

**Lieta C-379/23****Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu****Datums, kurā lūgums reģistrēts Tiesā:**

2023. gada 15. jūnijs

**Iesniedzējtiesa:***Svea Hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen* (Zviedrija)**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2023. gada 13. jūnijs

**Prasītāja:***Guldbrev AB***Atbildētājs:***Konsumentombudsmannen*

[..]

**PĀRSŪDZĒTAIS LĒMUMS***Patent- och marknadsdomstolen, Stockholms tingsrätts dom* [Patentu un komerčlietu tiesa, Stokholmas tiesas] 2022. gada 25. marta spriedums [..]

Pēc lietas izskatīšanas *Patent- och marknadsöverdomstolen* [Patentu un komerčlietu apelācijas tiesa], nesaskatījusi iemeslu uzdot *Konsumentombudsmannen* [patērētāju ombudam] ierosināto jautājumu, nolēma šādi.

**NOLĒMUMS** (pasludināms 2023. gada 14. jūnijā)

1. *Patent- och marknadsöverdomstolen* nolemj vērsties Eiropas Savienības Tiesā ar šī protokola A pielikumā pievienoto lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši Līguma par Eiropas Savienības darbību 267. pantu un šo attiecīgo lēmumu iesniegt Tiesai.
2. *Patent- och marknadsöverdomstolen* nolemj apturēt tiesvedību līdz Eiropas Savienības Tiesa pieņems nolēmumu.

[..]

### Iesniedzējtiesa

- 1 [..] *Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen* [Svea apelācijas tiesa kā Patentu un komerclietu apelācijas tiesa,  
[..] Stokholma, Zviedrija  
[..]

### Pamatlietas puses,

- 2 Prasītāja: *Guldbrev AB*, [..] Stokholma  
[..]

Atbildētājs: *Konsumentombudsmannen* [Ombuds patērētāju tiesību aizsardzības jomā], [..] Karlstade  
[..]

Priekšmets Negodīga tirgzinība

### Pamatlietas fakti un attiecīgie apstākļi

- 3 *Guldbrev AB* (“Guldbrev”) ir internetā iedibinājies zelta uzpircejs, kas veic uzņēmējdarbību saistībā ar zelta novērtēšanu un uzpirkšanu no patērētājiem. *Guldbrev* nav fizisku veikalu; bet tā veic iepirkšanu un cenu salīdzināšanas pakalpojumus dažādās tīmekļa vietnēs. Lietā aplūkoti apgalvojumi un citas darbības ir parādījušās *Guldbrev* tīmekļa vietnēs, sociālajos plašsaziņas līdzekļos un *Guldbrev* patērētājiem nosūtītajās vēstulēs. Ombuds patērētāju tiesību aizsardzības jomā (ombuds) ir lūdzis aizliegt konkrēta veida tirgzinību un uzlikt *Guldbrev* par pienākumu sniegt patērētājiem noteiktu informāciju.

Ombuds atbilstošajās daļās galvenokārt un kopsavilkuma veidā ir norādījis šādus faktus. *Guldbrev* tirgotais produkts esot uzskatāms par kombinētu piedāvājumu, kas sastāv no zelta vērtēšanas un iegādes, tāpēc tas esot tirgzinības jautājums saskaņā ar *marknadsföringslagen* (2008:486) [Tirgzinības likums (2008:486)]. Tirgzinība, izmantojot *Google* reklāmu un tīmekļa vietnes ar salīdzināšanas rīku, ir maldinoša un negodīga Eiropas Parlamenta un Padomes (2005. gada 11. maijs) Direktīvas 2005/29/EK par uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem (turpmāk tekstā – “Direktīva”) I pielikuma 22. punkta izpratnē un *marknadsföringslagen* 8. un 9. panta izpratnē. Zelta reklāma ir ēsmas reklāma, kas ir pretrunā Direktīvas I pielikuma 5. punktam un 6. punkta

c) apakšpunktam. *Guldbrev* nav pietiekami skaidri identificējusi tīmekļa vietnes kā reklāmu un nav norādījusi, ka *Guldbrev* ir reklāmas pasūtītāja. *Guldbrev* praktizētās maksimālās cenas turklāt ir nepamatotas un 24 karātu zelta gadījumā arī pilnīgi neparedzamas vai neiespējamās *Guldbrev* noteikto prasību dēļ. Turklāt runa ir par maldinošiem apgalvojumiem par cenu, kas ietekmē patērētāja spēju pieņemt uz informāciju balstītu komerciāla rakstura lēmumu *marknadsföringslagen* 10. panta otrās daļas 4. apakšpunkta kopsakarā ar 8. panta pirmo daļu izpratnē. *Guldbrev* cenu reklamēšanas veids ir arī tik maldīgs salīdzinājumā ar uzņēmējdarbību kopumā un jo īpaši zelta iepirkšanas darbībām, ka to var uzskatīt par esošu pretrunā labai tirgzinības praksei saskaņā ar *marknadsföringslagen* 5. un 6. pantu. *Guldbrev* reklamā par cenu, ko tā maksā par zeltu, trūkst pietiekamas informācijas par cenu, kā arī citas būtiskas informācijas. Šie trūkumi nozīmē to, ka tirgzinība ir pretrunā *marknadsföringslagen* 5. pantam, 10. panta trešajai daļai un 12. pantam. Izvietojot atpakaļskaitīšanas taimeris tiešā saistībā ar piedāvājumu pārdot zeltu par augstāko zelta cenu, kas izteikta Zviedrijas kronās (SEK) par noteikta skaita karātu gramu, *Guldbrev* ir radījusi maldīgu iespaidu, ka pastāv saikne starp šo cenu un taimeris. Tāpēc reklāma ir maldinoša saskaņā ar *marknadsföringslagen* 10. pantu un negodīga saskaņā ar tā paša likuma 8. pantu, jo tā ir ietekmējusi patērētāju spēju pieņemt uz informāciju balstītu komerciāla rakstura lēmumu.

*Guldbrev* apstrīdēja prasījumus un būtībā apgalvoja, ka nav apstākļu Direktīvas vai *marknadsföringslagen* piemērošanai, jo apstrīdētie pasākumi attiecas uz pakalpojumu iegādi. *Guldbrev* skatījumā, ņemot vērā visus apstākļus, reklāma nav bijusi maldinoša vai negodīga. Turklāt *Guldbrev* cita starpā ir norādījusi šādus apstākļus. Katrā cenu salīdzināšanas lapas daļā ir bijusi informācija par to, ka *Guldbrev* ir šīs informācijas sūtītāja, tāpēc nevar runāt par slēptu reklāmu. Patērētājam tiekot sniegta pietiekama informācija, kā tiek noteikta cena. Gan no *Guldbrev* līguma noteikumiem, gan ciešā saistībā ar vietām, kurās ir norādīta cena par gramu, skaidri izriet, ka uzņēmuma cena ir noteikta novērtēšanas brīdī. Pirms zelta pārdošanas tā pieprasa arī patērētāja apstiprinājumu par cenu. Uzņēmuma tīmekļa vietnē norādītais atpakaļskaitīšanas taimeris nekādā veidā neliecina par to, ka kāds piedāvājums būtu ierobežots laikā. Vidusmēra patērētājiem nerodoties iespaids, ka atpakaļskaitīšana prasa ātru rīcību, lai iegūtu noteiktu uzpirkšanas cenu.

- 4 Zemākās instances tiesa, *Patent- och marknadsdomstolen* [Patentu un komercietu tiesa], uzskatīja, ka *Guldbrev* darbības laikā veiktie pasākumi ir komercprakse Direktīvas izpratnē. Patentu un tirgus tiesa atsaucās uz Eiropas Komisijas 2016. gada 25. maija vadlīnijām par to, kā īstenot/piemērot Direktīvu 2005/29/EK par negodīgu komercpraksi, *SWD (2016) 163 final*, 1.1.2. punktu, kurā ir norādīts, ka zelta novērtēšana iegādei var būt pakalpojums, kas ietilpst Direktīvas piemērošanas jomā. *Patent- och marknadsdomstolen* konstatēja, ka pasākumi, uz kuriem attiecas ombuda iebildumi, nevar tikt uzskatīti par tādiem, uz kuriem neattiecas *marknadsföringslagen* darbības joma. Piespriežot naudas sodu 1 000 000 Zviedrijas kronu (SEK) apmērā, *Patent- och marknadsdomstolen* aizliedza noteiktas tirgzinības darbības un uzdeva *Guldbrev* iekļaut tirgzinībā

noteiktu informāciju. *Patent- och marknadsdomstolen* konstatēja, ka *Guldbrev* tirgzinība bija negodīga, cita starpā arī tādēļ, ka

- *Guldbrev* darbības attiecībā uz zelta novērtēšanu [un] iegādi bija ar precīzi saistīta komercprakse Direktīvas izpratnē, kas tika uzskatīta par priekšnosacījumu *marknadsföringslagen* piemērošanai,
- uzņēmuma *Google* reklāmā nebija sūtītāja norādes, ka tīmekļa vietne ar salīdzināšanas rīkiem bija nepilnīga saskaņā ar valsts tiesību normām par reklāmas identifikāciju un sūtītāja norādi, bet, ka melnā saraksta 22. punkts nebija piemērojams,
- veids, kādā tika sniegta informācija par zelta cenu noteikšanu, neradīja maldīgu iespaidu vidusmēra patērētājam, ka tirgzinībā minētā cena tiks piedāvāta par gramu zelta neatkarīgi no pārdotā svara vai ātruma, ar kādu zelts tika nosūtīts uz *Guldbrev*, un
- pastāvēja ievērojams risks, ka vidusmēra patērētājs, virspusēji aplūkojot tīmekļa vietni, varētu kļūdaini secināt, ka ātrums, kādā *Guldbrev* [uzņēmuma nosūtīta paciņa, kurā atrodas zelts] tiek pasūtīts, ietekmēs zelta cenu, kuru patērētājs vēlas pārdot.

- 5 *Guldbrev* ir pārsūdzējusi daļu sprieduma *Patent- och marknadsöverdomstolen* (Patentu un komerclietu apelācijas tiesa) un ir lūgusi noraidīt ombuda prasību. Ombuds pret sprieduma grozīšanu.
- 6 Cita starpā *Patent- och marknadsöverdomstolen* ir jāizlemj, vai *Guldbrev* veiktie pasākumi ir uzskatāmi par negodīgu tigrzinību. Lai izskatītu šo jautājumu pēc būtības, šai tiesai vispirms ir jānoskaidro, vai attiecīgajā situācijā vispār ir piemērojama Direktīva un *marknadsföringslagen* [Tirgzinības likums]. Līdz ar to *Patent- och marknadsöverdomstolen*, piemērojot Direktīvas 2. panta c), d), i) un 3. panta 1. punktu, ir jānosaka, cik lielā mērā zelta vērtēšana un pirkšana no patērētājiem un attiecīgie pasākumi var tikt uzskatīti par komercpraksi Direktīvas izpratnē.

#### Atbilstošās valsts tiesību normas un tiesas spriedumi

- 7 Ar *marknadsföringslagen* (Tirgzinības likums) noteikumiem ir transponēta Negodīgas komercprakses direktīva. Atbilstošās Zviedrijas tiesību normas ir ietvertas *marknadsföringslagen* 5., 6., 8., 9., 10. un 12. pantā. Tie ir formulēti šādi:

*Marknadsföringslagen* 5. pants

“Tirgzinībai ir jāatbilst labai tirgzinības praksei.”

*Marknadsföringslagen* 6. pants

“Tirgzinība, kas ir pretrunā labai tirgzinības praksei saskaņā ar 5. pantu, ir uzskatāma par negodīgu, ja tā ievērojami ietekmē vai var ietekmēt saņēmēja spēju pieņemt uz informāciju balstītu komerciāla rakstura lēmumu.”

*Marknadsföringslagen 8. pants*

“Tirgzinība, kas ir maldinoša saskaņā ar kādu no 9., 10. vai 12.–17. panta noteikumiem, tiek uzskatīta par negodīgu, ja tā ietekmē vai var ietekmēt saņēmēja spēju pieņemt uz informāciju balstītu komerciāla rakstura lēmumu.

Maldinoša tirgzinība, kā minēts Direktīvas 2005/29/EK I pielikuma 1.–23. punktā, vienmēr ir uzskatāma par negodīgu.”

*Marknadsföringslagen 9. pants*

“Visai tirgzinībai jābūt veidotai un noformētai tā, lai būtu skaidrs, ka tā ir tirgzinība.

Tāpat ir skaidri jānorāda, kas ir atbildīgs par tirgzinību. Tomēr tas neattiecas uz apgalvojumiem, kuru vienīgais mērķis ir pievērst uzmanību tālākiem apgalvojumiem.”

*Marknadsföringslagen 10. pants*

“Tirgotājs tirgzinībā nedrīkst izmantot nepatiesu informāciju vai cita veida paziņojumus, kas ir maldinoši attiecībā uz viņa paša vai citas personas komercdarbību.

Pirmā daļa jo īpaši attiecas uz apgalvojumiem par

1. produkta esamību, raksturu, daudzumu, kvalitāti un citām tā īpašībām,  
[.]
4. produkta cenu, cenas aprēķināšanas veidu, īpašām cenu priekšrocībām un maksāšanas nosacījumiem,  
[.]

Tirgotājs arī nedrīkst tirgzinībā noklusēt būtisku informāciju par savu vai kāda cita tirgotāja tirgzinību. Par maldinošu noklusēšanu uzskata arī gadījumus, kad būtiska informācija ir sniegta neskaidrā, nesaprotamā, divdomīgā vai citādi nepiemērotā veidā.

*Marknadsföringslagen 12. pants* “Tirgzinība ir maldinoša, ja tirgotājs paziņojumā piedāvā patērētājiem konkrētu produktu ar norādi uz cenu bez šādas būtiskas informācijas:

1. produkta galvenajām īpašībām, ciktāl tas atbilst saziņas līdzeklim un pašam produktam;
2. cenu un salīdzināmo cenu, kas norādīta *prisinformationslagen* (2004:347) [Cenu informācijas likuma (2004:347)] 7.–10. pantā,
3. tirgotāja identitāte un ģeogrāfiskā adrese,
4. samaksas, piegādes un izpildes nosacījumi, ja tie atšķiras no parastajiem nosacījumiem attiecīgajā nozarē vai attiecībā uz aplūkoto produktu,
5. informācija par atteikuma tiesībām vai tiesībām atcelt pirkumu, kas patērētājam ir jāsniedz saskaņā ar likumu.

Tirgzinība ir maldinoša arī tad, ja tirgotājs patērētājiem apgalvojumā piedāvā vairākus konkrētus produktus, norādot kopējo cenu, bet piedāvājumā nav ietverta pirmās daļas 1.–5. punktā minētā būtiskā informācija.”

#### Atbilstošās ES tiesību normas

- 8 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (2005. gada 11. maijs) par uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem 2. panta c), d) un i) punkts un 3. panta 1. punkts ir formulēti šādi:

“2. pants

Definīcijas

Šajā direktīvā: [...]

c) “produkts” ir jebkura prece vai pakalpojums, tostarp nekustams īpašums, tiesības un pienākumi;

d) “uzņēmēja komercprakse attiecībā pret patērētājiem” (turpmāk – arī “komercprakse”) ir jebkura tirgotāja veikta darbība, noklusējums, uzvedība vai apgalvojums, komerciāls paziņojums, tostarp reklāma un tirgdarbība, kas ir tieši saistīta ar produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājiem;

[...]

i) “uzaicinājums veikt pirkumu” ir komerciālās saziņas forma, kas norāda produkta īpašības un cenu izmantotajai komerciālās saziņas formai piemērotā veidā un tādējādi dod iespēju patērētājam veikt pirkumu.”

“3. pants

## Piemērošanas joma

1. Šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem, kā izklāstīts 5. pantā, pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā.
- 9 Eiropas Komisija paziņojumā “Pamatnostādnes par to, kā interpretēt un piemērot Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem” (OV C 526, 29.12.2021, 1. lpp.) ir norādījusi, ka [direktīvā norādītajai] [šādai] komercpraksi pretēja situācija, kad tirgotāji iegādājas produktus no patērētājiem, neietilpst direktīvas darbības jomā, tomēr atsevišķos gadījumos ir iespējams konstatēt saikni starp patērētāja veiktu produkta pārdošanu tirgotājam un (cita) produkta popularizēšanu, pārdošanu vai piegādi patērētājam. Piemēram, noteiktos apstākļos Direktīva var attiekties uz zelta pirkšanu un tālākpārdošanu. Proti, var uzskatīt, ka tirgotājs, kas patērētājiem piedāvā profesionālu zelta novērtējumu pirms tā iegādes, sniedz pakalpojumu patērētājiem. Šajā gadījumā Negodīgas komercprakses direktīvu nepiemēro, kas nozīmē, ka tirgotājs nedrīkst sniegt maldinošu informāciju par zelta patieso vērtību vai piedāvāto cenu (2.3.2. punkts).
  - 10 Tiesa 2012. gada 15. marta spriedumā lietā C-453/10 *Pereničová un Perenič* (EU:C:2012:144), atgādināja, ka Direktīvas 2. panta d) punktā ietvertā “komercprakses” definīcija ir ļoti plaši formulēta (38. punkts). Tālāk atbilstoši Direktīvas 3. panta 1. punktam, to lasot kopsakarā ar 2. panta c) punktu, šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā (39. punkts).
  - 11 Eiropas Savienības Tiesa 2017. gada 20. jūlija spriedumā lietā C-357/16 *Gelvora* (EU:C:2017:537), cita starpā norādīja, ka saskaņā ar Direktīvas 3. panta 1. punktu, lasot to kopsakarā ar tās 13. apsvērumu, šī direktīva attiecas uz uzņēmuma īstenotu negodīgu komercpraksi, pat ārpus jebkādam līgumsaistībām, vai arī pirms līguma noslēgšanas vai pēc tās, vai arī līguma noslēgšanas vai izpildes laikā (20. punkts). Tiesa konstatēja, ka frāze “tieši saistīta ar produkta [...] pārdošanu” arī ietver jebkuru pasākumu, kas veikts ne tikai saistībā ar līguma noslēgšanu, bet arī ar tā izpildi, un konkrēti pasākumus, kuri veikti, lai saņemtu samaksu par produktu (21. punkts). Tika secināts, parādu piedziņas darbības, var tikt uzskatītas par “produktu” Direktīvas 2. panta c) punkta izpratnē (23. punkts).
  - 12 ES Tiesas 2016. gada 7. septembra spriedumā lietā C-310/15 *Deroo-Blanquart* (EU:C:2016:623), norādīja, ka saistītie piedāvājumi, kuri balstās uz vismaz divu atsevišķu izstrādājumu vai pakalpojumu savienojumu vienā vienīgā piedāvājumā, ir komerciālas darbības, kuras skaidri ietilpst uzņēmēja komercstratēģijā un tieši attiecas uz tā pārdošanas veicināšanu un noietu. Tie tāpat ir Tiesas ieskatā kvalificējami kā komercprakse Direktīvas 2. panta d) punkta izpratnē (28. punkts).

- 13 Eiropas Savienības Tiesas 2022. gada 22. septembra spriedumā lietā C-335/21 *Vicente* (EU:C:2022:720), arī tika konstatēts, ka Direktīvas 2. panta d) punktā ietvertā “komercprakses” definīcija ir īpaši plaši definēta un ka atbilstoši Direktīvas 3. panta 1. punktam, to lasot kopā ar tās 2. panta c) punktu, šī direktīva attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi attiecībā pret patērētājiem pirms komercdarījuma, kas attiecas uz kādu produktu, pēc tā un tā laikā (83. un 84. punkts).

#### Prejudiciāla nolēmuma nepieciešamība

- 14 *Patent- och marknadsöverdomstolen* skatījumā, ņemot vērā iepriekš minēto judikatūru, var spriest, ka apstrīdētā tirgzinība pati par sevi var būt komercprakse saskaņā ar direktīvu, ja tā attiecas uz produktu direktīvas izpratnē. Cik zināms, ES Tiesa par šo jautājumu nav paudusi savu nostāju. Novērtējumam par to, vai tirgotāja piedāvājums konkrētajā situācijā attiecas uz produktu direktīvas izpratnē, ir būtiska nozīme, lai iepriekš minētās valsts tiesību normas interpretētu Direktīvas materiālo normu gaismā. *Patent- och marknadsöverdomstolen* tādēļ vēlas saņemt atbildi uz turpinājumā formulētajiem jautājumiem.

#### Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu

1. Vai zelta novērtēšana un pirkšana no patērētājiem ir produkts (kombinēts produkts) Direktīvas 2005/29/EK par uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem 2. panta c), d) un i) punkta un 3. panta 1. punkta izpratnē tādā situācijā, kāda ir aplūkota pamatlietā?
2. Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir noliedzoša, vai zelta novērtēšana pamatlietā aplūkotajā situācijā ir produkts direktīvas izpratnē?

[..]