for reklameformer, der er udviklet af konkurrenterne, og som de ikke kan give igen på med de samme våben; friheden til at levere tjenesteydelser inden for sammenlignende reklame bør sikres; Unionen må udbedre en sådan situation;
ifølge sjette betragtning i Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om vildledende reklame (1) skal der, efter harmonisering af de nationale bestemmelser om vildledende reklame, »i en senere fase tages stilling til illoyal reklame og, om nødvendigt, sammenlignende reklame, på grundlag af passende forslag fra Kommissionen«.	(5) Uændret
ifølge punkt 3, litra d), i bilaget til Rådets resolution af 14. april 1975 om Det Europæiske Økonomiske Fællesskabs første program for en politik vedrørende forbrugerbeskyttelse og forbrugeroplysning (2) er retten til oplysning en grundlæggende forbrugerrettighed; denne rettighed bekræftes i Rådets resolution af 19. maj 1981 om Det Europæiske Økonomiske Fællesskabs andet program for forbrugerbeskyttelse og forbrugeroplysning (3), hvis bilag i punkt 40 beskæftiger sig specielt med forbrugeroplysning; sammenlignende reklame er, når sammenligningen gælder konkrete detaljer, der kan dokumenteres, og den hverken er vildledende eller illoyal, et lovligt middel til oplysning af forbrugerne i deres egen interesse;	(6) ifølge punkt 3, litra d), i bilaget til Rådets resolution af 14. april 1975 om Det Europæiske Økonomiske Fællesskabs første program for en politik vedrørende forbrugerbeskyttelse og forbrugeroplysning (2) er retten til oplysning en grundlæggende forbrugerrettighed; denne rettighed bekræftes i Rådets resolution af 19. maj 1981 om Det Europæiske Økonomiske Fællesskabs andet program for forbrugerbeskyttelse og forbrugeroplysning (3), hvis bilag i punkt 40 beskæftiger sig specielt med forbrugeroplysning; sammenlignende reklame kan, når sammenligningen gælder konkrete detaljer, der til enhver tid kan dokumenteres, og den hverken er vildledende eller illoyal, være et lovligt middel til oplysning af forbrugerne i deres egen interesse;
(1) EFT nr. L 250 af 19. 9. 1984, s. 17.	(1) EFT nr. L 250 af 19. 9. 1984, s. 17
(2) EFT nr. C 92 af 25. 4. 1975, s. 1.	(2) EFT nr. C 92 af 25. 4. 1975, s. 1.
(3) EFT nr. C 133 af 3. 6. 1981, s. 1.	(3) EFT nr. C 133 af 3. 6. 1981, s. 1.

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
der bør indføres objektive kriterier for, hvilke former for praksis der i forbindelse med sammenlignende reklame skal anses for illoyale og dermed i stand til at fordreje konkurrencen, skade konkurrenterne og påvirke forbrugernes valg i uheldig retning;	(7) Uændret
for at forhindre, at sammenlignende reklame bruges illoyalt og i strid med god konkurrencepraksis, er det navnlig nødvendigt kun at tillade sammenligninger mellem varer og tjenesteydelser, som er af samme art, men udbydes af konkurrenter;	(8) Uændret
sammenlignende prøver, som er udført af tredjemand, kan være et værdifuldt grundlag for sammenlignende reklame; det kræver imidlertid, at resultaterne af en sådan uafhængig undersøgelse beskyttes utvetydigt mod uautoriseret udnyttelse fra annoncørernes side; i de tilfælde, hvor udnyttelsen sker fuldt lovligt, må annoncørerne selv tage ansvaret for den;	Udgår
ifølge artikel 5 i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker [1] giver et registreret varemærke indehaveren en eneret, som indebærer, at han kan forbyde tredjemand at gøre erhvervsmæssig brug af et identisk eller lignende mærke i forbindelse med identiske produkter eller tjenesteydelser eller i givet fald i forbindelse med produkter af anden art;	(9) Uændret
for at gøre sammenlignende reklame effektiv kan det imidlertid være nødvendigt at omtale en konkurrents produkter eller tjenesteydelser og nævne hans firmanavn eller henvise til et varemærke, som han er indehaver af;	(10) Uændret
en sådan anvendelse af en andens varemærke eller firmanavn er ikke nogen krænkelse af dennes eneret, hvis nærværende direktivs bestemmelser overholdes, og hvis der navnlig ikke gøres forsøg på at drage fordel af et andet varemærkes anseelse, for der er ikke tale om at stjæle dettes renommé, men derimod om at skelne mellem, kort sagt, at sætte forskellene objektivt i relief;	(11) en sådan anvendelse af en andens varemærke eller firmanavn er ikke nogen krænkelse af dennes eneret, hvis blot dette direktivs bestemmelser overholdes, og hvis der ikke drages fordel af et andet varemærkes anseelse, idet det eneste formål er at skelne og således sætte forskellene objektivt i relief;
der må fastsættes en bestemmelse om, at sammenlignende reklame, der ikke opfylder dette direktivs loyalitetskrav, kan kontrolleres ved hjælp af de samme retslige eller administrative muligheder for klageadgang som dem, der foreligger efter artikel 4 og 5 i direktiv 84/450/EØF;	(12) der må fastsættes en bestemmelse om, at sammenlignende reklame, der ikke opfylder dette direktivs loyalitetskrav, kan kontrolleres ved hjælp af de samme retslige eller administrative muligheder for klageadgang som dem, der foreligger efter artikel 4 og 5 i direktiv 84/450/EØF; artikel 6 finder i øvrigt ligeledes anvendelse på sammenlignende reklame;

[1] EFT nr. L 40 af 12. 2. 1989, s. 1.

[1] EFT nr. L 40 af 12. 2. 1989, s. 1.

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
artikel 7 i direktiv 84/450/EØF, hvorefter medlemsstaterne kan videreføre eller indføre en mere vidtgående beskyttelse af forbrugerne, personer, der udøver virksomhed som handlende, håndværkere eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv, samt af offentligheden i almindelighed, bør ikke gælde for sammenlignende reklame, da formålet med det foreliggende ændringsforslag er at give beskyttelsen ens vilkår i samtlige medlemsstater og samtidig sikre en høj beskyttelsesgrad —	(13) Uændret
	(14) det skal understreges, at dette direktiv på ingen måde berører de fællesskabsbestemmelser, som finder anvendelse på reklame for produkter og/eller specifikke tjenesteydelser eller tjenesteydelser, der vedrører reklameindholdet i visse specifikke medier;
	(15) tilladelse til sammenlignende reklame på de betingelser, der er fastsat i dette direktiv, er nødvendig for gennemførelsen af det indre marked, og handling på fællesskabsplan er påkrævet; vedtagelsen af et direktiv er den rette fremgangsmåde, eftersom et sådant fastlægger de generelle retningslinjer men overlader det til medlemsstaterne at bestemme den rette form og metode til at nå de opstillede mål; denne fremgangsmåde er således i overensstemmelse med subsidiaritetsprincippet —
UDSTEDT FØLGENDE DIREKTIV:	UDSTEDT FØLGENDE DIREKTIV:
Artikel 1	*Artikel 1*
I direktiv 84/450/EØF foretages følgende ændringer:	Uændret
1) Titlen affattes således:	
»Rådets direktiv af 10. september 1984 om vildledende reklame og sammenlignende reklame«.	
2) I artikel 2 indsættes som nyt nr. 3 og som nr. 4:	
»3. »Sammenlignende reklame«: reklame, som direkte eller indirekte henviser til en konkurrent eller til varer eller tjenesteydelser, der er af samme art, men udbydes af en konkurrent;	
4. »Person«: enhver fysisk eller juridisk person.«	
3) Som artikel 3a indsættes:	
»*Artikel 3a*	»*Artikel 3a*
1. Sammenlignende reklame er tilladt, når den er objektiv og gælder væsentlige, konkrete og loyalt udvalgte egenskaber, som kan dokumenteres hos de konkurrerende varer eller tjenesteydelser, og den ikke	1. Sammenlignende reklame er kun tilladt, når den er objektiv og gælder væsentlige og konkrete egenskaber, der til enhver tid kan dokumenteres, som er loyalt udvalgt, og som er repræsentative for konkurrerende varer eller tjenesteydelser, og den ikke:
a) er vildledende	a) er vildledende

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
b) er årsag til forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens varemærker, firmanavn, varer eller tjenesteydelser og en konkurrents	b) indebærer risiko for forveksling på markedet mellem annoncøren og en konkurrent eller mellem annoncørens og en konkurrents varemærker, firmanavn, andre karakteristiske kendetegn, varer eller tjenesteydelser
c) bringer en konkurrent eller dennes varemærker, firmanavn, tjenesteydelser eller aktiviteter i miskredit eller udsætter dem for nedvurdering eller ringeagt eller har til hovedformål at drage fordel af et anset varemærke eller firmanavn, som tilhører en konkurrent.	c) bringer en konkurrents varemærker, firmanavn, tjenesteydelser eller aktiviteter i miskredit eller udsætter dem for nedvurdering eller ringeagt eller hovedsageligt drager fordel af et anset varemærke eller firmanavn, som tilhører en konkurrent
	d) berører en konkurrents personlighed eller personlige situation.
2. Omtale eller gengivelse af resultatet af sammenlignende prøver, som udføres af tredjemand, må kun ske i reklamer med udtrykkelig tilladelse fra den, der har foetaget prøven. Annoncøren påtager sig i så fald samme ansvar for prøven, som hvis han selv havde udført den, eller forestået dens udførelse.«	Udgår
	2. Det skal af den sammenlignende reklame fremgå, hvor længe de sammenlignede varers eller tjenesteydelsers karakteristika forbliver gyldige, når disse er genstand for et særtilbud eller et tidsbegrænset tilbud.«
4) Artikel 4, stk. 1, affattes således:	4) Uændret
»1. Medlemsstaterne påser, at der i forbrugernes, konkurrenternes og offentlighedens interesse er tilstrækkelige og effektive muligheder for kontrol med vildledende reklame og sammenlignende reklame.	
Sådanne muligheder skal omfatte retsforskrifter, hvorefter personer eller organisationer, der i henhold til medlemsstaternes lovgivning har legitim interesse i at få vildledende reklame og sammenlignende reklame forbudt, får adgang til:	
a) at indbringe en sag for retten i anledning af sådan reklame og/eller	
b) at indbringe sådan reklame for en administrativ myndighed, som har kompetence til enten at træffe afgørelse om klage eller at indlede passende retsforfølgning.	

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
Den enkelte medlemsstat afgør selv, hvilke af disse muligheder, der skal stå til rådighed, og om domstolene eller de administrative myndigheder skal have beføjelse til forudgående at kunne kræve sagen forelagt en anden klageinstans, herunder en sådan som omhandlet i artikel 5«.	
5) Artikel 4, stk. 2, affattes således:	5) Uændret
»2. Inden for rammerne af de i stk. 1 omhandlede retsforskrifter skal medlemsstaterne tillægge domstolene eller de administrative myndigheder beføjelse til, hvis de finder, at sådanne foranstaltninger er nødvendige under hensyn til alle berørte interesser og navnlig offentlighedens interesse:	
— at påbyde indstilling af vildledende reklame eller sammenlignende reklame eller at indlede passende retsforfølgning for at få påbudt indstilling af sådan reklame	
— dersom den pågældende vildledende reklame eller sammenlignende reklame endnu ikke er nået ud til offentligheden, men offentliggørelsen heraf er umiddelbart forestående, at forbyde denne offentliggørelse eller indlede passende retsforfølgning for at få sådan reklame forbudt	
også selv om der ikke er ført bevis for, at der faktisk er lidt tab eller skade, eller at der er tale om forsæt eller uagtsomhed fra annoncørens side.	
Medlemsstaterne træffer ligeledes bestemmelse om, at de i første afsnit omhandlede foranstaltninger kan træffes som led i en fremskyndet procedure:	
— enten med foreløbig virkning	
— eller med endelig virkning	
idet det tilkommer hver medlemsstat at afgøre, hvilken af disse to muligheder den vil vælge.	
Endvidere kan medlemsstaterne med henblik på at fjerne eftervirkningerne af vildledende reklame eller sammenlignende reklame, der er påbudt indstillet ved en endelig afgørelse, tillægge domstolene eller de administrative myndigheder beføjelse til:	
— at kræve denne afgørelse offentliggjort enten i sin helhed eller i uddrag og i en form, som domstolen eller myndighederne finder passende	
— yderligere at kræve, at der offentliggøres en berigtigelse.«	

OPRINDELIGT FORSLAG	ÆNDRET FORSLAG
6) Artikel 5 affattes således:	6) Uændret
»*Artikel 5*	
Dette direktiv er ikke til hinder for, at frivillig kontrol med vildledende reklame eller sammenlignende reklame kan udøves af uafhængige organer, ligesom en klage kan indbringes for sådanne organer af de i artikel 4 omhandlede personer og organisationer, såfremt der ud over de i nævnte artikel omhandlede rets- eller administrative procedurer er mulighed for at indbringe sagen for sådanne organer.«	
7) Artikel 7 affattes således:	7) Artikel 7 affattes således:
»*Artikel 7*	»*Artikel 7*
1. Dette direktiv er ikke til hinder for, at medlemsstaterne opretholder eller vedtager bestemmelser for vildledende reklame med henblik på at sikre en mere vidtgående beskyttelse af forbrugerne, af personer, der udøver virksomhed som handlende, håndværkere eller industridrivende eller udøver et liberalt erhverv, samt af offentligheden i almindelighed.	1. Uændret
2. Stk. 1 finder ikke anvendelse på sammenlignende reklame.«	2. Uændret
	3. Fællesskabsbestemmelserne om reklame for visse specifikke produkter og/eller tjenesteydelser eller tjenesteydelser, der vedrører reklameindholdet i visse specifikke medier berøres ikke af dette direktiv.«
Artikel 2	*Artikel 2*
Medlemsstaterne sætter de nødvendige love og administrative bestemmelser i kraft for at efterkomme dette direktiv senest den 31. december 1992. De underretter straks Kommissionen herom.	1. Medlemsstaterne sætter de nødvendige love og administrative bestemmelser i kraft for at efterkomme dette direktiv senest den 31. december 1995. De underretter straks Kommissionen herom.
Når medlemsstaterne vedtager disse bestemmelser, henvises der deri til dette direktiv, eller de ledsages ved offentliggørelsen af en sådan henvisning. De nærmere regler for denne henvisning fastsættes af medlemsstaterne.	2. Når medlemsstaterne vedtager disse bestemmelser, henvises der deri til dette direktiv, eller de ledsages ved offentliggørelsen af en sådan henvisning. De nærmere regler for denne henvisning fastsættes af medlemsstaterne.
	3. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen teksten til de vigtigste nationale retsforskrifter, som de udsteder på det område, der er omfattet af dette direktiv.
Artikel 3	*Artikel 3*
Dette direktiv er rettet til medlemsstaterne.	Uændret