

Дело C-697/23**Резюме на преюдициалното запитване съгласно член 98, параграф 1 от
Процедурния правилник на Съда****Дата на постъпване в Съда:**

17 ноември 2023 г.

Запитваща юрисдикция:

Landgericht München I (Германия)

Дата на акта за преюдициално запитване:

7 ноември 2023 г.

Ищец:HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender
Beamter Deutschlands a.G. in Coburg**Ответници:**

Check24 Vergleichportal GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH

CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH

Предмет на главното производство

Сближаване на законодателствата — Директива 2006/114/ЕО —
Заблуждаваща реклама — Член 4 — Условия за допустимост на сравнителна
реклама — Портал за сравнение на застраховки — Извършване на сравнение
чрез система за оценяване, респ. класиране

Предмет и правно основание на преюдициалното запитване

Тълкуване на правото на Съюза, член 267 ДФЕС

Преюдициален въпрос

Трябва ли член 4, буква в) от Директива 2006/114/ЕО да се тълкува в смисъл, че условията за допустима сравнителна реклама съгласно тази разпоредба могат да бъдат изпълнени и когато сравнението се извършва чрез система за оценяване, респ. класиране?

Цитирани разпоредби на правото на Съюза

Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама, член 4, буква в)

Цитирани национални разпоредби

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Закон срещу нелоялната конкуренция, наричан по-нататък „UWG“) член 6, параграф 2, точка 2

Кратко представяне на фактите и производството

- 1 По същество страните в главното производство спорят дали — а при утвърдителен отговор — при какви условия се допуска сравнение на застраховки чрез т.нар. „оценки на премиите“ на портал за сравнение.
- 2 Ищецът е дружество майка на голяма германска застрахователна група, чиито дъщерни дружества също предлагат различни видове застраховки.
- 3 Ответниците са част от група предприятия, която управлява голям портал за сравнение в интернет, т.е. уебсайт, който предоставя на потребителите (безплатна) възможност да сравняват различни продукти, по-специално предложения за застраховки, въз основа на редица критерии, включително, но не само цена, а след това евентуално да сключват договори с доставчиците на продукти.
- 4 Първият ответник е собственик на (основния) домейн. Отговорни за съдържанието на уебсайтовете са различни оперативни дружества от групата предприятия, които не са свързани помежду си чрез договори за управление и прехвърляне на печалбата. В тази връзка първият ответник предоставя уебсайта на различните оперативни дружества. Вторият ответник отговаря за автомобилните застраховки, третият ответник — за застраховките на домашно имущество, жилищните застраховки, застраховките „Гражданска

отговорност“ и застраховките за правни разноски, четвъртият ответник — за частните здравни застраховки и допълнителните здравни застраховки, петият ответник — за срочните застраховки „Живот“, застраховките срещу злополуки, пенсията „Riester“, основната пенсия и частната пенсия с променлив характер, както и за застраховката в случай на нетрудоспособност, а шестият ответник — за застраховките за помощи при смърт.

- 5 Сравнението на премиите за различните видове застраховки по принцип се представя от ответниците по една и съща схема: след въвеждането на определени — отчасти задължителни, отчасти незадължителни — основни параметри за титуляря на полицата и за желанния продукт („настройки на филтъра“), на потребителя на уебсайта се представя т. нар. страница с резултати (генерирана от отговорните за съответния вид застраховки ответници) въз основа на данните му.
- 6 Страницата с резултати съдържа списък на застрахователни премии на различни доставчици. Считаната за съществена информация за съответната оферта (за застрахователя, цената, но и по ключови думи за подробните данни по премията) се представя в обобщен вид. Освен това в поле под наименованието на марката на ответника се показва изрично обозначена като такава „оценка на премията“. Тя има цифрова стойност от 1,0 до 4,0 и е придружена от познатите в училищната система оценки „много добър“, „добър“, „задоволителен“ или „достатъчен“.
- 7 Показва се списък на премиите от предложение, обозначаващо (предимно) като „Препоръка в зависимост от съотношението цена—качество“, и от предложение, обозначаващо като „Препоръка в зависимост от равнището на покритие“. Предложенията по принцип се подреждат във възходящ ред в зависимост от цената. Клиентът обаче разполага и с възможността (чрез натискане на съответните бутони) да получи предложенията в друг ред: по доставчици (т.е. по азбучен ред), в низходящ ред в зависимост от оценката или в низходящ ред в зависимост от оценката на клиентите.
- 8 Ако с курсора на компютърната мишка потребителят докосне полето с оценката на премията (т. нар. ефект Mouse Over- респ. Hover-Effekt), на всяка от страниците с резултати се отваря т. нар. изскачащ прозорец с основна информация за оценката на премията. Оценката на премията се основава на точкова система: чрез редица различни критерии за оценка се дават точки до определен максимален брой, сборът на които се равнява на общ брой точки. Критериите за оценка и общият брой точки, които могат да бъдат получени, са различни за различните видове застраховки. Критериите за оценка се обобщават в (различни за различните видове застраховки) критерии, респ. категории. Освен това за всички видове застраховки критериите и категориите са обобщени съответно в модулите „Модул застраховател“ и „Модул премия“, като тежестта на двата модула един спрямо друг също е различна (т.е. съотношението между съответния

максимален брой точки). Всеки критерий за оценка има зелена или жълта отметка или червен кръст. В долната част на прозореца е посочено, че тези символи означават „много добър“ (зелена отметка), „среден“ (жълта отметка) и „под средното ниво/без застрахователно покритие“ (червен кръст). В зависимост от вида застраховка една част от изскачащите прозорци показват направо всички критерии за оценка, една част показват първо само различните категории. Доколкото изскачащите прозорци не показват направо всички критерии за оценка, а само категориите, отделните критерии могат да бъдат извикани чрез стрелки, намиращи се в началото или в края на реда със съответната категория, както и чрез кликуване на категориите.

- 9 През 2020 г. в производство пред Landgericht Köln (Областен съд, Кьолн, Германия) срещу първия и втория ответник (автомобилно застраховане) ищецът изтъква, че сравнението на оценките на премиите нарушава член 6, параграф 2, точка 2 от UWG. Landgericht Köln (Областен съд, Кьолн) потвърждава това с (влязло в сила) решение от 22 април 2020 г. Впоследствие ответниците преработват уебсайта си за застраховките от вида „Автомобилно застраховане“ и добавят допълнителна информация за оценките на премиите.
- 10 В хода на главното производство ответниците правят промени и в другите (спорните в случая) видове застраховки. Понастоящем по-голямата част от изскачащите прозорци съдържат надписа „Показване на подробни данни за премиите“, върху който може да се кликне. При кликуване върху надписа потребителят получава по-подробна информация за критериите за оценка с кратки описания на какво по същество се основава предоставянето на точки по критерия за оценка (напр. посочване на дела на разходите за определени медицински услуги, които подлежи на възстановяване).
- 11 Освен това под и над посочените критерии за оценка всички изскачащи прозорци съдържат надпис „Тук ще получите повече информация за определянето на оценката на премиите“. При кликуването върху надписа се отваря нов информационен уебсайт, на който подробно е изяснено как се определят оценките на премиите. В това отношение всички информационни уебсайтове принципно са структурирани по един и същ начин. Най-напред като цяло накратко е обяснено какви са оценките на премиите от страна на ответниците. По-нататък, във втори раздел е изяснено как е получена оценката на премията в съответната застрахователна област и се описват и се обосновават категоризацията и критериите за оценка. В трети раздел се обяснява начинът, по който се предоставят точките, т.е. коя констатация колко точки носи. Накрая се уточнява какъв общ брой точки до каква оценка води (преобразуване).
- 12 Предложенията на премии, изброени на страниците с резултати (т.е. полетата им) съдържат или в долния край надпис със стрелка надолу „Подробни данни за премията“, респ. „Подробни данни за услугата“ или „Повече информация за премията“, или от дясната страна (на мястото на

бутона „Онлайн заявление“, респ. „Заявление“ или „Напред“) бутон с надпис „Подробни данни“, чрез които потребителят да има възможност да получи повече информация. Тази информация обаче не е свързана с оценката на премията.

- 13 На 26 ноември 2020 г. ищецът предявява иск срещу първия ответник. Претенциите на ищеца са за преустановяване на нарушението, установяване на задължението за обезщетение за вреди и заплащане на извънсъдебните разноски за адвокатски възнаграждения във връзка с поканата за изпълнение на задълженията. Исковете за преустановяване на нарушението се отнасят до конкретни форми на нарушение, за чието доказване са представени съответни приложения. Те са насочени срещу начина, по който са представени оценките на премиите на страниците с резултатите, а също и срещу представянето на оценките на премиите на страниците с резултатите заедно с информацията, включена в тях чрез изскачащите прозорци.
- 14 С писмено изявление от 20 ноември 2021 г. ищецът разширява иска си, като предявява исканията срещу първия ответник за преустановяване на нарушението и искането за установяване на отговорността — в различна степен в зависимост от съответния вид застраховка — и срещу съответно отговорното оперативно дружество. В тази връзка той иска информация от другите ответници, като при условията на евентуалност предявява иск за обезщетение за вреди в случай на недостатъчна информация.

Основни доводи на страните в главното производство

- 15 Ищецът счита, че представянето и даването на оценки на премиите от страна на ответниците, дори след промените с оглед на решението на Landgericht Köln, представляват недопустима сравнителна реклама по смисъла на член 6, параграф 2, точка 2 от UWG. Оценките на премиите не били характеристики на продукт и освен това не формирали цената му. Напротив, те били само субективни оценки, за които не било допустимо да се прави сравнителна реклама. Поради това сравнение чрез оценки на премиите, като направеното от ответниците на техния уебсайт, по принцип било недопустимо. Освен това оценките на премиите не били, както ответниците считат, математическо обобщение на сравнения на характеристики, тъй като характеристиките на застрахователните договори, като напр. размерът на покритието и др. не биха могли да бъдат обобщени. Вместо характеристики ответниците обобщавали субективни оценки на характеристики. Това поставяло под въпрос основната разлика между даден факт и неговата оценка. Като цяло оценките на премиите отразявали фалшива обективност и имали голям потенциал да доведат до заблуда. Ищецът се позовава също така на националната съдебна практика относно оценяването на продукти от Stiftung Warentest (по-специално Bundesgerichtshof (Феерален върховен съд, Германия, наричан по-нататък „BGH“, GRUR 1997, стр. 942), съгласно която

оценките трябва да се основават на безпристрастен, обективен и експертен анализ.

- 16 Ответниците считат, че сравнението чрез оценки на премиите е допустимо по принцип, а също и в конкретния случай. Оценката представлявала общият резултат от обективно сравнение. Резултатът като цяло се основавал на проверими характеристики. Освен че се посочвали отделните критерии за оценка, т.е. характеристиките на съответната застраховка и тяхната тежест, подробно се представяла цялата необходима информация, на която се основавала оценката на премиите. В крайна сметка оценката на премията била само допустимото математическо обобщение на общия резултат. И от гледна точка на съответните потребители избраните критерии за оценка били основни, относими и представителни характеристики на застраховката. В контекста на член 6, параграф 2, точка 2 от UWG безпристрастността нямала никакво значение.

Кратко представяне на мотивите за преюдициалното запитване

- 17 От значение за решаването на спора в главното производство е тълкуването на член 4, буква в) от Директива 2006/114, което може да бъде изяснено с отговора на преюдициалния въпрос.
- 18 Освен това с исканията си ищецът оспорва сравнението на оценките на премиите на уебсайта на ответниците, доколкото за потребителя същото е свързано с подробна информация относно оценките, която прави представянето на оценките разбираемо. В това отношение запитващата юрисдикция счита за релевантен въпроса дали член 6, параграф 2, точка 2 от UWG действително по принцип забранява сравнение чрез оценки или не. От своя страна, тълкуването на член 6, параграф 2, точка 2 от UWG зависи от тълкуването на член 4, буква в) от Директива 2006/114.
- 19 Според запитващата юрисдикция броят точки/оценката никога не предоставя на потребителя *per se* информация за сравнявания продукт, която да е от значение за решението за покупка, а само го съпоставя с други оценки. От концептуална гледна точка оценката не може да представлява характеристика на продукт по смисъла на член 4, буква в) от Директива 2006/114. Освен това предоставянето на точки, респ. оценяването винаги е субективен акт, докато член 4, буква в) от Директива 2006/114 изрично изисква обективно сравнение. Обективността на сравнението се изисква в допълнение към проверимостта и следователно трябва да има независимо самостоятелно значение. От друга страна, в Директива 2006/114 сравнителната реклама очевидно по принцип се оценява положително от гледна точка на политиката за защита на конкуренцията и потребителите: когато тя, както е посочено в съображение 8 от тази директива, сравнява основни, относими, проверими и представителни характеристики и не е заблуждаваща, дава възможност на потребителите да извлекат възможно

най-големи ползи от вътрешния пазар. Следователно изискванията относно допустимостта на такава реклама не трябва да са прекалено високи. Ето защо запитващата юрисдикция счита, че условията по член 4, буква в) от Директива 2006/11 трябва да се тълкуват разширително.

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ