

In naam des Konings

vonnis



RECHTBANK AMSTERDAM

Afdeling privaatrecht, voorzieningenrechter civiel

zaaknummer / rolnummer: C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV

Vonnis in kort geding van 29 april 2015

in de zaak van

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid
PHILIPS CONSUMER LIFESTYLE B.V.,
gevestigd te Eindhoven,
eiseres bij dagvaarding van 24 maart 2015,
advocaten mrs. E.J. Morée en S.L.H. Bergsma te Amsterdam,

tegen

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid
GROUPE SEB NEDERLAND B.V.,
gevestigd te Veenendaal,
2. de vennootschap naar buitenlands recht
SEB DEVELOPPEMENT S.A.S.,
gevestigd te Ecully Cedex (Frankrijk),
gedaagden,
advocaten mrs. O.G. Trojan en M. van der Veen te Den Haag.

Eisers zal hierna Philips worden genoemd. Gedaagden zullen hierna in enkelvoud ook SEB worden genoemd. Afzonderlijk zullen zij ook SEB NL en SEB Développement worden genoemd.

1. De procedure

Ter terechtzitting van 15 april 2015 heeft Philips gesteld en gevorderd overeenkomstig de in fotokopie aan dit vonnis gehechte dagvaarding. SEB heeft verweer gevoerd met conclusie tot weigering van de gevraagde voorzieningen. Beide partijen hebben producties en een pleitnota in het geding gebracht.

Ter zitting waren aanwezig:

aan de zijde van Philips: D. Mühlestein Christiansen en D. Janson met mrs. Morée en Bergsma;

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

2

aan de zijde van SEB: G. de Sars met mrs. Trojan en Van der Veen.
Tevens waren een tolk Engels en een tolk Frans aanwezig.
Na verder debat hebben partijen verzocht vonnis te wijzen.

2. De feiten

2.1. Philips houdt zich onder meer bezig met de vervaardiging van huishoudelijke apparatuur voor consumenten, waaronder stoomstrijkijzers en stoomgeneratoren. SEB is een concurrent van Philips. Ook SEB brengt stoomstrijkijzers en stoomgeneratoren op de markt. Zij hanteert in Nederland vooral de merknaam Tefal, in Frankrijk en België vooral de merknaam Calor en elders ter wereld de merknamen T-Fal, Rowenta, Moulinex, Arno, Samurai en Maharaja. SEB is houdster van de website www.tefal.nl.

2.2. In de door Philips uitgebrachte dagvaarding is opgenomen dat SEB in haar (reclame)uitingen gebruik maakt van de volgende claims:

1. *“het snelste & meest efficiënte strijken”*
 2. *“Tefal world no. 1 in steam generators/stations”* en *“Tefal – De nr.1 in stoomgeneratoren in Europa”*
 3. *“Tefal world no. 1 in ironing”*
- (hierna ook claim 1, claim 2 en claim 3 genoemd).

2.3. Op 11 april 2014 heeft Philips bij de Reclame Code Commissie (RCC) bezwaar gemaakt tegen een drietal reclame-uitingen van SEB, waarvan er twee (min of meer) identiek zijn aan claim 1 en 2. Bij beslissing van 5 juni 2014 heeft de RCC geoordeeld dat de door Philips gewraakte claims in strijd zijn met artikel 13 aanhef en onder a van de Nederlandse Reclame Code (NRC) en heeft zij SEB aanbevolen om niet meer op een dergelijke wijze reclame te maken. Deze beslissing is op 21 oktober 2014 bevestigd door het College van Beroep van de RCC.

2.4. Blijkens productie 9 van Philips is SEB op de website van de RCC opgenomen op de lijst *“Non-compliant”*. Op die lijst zijn adverteerders opgenomen die kenbaar hebben gemaakt geen gevolg te geven aan een uitspraak van de RCC of van het College van Beroep van de RCC.

3. Het geschil

3.1. Philips vordert – kort gezegd – het volgende:

- (a) SEB NL en SEB Développement te verbieden om in reclamemateriaal op verpakkingsmateriaal of op welke wijze dan ook claim 1, 2 en 3 of variaties daarop te gebruiken voor stoomgeneratoren en stoomstrijkijzers;
- (b) SEB NL te gebieden al haar afnemers op de Nederlandse markt schriftelijk te informeren over haar onrechtmatig handelen jegens Philips, daarbij alle

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

3

reclamemateriaal en verpakkingsmateriaal waarop de claims zijn opgenomen terug te roepen en met dit doel een bericht te sturen waarvan de tekst is opgenomen in het petitum van de dagvaarding;

(c) SEB NL te gebieden erop toe te zien en ervoor zorg te dragen dat vanaf 20 werkdagen na betekening van dit vonnis geen producten, reclamemateriaal of verpakkingsmateriaal op de Nederlandse markt wordt aangeboden waarop de claims 1, 2 en 3 zijn opgenomen;

(d) SEB NL en SEB Développement te gebieden op de homepage van www.tefal.nl gedurende tenminste 40 dagen een rectificatie te plaatsen waarvan de tekst is opgenomen in het petitum van de dagvaarding;

(e) een en ander op straffe van dwangsommen;

(f) en met hoofdelijke veroordeling van SEB NL en SEB Développement in de kosten van dit geding, te vermeerderen met de wettelijke rente.

3.2. Philips stelt hiertoe – samengevat weergegeven – het volgende.

Gebruikmaking van de claims door SEB levert ongeoorloofde vergelijkende reclame op in de zin van de artikelen 6:194 en 194a BW. In kort geding ligt het ingevolge artikel 6:195 BW op de weg van SEB om haar claims aannemelijk te maken. Hierin is SEB volgens Philips niet geslaagd. Ter onderbouwing van haar standpunt verwijst Philips naar de uitspraken van de RCC en het College van Beroep van de RCC (zie 2.3 van dit vonnis). Partijen hebben tevens in Duitsland geprocedeerd (voor het Landgericht van Frankfurt am Main). Ook dit gerecht heeft geoordeeld dat claim 1 en 2 onjuist en onrechtmatig zijn en heeft SEB Duitsland het gebruik hiervan verboden. Over de verschillende claims van SEB voert Philips het volgende aan.

Claim 1 – het snelste en meest efficiënte strijken

SEB gebruikt claim 1 voor haar stoomgeneratoren. SEB baseert deze claim op twee rapporten van het onderzoeksbureau Eurofins Rapidity (hierna Eurofins) van 17 juni 2013 en 17 juli 2014. Deze onderzoeken zijn echter niet objectief en niet representatief. In het eerste onderzoek is een stoomgenerator van SEB vergeleken met een verouderd model van Philips, hetgeen ook blijkt uit de uitspraak van het College van Beroep van de RCC. Daarnaast geldt dat beide Eurofins-onderzoeken niet aansluiten bij de gebruikersgewoonten van de Nederlandse consument. Dit blijkt uit een onderzoek dat Philips heeft laten verrichten door marktonderzoeksbureau Ipsos. Ipsos heeft op 3 mei 2013 een rapport uitgebracht (productie 14 van Philips). Uit het Ipsos-onderzoek blijkt dat de door SEB (Eurofins) gehanteerde testmethode een vertekend beeld geeft van de snelheid en de efficiëntie van de stoomgeneratoren van Tefal. Het grote nadeel van de stoomgeneratoren van Tefal is namelijk dat verschillende stoffen op verschillende temperatuurstanden gestreken moeten worden. Hierdoor moet de gebruiker wachten tot de stoomgenerator is afgekoeld tot de gewenste temperatuur en bovendien moet hij zijn strijkgoed vooraf sorteren. Deze nadelen worden door de onderzoeksmethode van Eurofins buiten beschouwing gelaten. In de desbetreffende onderzoeken wordt namelijk van de zeer onwaarschijnlijke situatie uitgegaan dat de

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

4

consument zijn strijkgoed voorsorteert op basis van de voorgeschreven temperatuur én het strijkgoed vervolgens uitsluitend strijkt in een volgorde van lagere naar hogere temperatuur. Dit sluit niet aan bij de gebruikersgewoonten van de Nederlandse consumenten omdat uit het Ipsos-onderzoek is gebleken dat 37% van die consumenten zijn wasgoed niet voorsorteert. Consumenten die dit wel doen, doen dit in de regel op basis van het type kledingstuk en niet op basis van het type stof. Gebruikers beginnen dan veelal met een hogere temperatuur en schakelen daarna over naar een lagere temperatuur. De tijden die nodig zijn voor de gebruiker van de Tefal-stoomgenerator om de temperatuur aan te passen aan het type stof worden ten onrechte buiten beschouwing gelaten. Voor gebruikers van een Philips-stoomgenerator is het daarentegen niet nodig om te schakelen tussen temperaturen of de kleding vooraf te sorteren, omdat de Philips-stoomgenerator slechts één temperatuurstand heeft waarmee alle stoffen gestreken kunnen worden. De hoeveelheid stoom wordt aangepast aan de stof die gestreken wordt.

Claim 2 – Tefal world no. 1 in steam generators/stations en Tefal – De nr. 1 in stoomgeneratoren in Europa

Ook claim 2 gebruikt SEB voor haar stoomgeneratoren. Deze claim houdt in dat Tefal wereldmarktleider en marktleider in Europa is. Tefal is echter geen wereldmarktleider en heeft zelfs niet aangetoond marktleider in Europa te zijn, aldus Philips. Dit laatste is reeds in twee instanties vastgesteld door de RCC. Bij de claim heeft SEB een niet of nauwelijks zichtbare disclaimer geplaatst (** under Calor brand in France and Belgium, sales in value, independant panels 2011-2014*). Die disclaimer achtte SEB kennelijk nodig omdat niet in alle landen het merk Tefal wordt gevoerd. In Frankrijk en België worden de producten van SEB immers onder de merknaam Calor gevoerd. Als de claim alleen gebaseerd zou worden op de verkoopcijfers van producten onder het merk Tefal, hetgeen de claim suggereert, dan is deze claim hoe dan ook onjuist. De wereldwijde en Europese omzet van Philips is groter dan die van SEB voor het merk Tefal. SEB stelt zich ten onrechte op het standpunt dat claim 2 ziet op haar totale omzet, onder welk merk dan ook. Dit is onjuist omdat in de claim expliciet wordt gerefereerd aan het merk Tefal. De gemiddelde consument zal de claim ook zo begrijpen. De gecombineerde verkoopcijfers van Tefal en Calor kunnen dan ook niet een gecombineerde “Nr. 1” positie voor Tefal rechtvaardigen. Overigens betwist Philips ook dat indien de omzet van de merken Tefal en Calor bij elkaar wordt opgeteld SEB “Nr. 1” is in Europa, laat staan ter wereld. De gegevens die SEB heeft overgelegd en die afkomstig zijn van marktonderzoeksbureau GfK overtuigen niet. Zo kan Philips zich niet aan de indruk onttrekken dat SEB de landen waarin onderzoek is gedaan zo heeft geselecteerd dat het SEB goed uitkomt.

Claim 3 -- Tefal world no. 1 in ironing

Met claim 3 beweert SEB dat Tefal wereldmarktleider zou zijn op het gehele gebied van strijken (“ironing”), derhalve wat betreft stoomstrijkijzers, stoomgeneratoren en

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

5

andere strijkijzers. De gemiddelde consument zal claim 3 op deze wijze begrijpen. Tefal is echter geen wereldmarktleider op het gebied van strijken, dat is Philips. Dit blijkt uit een marktonderzoek dat Philips heeft laten uitvoeren door Euromonitor International. Dit bureau heeft op 19 januari 2015 een rapport uitgebracht waaruit blijkt dat Philips de onbetwiste nummer 1 van de wereld is (in 2013 had Philips een marktaandeel van 15,7% en SEB van 14,4%; in 2014 had Philips een marktaandeel van 16,1% en SEB van 14,1%). Ook bij claim 3 plaatst SEB een nauwelijks leesbare disclaimer waaruit zou moeten blijken dat de geclaimde nummer 1 positie is gebaseerd op de totale verkoopcijfers van acht door SEB gevoerde merken (Tefal, Tefal, Calor, Rowenta, Moulinex, Arno, Samurai en Maharaja). Van claim 3 gaat echter onmiskenbaar de suggestie uit dat het merk Tefal wereldmarktleider op het gebied van strijken zou zijn.

3.3. SEB heeft met betrekking tot de drie claims – samengevat weergegeven – het volgende verweer gevoerd.

Claim 1 – het snelste en meest efficiënte strijken

In het eerste rapport van Eurofins is de strijktijd per kledingstuk gemeten. Dan blijkt dat de stoomgenerator van Tefal sneller strijkt dan die van Philips. De tijdswinst wordt vooral behaald bij het strijken van kledingstukken die aan de hoogste temperatuur en aan het hoogste stoomvolume kunnen worden blootgesteld (katoenen en linnen kledingstukken). De tijdswinst weegt ruimschoots op tegen het geringe tijdverlies dat gepaard gaat met het schakelen van stand 1 naar stand 2. De uitkomst van de test wordt feitelijk bepaald door de volgorde waarin de kledingstukken worden gestreken. Als die volgorde dwingt tot het vijf of zes keer op en neer schakelen dan zal Philips de snelste zijn. Als alleen van lagere naar hogere temperaturen wordt geschakeld zal Tefal de snelste zijn. Uit het tweede Eurofins-rapport blijkt dat een Tefal-stoomgenerator bij een gemiddelde wasmand 750 seconden (12 minuten en 30 seconden) sneller is. Zoals gezegd is de volgorde van strijken van grote invloed op het eindresultaat. In het tweede Eurofins-rapport is de volgorde in overeenstemming met hetgeen wordt voorgeschreven in de gebruiksaanwijzing van de SEB-stoomgenerator. Hierin is opgenomen dat moet worden begonnen met stoffen die op een lage temperatuur moeten worden gestreken en dat daarna de stoffen moeten worden gestreken die een hogere temperatuur verdragen. Dit is logisch en sluit daarom ook aan bij de gebruikersgewoonten. Aangenomen mag worden dat de gemiddelde consument de gebruiksaanwijzing (met daarin de wijze van voorsorteren) zal bekijken en zal opvolgen. Indien dit al niet het geval is, zal de consument zijn gewoonte onmiddellijk na de eerste strijkbeurt aanpassen, wanneer hij merkt dat hij met de door hem gehanteerde (onjuiste) volgorde onnodig veel vertraging oploopt. De extra tijd die het voorsorteren zou kosten valt ruimschoots binnen de tijd die het kost om de stoomgenerator op te warmen (zowel bij Tefal als bij Philips kost dit ongeveer twee minuten). De voorsorteertijd moet dan ook niet worden betrokken bij de resultaten van het tweede Eurofins-rapport, hetgeen het College van Beroep van de RCC ten

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

6

onrechte wel heeft gedaan.

Claim 2 – Tefal world no. 1 in steam generators/stations en Tefal – De nr. 1 in stoomgeneratoren in Europa

Claim 2 ziet volgens SEB op twee verschillende claims die beide waar zijn, aldus SEB. Voor wat betreft Europa verwijst SEB hierbij naar cijfers van Gfk (productie 10 van SEB) waaruit blijkt dat Calor en Tefal in 2013 en 2014 de grootste omzet hebben in 22 EU-landen (en dus een grotere omzet hebben dan Philips). Uit cijfers van Gfk die SEB als productie 11 in het geding heeft gebracht blijkt dat SEB met de merken Calor en Tefal ook in de jaren hieraan voorafgaand de grootste was, zowel qua omzet als qua aantal verkochte stoomgeneratoren. Voor wat betreft de wereldwijde omzet verwijst SEB naar cijfers van Gfk over de jaren 2013 en 2014 die zij als productie 14 in het geding heeft gebracht. Hieruit blijkt onder meer dat SEB in december 2014 op basis van haar omzet 43,3% van de wereldwijde markt in handen had terwijl het aandeel van Philips 27,7% bedroeg. Dat SEB haar stoomgeneratoren in Frankrijk en België onder de merknaam Calor op de markt brengt, betekent niet dat de verkoop in die landen buiten beschouwing moet worden gelaten. Het gaat immers om exact dezelfde producten. De gemiddelde Nederlandse consument zou de in Frankrijk en België verkochte stoomgeneratoren ook direct herkennen als een Tefal-stoomgenerator. Waar het om gaat is dat de consument zich verzekerd weet dat het product dat hem wordt aangeboden (en dat hij kent onder de naam Tefal) in Europa en wereldwijd het meest verkocht wordt. Mocht er bij de consument al sprake zijn van enige verwarring dan wijst SEB op haar disclaimer die onderdeel uitmaakt van de reclame-uiting en die luidt:

“under Calor brand in France and Belgium, sales in value, independant panels 2011-2014”. In tegenstelling tot hetgeen Philips heeft aangevoerd is deze disclaimer wél duidelijk leesbaar.

Claim 3 – Tefal world no. 1 in ironing

Deze claim is door Philips onjuist weergegeven in de dagvaarding, aldus SEB. De precieze claim luidt immers:

TEFAL a brand of GROUPE SEB world no. 1 in ironing.

Dit betekent dat *world no. 1 in ironing* geen betrekking heeft op Tefal maar op *GROUPE SEB*. Uit cijfers van Gfk die SEB als productie 12 in het geding heeft gebracht blijkt dat SEB gemeten in 2013, 2014 en december 2014 de grootste is op het gebied van strijken, zowel gemeten op grond van de omzet als op grond van het aantal verkochte producten. SEB is actief met acht verschillende merken, waarvan Tefal verreweg de grootste is. Het is op zich juist dat Philips groter is dan Tefal, maar dit is niet relevant omdat het in de claim gaat om *GROUPE SEB* en niet om Tefal. Overigens sluit de claim van SEB naadloos aan bij de bijbehorende disclaimer die luidt; *“Cumulated sales of all Groupe SEB’s ironing brands (Tefal, T-fal, Calor,*

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

7

Rowenta, Moulinex, Arno, Samurai, Maharaja) value/volume, independant panel, 2012-2013". De gemiddelde Nederlandse consument begrijpt hieruit dat SEB verschillende merken voert en dat het gaat om de gezamenlijke wereldwijde omzet met die merken. De disclaimer maakt een onderdeel uit van de claim en is goed leesbaar.

3.4. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

4. De beoordeling

4.1. SEB heeft niet bestreden dat zij vergelijkende reclame maakt in de zin van artikel 6:194a lid 1 BW. Vergelijkende reclame is geoorloofd indien wordt voldaan aan de in artikel 6:194a lid 2 BW opgenomen voorwaarden. Een van die voorwaarden is dat de reclame-uiting niet misleidend is. De reclame-uiting moet verder op een objectieve wijze één of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van de desbetreffende goederen of diensten met elkaar vergelijken. Vergelijkende gegevens moeten juist en volledig worden vermeld, zodat de gemiddelde geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument (hierna de gemiddelde consument) kan nagaan of de vergelijking zakelijk in orde is. Voorts geldt dat op grond van artikel 6:195 BW op SEB de bewijslast rust ter zake van de juistheid of volledigheid van de feiten die in haar reclame-uitingen zijn vervat of daardoor worden gesuggereerd. In kort geding geldt dat SEB de juistheid of volledigheid van die feiten voldoende aannemelijk moet maken.

Claim 1 – het snelste en meest efficiënte strijken

4.2. De voorzieningenrechter is over claim 1 voorshands het volgende van oordeel. De claim *het snelste en meest efficiënte strijken* betreft een superioriteitsclaim. Aannemelijk is dat de begrippen *snel* en *efficiënt* van invloed zijn op de aankoopbeslissing van de gemiddelde consument. Aan de onderbouwing van een dergelijke superioriteitsclaim dienen dan ook hoge eisen te worden gesteld. Bij de beoordeling van de geoorloofdheid van claim 1 dient ook de disclaimer te worden betrokken. Volgens de door Philips in het geding gebrachte producties luidt die disclaimer: *Getest door een onafhankelijk laboratorium volgens de handleiding – Maart 2013*. Volgens de pleitnota van de raadslieden van SEB luidt die disclaimer: *conform de gebruiksaanwijzing getest in een onafhankelijk laboratorium*. In beide gevallen verwijst de disclaimer naar de gebruiksaanwijzing die behoort bij de stoomgenerator van SEB.

4.3. Voor de onderbouwing van claim 1 heeft SEB verwezen naar de Eurofins-rapporten van 17 juni 2013 en van 17 juli 2014 (productie 12 en 13 van Philips). In het eerste onderzoek is de meest recente stoomgenerator van SEB (de Tefal GV8930) vergeleken met de "eerste generatie" stoomgenerator van Philips (de

Philips GC9240), terwijl op het moment van onderzoek reeds de derde generatie van de stoomgenerator van Philips beschikbaar was. Er is derhalve met een verouderd product van Philips vergeleken. Naar het oordeel van de voorzieningenrechter heeft Philips dan ook voorshands terecht aangevoerd dat dit onderzoek niet representatief en niet objectief kan worden geacht. Immers, niet kan worden uitgesloten dat de latere generaties van de Philips-stoomgeneratoren qua snelheid en efficiëntie beter presteren dan de geteste GC9240. Het standpunt van Philips dat niet mocht worden vergeleken met een verouderde stoomgenerator is opgenomen in haar dagvaarding en was SEB bekend in de procedures bij de RCC en het College van Beroep van de RCC. SEB heeft echter in dit kort geding geen verweer gevoerd tegen het voorshands terecht standpunt van Philips dat het eerste Eurofins-onderzoek om die reden niet objectief en niet representatief kan worden geacht. Dit maakt dat aan dit onderzoek in dit kort geding geen betekenis kan worden toegekend.

4.4. Naar aanleiding van het tweede Eurofins-onderzoek heeft de discussie tussen partijen zich met name geconcentreerd op de vraag of de gemiddelde consument de te strijken kledingstukken voorsorteert op basis van de voorgeschreven temperatuur waarop zij mogen worden gestreken én het strijkgoed vervolgens uitsluitend strijkt in een volgorde van lagere naar hogere temperatuur. Partijen lijken het er in dit geding namelijk over eens te zijn dat, indien van deze situatie wordt uitgegaan, de Tefal-stoomgenerator sneller (en efficiënter) is dan die van Philips. De Tefal-stoomgenerator heeft immers het voordeel dat op meerdere standen kan worden gestreken waardoor tijdswinst kan worden behaald met kledingstukken die een hoge temperatuur verdragen. Daar tegenover staat, aldus Philips, het nadeel dat de consument die gebruik maakt van de Tefal-stoomgenerator moet schakelen tussen de verschillende standen en wordt geconfronteerd met een aanzienlijke wachttijd indien hij van een hogere naar een lagere temperatuur schakelt.

4.5. Op grond van het reeds onder 4.1 van dit vonnis aangehaalde artikel 6:195 BW ligt het op de weg van SEB om aannemelijk te maken dat de consument het strijkgoed voorsorteert én in de juiste volgorde strijkt. Naar het oordeel van de voorzieningenrechter is SEB hierin voorshands niet geslaagd. In het tweede Eurofins-onderzoek zijn de strijktijden gemeten, waarbij is uitgegaan van de situatie dat het strijkgoed reeds is voorgesorteerd en daarna in de juiste volgorde wordt gestreken. Het onderzoek levert geen bewijs op voor de stelling *dat* de consument dit ook daadwerkelijk doet. Dit betekent dat de tijd die is gemoeid met het (noodzakelijke) voorsorteren niet bij de vergelijking in het tweede Eurofins-onderzoek is betrokken, terwijl het de gemiddelde consument toch zal gaan om de totale tijd die het gehele strijkproces hem kost. Het kan zo zijn dat de tijd die is gemoeid met het voorsorteren gering is, zoals SEB heeft aangevoerd, maar dit is een aanname die niet wegneemt dat – hoe gering die tijd ook moge zijn – de resultaten van het tweede Eurofins-onderzoek hierdoor worden vertroebeld. Voorts heeft SEB naar het oordeel van de voorzieningenrechter onvoldoende aannemelijk gemaakt dat de gemiddelde consument altijd of veelal het strijkgoed in de juiste volgorde (van

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

9

lage naar hoge temperatuur) strijkt. Indien niet in de juiste volgorde wordt gestreken zal de gebruiker van de Tefal-stoomgenerator ook van een hoge naar een lage temperatuur schakelen, hetgeen afkoeltijd kost die niet in het Eurofins-onderzoek is meegenomen. Ook dit vertroebelt de resultaten van dit onderzoek. Dat de gemiddelde consument snel (hooguit na één strijkbeurt) zal begrijpen dat hij de te strijken kledingstukken moet voorsorteren en in de juiste volgorde moet strijken, zoals SEB heeft aangevoerd, is een aanname waarvan de voorzieningenrechter – tegen de achtergrond dat het door Philips ingeschakelde bureau Ipsos heeft vastgesteld dat 37% van de consumenten zijn strijkgoed *niet* voorsorteert – niet zonder meer vanuit kan gaan.

4.6. De door SEB bij claim 1 gehanteerde disclaimer maakt het voorgaande niet anders. Uitgaande van een goede leesbaarheid van de disclaimer (hetgeen door Philips wordt bestreden, maar hier in het midden wordt gelaten) wordt daarin enkel verwezen naar de gebruiksaanwijzing die een gemiddelde consument niet leest alvorens hij tot aankoop van een stoomgenerator overgaat. Dat de consument zijn strijkgoed moet voorsorteren en in de juiste volgorde moet strijken is weliswaar opgenomen in de gebruiksaanwijzing, maar niet in de disclaimer.

Claim 2 – Tefal world no. 1 in steam generators/stations en Tefal – De nr. 1 in stoomgeneratoren in Europa

4.7. Met Philips is de voorzieningenrechter voorshands van oordeel dat hiermee door SEB een nummer 1 positie van *Tefal* wordt geclaimd (zowel ter wereld als in Europa). Dat is immers wat er staat en van een gemiddelde consument hoeft geen nadere interpretatie te worden gevergd. Hieruit vloeit voort dat het SEB in beginsel niet vrijstaat de verkoopaantallen en/of de omzet van haar verschillende merken (*Tefal* en *Calor* en wereldwijd al haar merken) bij elkaar op te tellen om zodoende tot een nummer 1 positie te komen. De gemiddelde consument zal de producten herkennen (en de kwaliteiten daaraan toekennen) aan de hand van het *merk* en niet aan de hand van de producent. Een ander merk betekent in de ogen van de gemiddelde consument een ander product met mogelijk andere kwaliteiten. Volgens SEB zou de gemiddelde Nederlandse consument de in Frankrijk en België onder het merk *Calor* verkochte stoomgeneratoren direct herkennen als een *Tefal*-stoomgenerator, maar van deze aanname kan de voorzieningenrechter in dit geding niet zonder meer uitgaan. Tegen deze achtergrond overtuigen de cijfers van Gfk die SEB als productie 10 in het geding heeft gebracht (dit betreft de cijfers voor Europa) onvoldoende. *Calor* en *Tefal* samen hebben volgens die cijfers een groter marktaandeel dan *Philips*, maar zijn – zoals hiervoor overwogen – ten onrechte bij elkaar opgeteld. Hetzelfde geldt voor de als productie 11 in het geding gebrachte cijfers van Gfk over de marktaandelen in Europa in de jaren 2003 tot en met 2010. Waar het gaat om de wereldwijde omzet heeft SEB verwezen naar de als productie 14 in het geding gebrachte cijfers van Gfk. Hieruit blijkt echter dat het marktaandeel van *Philips*, zowel in omzet als in verkochte aantallen, in de jaren 2013 en 2014 steeds groter was dan dat van *Tefal*. SEB heeft in zijn totaliteit wel een groter

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

10

marktaandeel dan Philips, maar in dat geval wordt er – ten onrechte – uitgegaan van de merken Tefal, Calor, Rowenta en Moulinex.

4.8. Ook met betrekking tot claim 2 geldt dat de door SEB gehanteerde disclaimer (“*under Calor brand in France and Belgium, sales in value, independant panels 2011-2014*”) niet tot een ander oordeel kan leiden. Voorshands kan niet worden uitgesloten dat die disclaimer vanwege de kleine lettertjes daarvan aan de aandacht van de gemiddelde consument zal ontsnappen, zeker waar het betreft de uiting van SEB op de website www.tefal.nl en zoals afgebeeld onder nummer 28 van de pleitnota van de raadslieden van Philips. De disclaimer bevat naar het oordeel van de voorzieningenrechter bovendien zodanig belangrijke informatie dat hoge eisen mogen worden gesteld aan de zichtbaarheid en opvallendheid hiervan.

Claim 3 – Tefal world no. 1 in ironing (volgens Philips)

Claim 3 – TEFAL a brand of GROUPE SEB world no. 1 in ironing (volgens SEB)

4.9. Partijen twisten er niet over dat claim 3 betrekking heeft op strijken in zijn algemeenheid en niet alleen, zoals bij claim 1 en 2, op stoomgeneratoren. Partijen twisten wel over de vraag hoe claim 3 precies luidt. De voorzieningenrechter zal beantwoording van deze vraag echter in het midden laten omdat de gemiddelde consument claim 3 naar voorlopig oordeel in beide uitingsvormen zo zal begrijpen dat *Tefal* nummer 1 is op het gebied van strijken. In zijn algemeenheid geldt immers dat reclame wordt gemaakt voor een *merk*, niet voor een producent. Indien SEB met claim 3 beoogt te zeggen dat *GROUPE SEB* als nummer 1 moet worden aangemerkt, dan had zij de claim anders (duidelijker) moeten formuleren. Voorshands is dan ook onjuist dat de nummer 1 positie, zoals SEB heeft aangevoerd, betrekking heeft op *GROUPE SEB* en niet op *Tefal*. Dit heeft tot gevolg dat SEB ter onderbouwing van haar claim niet, zoals zij heeft gedaan, het marktaandeel van acht van haar merken bij elkaar mag optellen. In zoverre zijn de Gfk-cijfers die SEB als productie 12 in het geding heeft gebracht dan ook niet relevant. Overigens blijkt hieruit wel, zoals SEB ook erkent, dat Philips in de categorie *ironing* een groter marktaandeel heeft dan Tefal.

4.10. Voorts is in dit kader van belang dat Philips bij de Gfk-cijfers van SEB de nodige vraagtekens heeft geplaatst waar het gaat om de vraag in hoeveel en in welke landen onderzoek is verricht. Volgens Philips heeft SEB een selectie gemaakt van 62 landen (terwijl Philips zelf een onderzoek heeft laten verrichten door Euromonitor in meer dan 200 landen). Volgens Philips zijn voor haar belangrijke afzetmarkten zoals Bangladesh, de Filipijnen en Nigeria door SEB (Gfk) ten onrechte buiten beschouwing gelaten. Ook heeft Philips in dit verband aangevoerd dat de cijfers van Gfk grote verschillen vertonen met haar eigen interne cijfers. Voorbeelden hiervan zijn, aldus Philips, Indonesië (waar volgens Gfk 657.149 producten zijn verkocht en volgens Philips meer dan 2 miljoen) en Zuid-Afrika (waar volgens Gfk 392.932 producten zijn verkocht en volgens Philips meer dan 800.000). Ter zitting in dit kort geding heeft SEB op dit punt onvoldoende

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

11

duidelijkheid kunnen verschaffen (anders dan dat het Gfk is en niet SEB die bepaalt waar en hoe het onderzoek wordt verricht). Tegen deze achtergrond heeft SEB dan ook niet voldaan aan hetgeen op grond van artikel 6:195 BW van haar verwacht kan worden.

4.11. De bij claim 3 behorende disclaimer (*Cumulated sales of all Groupe SEB's ironing brands (Tefal, T-fal, Calor, Rowenta, Moulinex, Arno, Samurai, Maharaja) value/volume, independant panel, 2012-2013*) maakt hetgeen hiervoor is overwogen niet anders. Ervan uitgaande dat de gemiddelde consument deze disclaimer leest (en gezien de kleine lettertjes ook kan lezen) wordt hiermee niet ondervangen dat de cijfers waarop SEB zich heeft gebaseerd voorshands onvoldoende hard zijn.

Conclusie tot zover

4.12. Op grond van hetgeen hiervoor is overwogen wordt Philips gevolgd in haar stelling dat SEB met claims 1, 2 en 3 misleidende vergelijkende reclame maakt. De vorderingen van Philips liggen dan ook in beginsel voor toewijzing gereed. Vordering (a) is toewijsbaar met dien verstande dat "varianties" op de claims niet kunnen worden verboden omdat dit (te) gemakkelijk tot executiegeschillen zal leiden. Het feit dat SEB door de RCC (in twee instanties) in het ongelijk is gesteld en geen gevolg geeft aan die uitspraken is onvoldoende om een dergelijke ruime vordering toe te wijzen. Bij toewijzing van vordering (a) geldt dat het SEB niet kan worden verweten dat winkeliers of andere derden op wie SEB geen invloed heeft na de betekening van dit vonnis nog gebruik maken van de claims. Om aan vordering (a) te kunnen voldoen zal SEB een termijn worden gegund van tien werkdagen na betekening van dit vonnis.

4.13. Vordering (b) is toewijsbaar met dien verstande dat dit niet meer dan een *verzoek* is dat SEB aan haar afnemers kan doen. Dit verzoek mag tevens inhouden dat de afnemers de gewraakte claims met stickers beplakken of op andere wijze onleesbaar maken. Ook hier geldt dat het SEB niet kan worden verweten indien haar afnemers niet aan haar *verzoek* voldoen.

4.14. Vordering (c) is niet toewijsbaar omdat SEB er wel op kan toezien maar er geen zorg voor kan dragen dat er op de Nederlandse markt geen producten meer voorhanden zijn waarop de claims worden geopenbaard. Zij heeft het handelen van haar afnemers en van andere derden immers niet in haar macht.

4.15. Vordering (d), het plaatsen van een rectificatietekst op de website www.tefal.nl, is toewijsbaar op de hierna te melden wijze.

4.16. De dwangsommen zullen worden gematigd en gemaximeerd als na te melden.

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

12

4.17. SEB zal als de grotendeels in het ongelijk gestelde partij worden veroordeeld in de kosten van dit geding.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

5.1. verbiedt SEB NL en SEB Développement om vanaf tien werkdagen na betekening van dit vonnis de claims (zoals opgenomen onder 2.3 van de dagvaarding) te gebruiken voor hun stoomgeneratoren of stoomstrijkijzers, in reclamemateriaal, op verpakkingsmateriaal of op welke andere wijze dan ook in Nederland, evenals op de website www.tefal.nl en op elke andere website van SEB NL en SEB Développement die op Nederland is georiënteerd, op straffe van een hoofdelijk te verbeuren dwangsom van € 5.000,- per dag dat zij dit verbod (geheel of gedeeltelijk) overtreden, met een maximum van € 100.000,-,

5.2. gebiedt SEB NL om binnen tien werkdagen na betekening van dit vonnis de afnemers van haar stoomgeneratoren en/of stoomstrijkijzers voor de Nederlandse markt schriftelijk te verzoeken alle door SEB NL aan haar afnemers geleverde producten, verpakkingsmaterialen, reclamematerialen en alle andere materialen waarop de claims (zoals opgenomen onder 2.3 van de dagvaarding) zijn opgenomen terug te zenden tegen terugbetaling van de aankoopprijs dan wel die afnemers schriftelijk te verzoeken de bedoelde claims (bijvoorbeeld met een sticker) onleesbaar te maken en met dit doel een brief te versturen aan al die afnemers in de gebruikelijke lay-out, voorzien van de logo's van SEB NL en Tefal en met uitsluitende de volgende inhoud:

Geachte heer/mevrouw

Ten aanzien van onze stoomgeneratoren en stoomstrijkijzers van het merk TEFAL hebben wij in reclame-uitingen de volgende claims gebruikt:

- "het snelste & meest efficiënte strijken"
- "Tefal world no. 1 in steam generators/stations" en "Tefal – De nr.1 in stoomgeneratoren in Europa"
- "Tefal world no. 1 in ironing"

Bij vonnis van 29 april 2015 heeft de voorzieningenrechter van de rechtbank Amsterdam geoordeeld dat deze claims misleidend zijn. Op last van de rechter dienen wij het gebruik van deze claims te staken.

Wij verzoeken u alle materialen, waaronder in ieder geval begrepen de stoomgeneratoren en stoomstrijkijzers, verpakkingsmaterialen hiervan, reclamematerialen en alle andere objecten waarop deze claims zijn opgenomen aan ons te retourneren tegen vergoeding van de aanschafwaarde en gemaakte bijkomende kosten dan wel verzoeken wij u de claims met stickers te beplakken of op andere wijze onleesbaar te maken.

[naam en handtekening namens SEB NL]

en kopieën van de desbetreffende brieven te zenden naar de advocaten van Philips,

C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

13

op straffe van een dwangsom van € 5.000,- per dag dat zij niet (geheel of gedeeltelijk) aan dit gebod voldoet, met een maximum van € 100.000,-

5.3. gebiedt SEB NL en SEB Développement om binnen tien werkdagen na betekening van dit vonnis op de homepage van de website www.tefal.nl gedurende ten minste veertig aaneengesloten dagen de volgende tekst te plaatsten:

Ten aanzien van onze stoomgeneratoren en stoomstrijkijzers van het merk TEFAL hebben wij in reclame-uitingen de volgende claims gebruikt:

- "het snelste & meest efficiënte strijken"

- "Tefal world no. 1 in steam generators/stations" en "Tefal – De nr.1 in stoomgeneratoren in Europa"

- "Tefal world no. 1 in ironing"

Bij vonnis van 29 april 2015 heeft de voorzieningenrechter van de rechtbank Amsterdam geoordeeld dat deze claims misleidend zijn. Op last van de rechter dienen wij het gebruik van deze claims te staken.

Groupe SEB Nederland B.V.

SEB Développement S.A.S.

waarbij geldt dat:

- de tekst dient te worden geplaatst in zwarte letters tegen een witte achtergrond in het op die website gebruikelijke lettertype,

- de tekst dient te worden voorzien van het logo van Tefal in de gebruikelijke opmaak,

- de tekst volledig leesbaar dient te zijn bij het openen van de internetpagina,

- de tekst niet mag worden geplaatst in een pop-up of vergelijkbaar scherm,

- de homepage waarop de tekst is geplaatst niet automatisch mag doorlinken naar een andere pagina,

- de tekst niet mag worden voorzien van enig commentaar of enige toevoeging in welke vorm dan ook,

op straffe van een hoofdelijk te verbeuren dwangsom van € 5.000,- per dag dat zij niet (geheel of gedeeltelijk) aan dit gebod voldoen, met een maximum van € 100.000,-,

5.4. veroordeelt SEB NL en SEB Développement hoofdelijk in de kosten van dit geding, tot op heden aan de zijde van Philips begroot op € 77,84 aan dagvaardingskosten, € 613,- aan griffierecht en € 816,- aan salaris advocaat, te vermeerderen met de wettelijke rente als bedoeld in artikel 6:119 BW over deze bedragen, vanaf veertien dagen na betekening van dit vonnis tot aan de dag van voldoening,

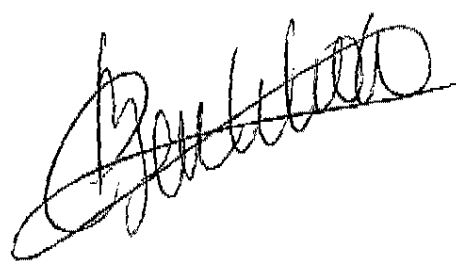
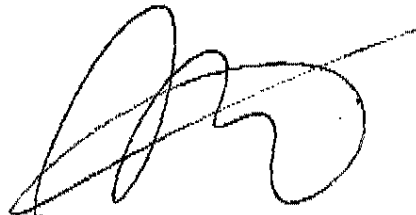
5.5. verklaart dit vonnis tot zover uitvoerbaar bij voorraad,

5.6. wijst het meer of anders gevorderde af.


C/13/583579 / KG ZA 15-358 CB/MV
29 april 2015

14

Dit vonnis is gewezen door mr. C.M. Berkhout, voorzieningenrechter, bijgestaan door mr. M. Veraart, griffier, en in het openbaar uitgesproken op 29 april 2015.



UITGEGEVEN VOOR GROSSE
De griffier van de
Rechtbank Amsterdam



type: MV
coll: LO