



Richtlijn misleidende en vergelijkende reclame (2006/114)

WAT IS HET DOEL VAN DE RICHTLIJN?

De richtlijn heeft ten doel het beschermen van beroepsbeoefenaars tegen misleidende reclame door andere bedrijven (bijv. B2B), die wordt beschouwd als een [oneerlijke handelspraktijk](#). Zij bevat in dat verband tevens de voorwaarden waaronder vergelijkende reclame is toegestaan.

KERNPUNTEN

Misleidende reclame

Er rust een verbod op reclame die personen die erdoor bereikt worden misleidt of kan misleiden. De misleidende aard ervan kan het economische gedrag van consumenten en beroepsbeoefenaars namelijk beïnvloeden of een concurrent schade berokkenen.

Het misleidende karakter van reclame hangt af van diverse factoren:

- de kenmerken van de goederen en diensten (beschikbaarheid, samenstelling of aard, productieprocedé of wijze van verlening, herkomst, enz.), de resultaten die kunnen worden verwacht van het gebruik ervan en de resultaten van uitgevoerde kwaliteitscontroles;
- de prijs of de wijze waarop deze wordt bepaald;
- de voorwaarden voor de levering van de goederen en de verlening van de diensten;
- de hoedanigheid, kwalificaties en rechten van de adverteerder (identiteit en vermogen, bekwaamheden, intellectuele-eigendomsrechten, enz.).

Vergelijkende reclame

In vergelijkende reclame wordt uitdrukkelijk of impliciet verwezen naar een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten.

Vergelijkende reclame is slechts toegestaan wanneer deze niet misleidend is. In dat geval kan dergelijke reclame een legitiem middel zijn om de consumenten over hun voordelen in te lichten. De vergelijkingen moeten met name aan de volgende voorwaarden voldoen:

- zij hebben betrekking op goederen of diensten die in dezelfde behoeften voorzien of voor hetzelfde doel bestemd zijn;
- zij hebben betrekking op producten met eenzelfde oorsprongsbenaming;
- wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van de goederen en diensten, waaronder eventueel de prijs, worden op een objectieve wijze tegen elkaar afgezet;
- zij zijn niet verwarrend voor beroepsbeoefenaars en schaden de goede naam van concurrerende merken of handelsnamen niet. Bovendien worden dergelijke merken en handelsnamen niet geïmiteerd en wordt niet gepoogd er profijt van te trekken.

Rechtsmiddelen

De landen van de Europese Unie (EU) zorgen ervoor dat personen of organisaties die daar een rechtmatig belang bij hebben een gerechtelijke of administratieve procedure tegen misleidende reclame kunnen inleiden.

Zo moeten de rechterlijke of administratieve instanties van de EU-landen bevoegd zijn om:

- te bevelen dat misleidende reclame wordt gestaakt, ook indien er geen bewijs is van daadwerkelijk geleden verlies of schade dan wel bewuste onachtzaamheid; en
- nog niet gepubliceerde ongeoorloofde reclame te verbieden.

VANAF WANNEER IS DE RICHTLIJN VAN TOEPASSING?

De richtlijn is van toepassing sinds 12 december 2007. Deze richtlijn [codificeert](#) en vervangt Richtlijn [84/450/EEG](#), die door EU-landen op 1 oktober 1986 moest zijn omgezet in nationale wetgeving.

ACHTERGROND

Kijk voor meer informatie op:

- [„Misleading advertising”](#) (Misleidende reclame) op de website van de Europese Commissie

BELANGRIJKSTE DOCUMENT

Richtlijn [2006/114/EG](#) van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame (gecodificeerde versie) (PB L 376, 27.12.2006, blz. 21–27).

Deze pagina wordt beheerd door de Europese Commissie. De informatie op deze pagina geeft niet noodzakelijk het officiële standpunt van de Europese Commissie weer. De Commissie aanvaardt geen enkele verantwoordelijkheid of aansprakelijkheid voor informatie of gegevens waarnaar in dit document wordt verwezen. Gelieve de juridische mededeling te raadplegen voor de auteursrechtelijke regeling voor Europese pagina's.

Laatste update: 08/08/2018