

**Υπόθεση C-379/23**

**Αίτηση προδικαστικής αποφάσεως**

**Ημερομηνία καταθέσεως:**

15 Ιουνίου 2023

**Αιτούν δικαστήριο:**

Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Σουηδία)

**Ημερομηνία της αποφάσεως του αιτούντος δικαστηρίου:**

13 Ιουνίου 2023

**Εκκαλούσα:**

Guldbrev AB

**Εφεσίβλητος:**

Konsumentombudsmannen

[παραλειπόμενα]

**Εφεσιβαλλόμενη απόφαση**

Απόφαση του Patent- och marknadsdomstolen, Stockholms tingsrätt (πρωτοβάθμιου δικαστηρίου διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών, πρωτοδικείο, Στοκχόλμη, Σουηδία) της 25ης Μαρτίου 2022 [παραλειπόμενα]

[σελ. 2 του πρωτοτύπου] Κατόπιν εκατέρωθεν προβολής νομικών επιχειρημάτων, το Patent- och marknadsöverdomstolen (εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών, Στοκχόλμη, Σουηδία), το οποίο φρονεί ότι δεν συντρέχουν λόγοι υποβολής του ερωτήματος που προτείνει ο Konsumentombudsmannen (Διαμεσολαβητής για θέματα Καταναλωτών, στο εξής: ΚΟ), αποφασίζει τα εξής:

**ΔΙΑΤΑΞΗ (επιδοτέα στις 14 Ιουνίου 2023)**

1. Το εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών διατάσσει την υποβολή αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως στο Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης δυνάμει του άρθρου 267 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η αίτηση αυτή να υποβληθεί στο

Δικαστήριο δυνάμει του συνημμένου στα παρόντα πρακτικά παραρτήματος Α.

2. Το εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών αναστέλλει τη διαδικασία μέχρι την έκδοση αποφάσεως από το Δικαστήριο.

[παραλειπόμενα]

**[σελ. 3 του πρωτοτύπου] Το αιτούν δικαστήριο**

- 1 [παραλειπόμενα] Svea hovrätt (εφετείο Svea, Στοκχόλμη, Σουηδία), Patent- och marknadsöverdomstolen,

[παραλειπόμενα] Στοκχόλμη, Σουηδία  
[παραλειπόμενα]

Διάδικοι της κύριας δίκης ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου

- 2 Εκκαλούσα: Guldbren AB, [παραλειπόμενα] Στοκχόλμη

[παραλειπόμενα]

Εφεσίβλητος: Konsumentombudsmannen, [παραλειπόμενα]  
Karlstad  
[παραλειπόμενα]

Αντικείμενο της δίκης: Αθέμιτη διαφήμιση

Προσφυγή ενώπιον του εθνικού δικαστηρίου και κρίσιμα πραγματικά περιστατικά

- 3 Η Guldbren AB (στο εξής: Guldbren) είναι διαδικτυακή εταιρία αγοράς χρυσού που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά στην αποτίμηση και αγορά χρυσού από καταναλωτές. Η Guldbren δεν διατηρεί φυσικά καταστήματα αλλά ασκεί την επιχειρηματική της δραστηριότητα που συνίσταται στην παροχή υπηρεσιών αγοράς και συγκρίσεως τιμών μέσω διαφόρων ιστοτόπων. Οι ισχυρισμοί και οι λοιπές πρακτικές που αποτελούν το αντικείμενο της αγωγής εμφανίστηκαν στους ιστοτόπους της Guldbren, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε επιστολές που εστάλησαν στους καταναλωτές από την [σελ. 4 του πρωτοτύπου] Guldbren. Ο ΚΟ υποστηρίζει ότι ορισμένες από τις διαφημίσεις πρέπει να απαγορευτούν και ότι η Guldbren πρέπει να υποχρεωθεί να παράσχει συγκεκριμένες πληροφορίες στους καταναλωτές.

Ο ΚΟ –κατά το μέτρο που είναι κρίσιμο εν προκειμένω– υποστηρίζει κυρίως και συνοπτικώς τα ακόλουθα. Το διαφημιζόμενο από την Guldbrev προϊόν πρέπει να θεωρηθεί ότι συνιστά δέσμη υπηρεσιών η οποία συνίσταται στην αποτίμηση και την αγορά χρυσού και για τον λόγο αυτό η διαφήμισή του εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του marknadsföringslagen (2008:486) (νόμου 486 του 2008 περί εμπορικής διαθέσεως, στο εξής: MFL). Η εμπορική διάθεση που πραγματοποιείται μέσω διαφημίσεων Google και σε ιστότοπους που περιέχουν εργαλεία συγκρίσεως είναι παραπλανητική, πρώτον, δυνάμει του σημείου 22 του παραρτήματος I, της οδηγίας 2005/29/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά (στο εξής: οδηγία) και, δεύτερον, δυνάμει των άρθρων 8 και 9 του MFL. Η διαφήμιση των τιμών αγοράς του χρυσού συνιστά διαφήμιση «δόλωμα» η οποία αντίκειται στα σημεία 5 και 6, στοιχείο γ', του παραρτήματος I της οδηγίας. Η Guldbrev είναι σαφές ότι δεν απέδειξε ότι οι ιστότοποι συνιστούν εμπορικές πρακτικές και ότι οι διαφημίσεις προέρχονται από την ίδια. Οι ανώτατες τιμές τις οποίες διαφημίζει η Guldbrev είναι παράλογες και, επιπροσθέτως, όσον αφορά τον χρυσό 24 καρατίων, απολύτως απρόβλεπτες και μη δυνάμενες να επιτευχθούν λόγω των απαιτήσεων που τίθενται από την Guldbrev. Επιπλέον, υπάρχουν παραπλανητικοί ισχυρισμοί ως προς την τιμή οι οποίοι επηρεάζουν τη δυνατότητα του καταναλωτή να λάβει τεκμηριωμένες αποφάσεις για τη συναλλαγή του δυνάμει του άρθρου 10, παράγραφος 2, σημείο 4, σε συνδυασμό με το άρθρο 8, παράγραφος 1, του MFL. Ο τρόπος δε με τον οποίον η Guldbrev διαφημίζει τις τιμές της είναι τόσο ασυνήθιστος σε σχέση με τις συνήθειες επιχειρηματικές δραστηριότητες, γενικώς, και τη δραστηριότητα αγοράς χρυσού, ειδικώς, που θα μπορούσε επίσης να θεωρηθεί ότι αντίκειται στις ορθές εμπορικές πρακτικές δυνάμει των άρθρων 5 και 6 του MFL. Η εκ μέρους της Guldbrev διαφήμιση της τιμής που η ίδια καταβάλλει για τον χρυσό στερείται πληροφοριακών στοιχείων σχετικών με την τιμολόγηση και στερείται επίσης λοιπών ουσιωδών πληροφοριών. Οι πλημμέλειες αυτές σημαίνουν ότι οι εν λόγω εμπορικές πρακτικές αντίκεινται στο άρθρο 5, το άρθρο 10, παράγραφος 3, και το άρθρο 12 του MFL. Με την τοποθέτηση χρονομέτρου αντίστροφης μετρήσεως απευθείας συνδεδεμένου με την προσφορά πωλήσεως χρυσού στην ανώτατη τιμή του, το οποίο στα σουηδικά εκφράζεται ως «kronor per gram» για συγκεκριμένη περιεκτικότητα σε καράτια, η Guldbrev μεταφέρει την εσφαλμένη εντύπωση ότι η τιμή συνδέεται με το χρονόμετρο αντίστροφης μέτρησης. Ως εκ τούτου, η εν λόγω εμπορική πρακτική είναι παραπλανητική δυνάμει του άρθρου 10 του MFL και αθέμιτη βάσει του άρθρου 8 του εν λόγω νόμου, καθόσον επηρεάζει τη δυνατότητα του καταναλωτή να καταλήξει σε [σελ. 5 του πρωτοτύπου] τεκμηριωμένη απόφαση για τη συναλλαγή του.

Η Guldbrev απορρίπτει τις ως άνω αιτιάσεις και υποστηρίζει κυρίως ότι δεν υπάρχουν πραγματικά περιστατικά από τα οποία να συνάγεται το συμπέρασμα ότι τυγχάνουν εφαρμογής είτε η οδηγία είτε ο MFL, καθόσον οι επίμαχες πρακτικές αφορούν υπηρεσίες αγοράς. Εν πάση περιπτώσει, κατά την Guldbrev, οι επίμαχες εμπορικές πρακτικές δεν είναι ούτε παραπλανητικές ούτε αθέμιτες. Επιπλέον, η Guldbrev προβάλλει, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα στοιχεία. Σε κάθε τμήμα της ιστοσελίδας συγκρίσεως τιμών υπάρχουν πληροφορίες ότι τα πληροφοριακά

στοιχεία προέρχονται από την Guldbren, γεγονός το οποίο καταδεικνύει ότι δεν τίθεται ζήτημα οποιασδήποτε συγκαλυμμένης διαφήμισης. Στους καταναλωτές παρέχονται επαρκείς πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο διαμορφώσεως των τιμών. Είναι σαφές τόσο από τους συμβατικούς όρους της Guldbren όσο και από τους ιστοτόπους στους οποίους δηλώνεται η τιμή ανά γραμμάριο, ότι η τιμή της εταιρίας καθορίζεται κατά την αποτίμηση του χρυσού. Επίσης, απαιτείται η αποδοχή της τιμής από τον καταναλωτή πριν από την πραγματοποίηση της πώλησης του χρυσού. Το χρονόμετρο αντίστροφης μέτρησης που εμφανίζεται στον ιστότοπο της εταιρίας δεν υποδηλώνει καθ' οιονδήποτε τρόπο ότι οποιαδήποτε προσφορά υπόκειται σε χρονικούς περιορισμούς. Στον μέσο καταναλωτή δεν δημιουργείται η εντύπωση ότι η αντίστροφη μέτρηση συνεπάγεται την ταχεία εκ μέρους του αντίδραση προκειμένου να επιτύχει συγκεκριμένη τιμή αγοράς.

- 4 Το κατώτερο ιεραρχικά δικαστήριο, ήτοι το πρωτοβάθμιο δικαστήριο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών, έκρινε ότι οι πρακτικές που χρησιμοποιούνται από τη Guldbren στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων της συνιστούν εμπορικές πρακτικές δυνάμει της οδηγίας. Το πρωτοβάθμιο δικαστήριο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών παραπέμπει στις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με την εκτέλεση/εφαρμογή της οδηγίας, της 25ης Μαΐου 2016 [SWD(2016) 163 τελικό], σημείο 1.1.2, όπου αναφέρεται ότι η αποτίμηση χρυσού με σκοπό την αγορά του μπορεί να συνιστά υπηρεσία η οποία εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας. Το πρωτοβάθμιο δικαστήριο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών έκρινε ότι οι πρακτικές τις οποίες αφορούν οι αιτιάσεις του ΚΟ δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι εξαιρούνται *per se* από το πεδίο εφαρμογής του MFL. Με την απειλή επιβολής χρηματικής ποινής ύψους 1 000 000 σουηδικών κορωνών (στο εξής: SEK), το πρωτοβάθμιο δικαστήριο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών απαγόρευσε συγκεκριμένες εμπορικές πρακτικές και διέταξε την Guldbren να παράσχει συγκεκριμένα πληροφοριακά στοιχεία στις διαφημίσεις της. Το πρωτοβάθμιο δικαστήριο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών έκρινε ότι οι εμπορικές πρακτικές της Guldbren είναι αθέμιτες λόγω, μεταξύ άλλων, του γεγονότος ότι:

- **[σελ. 6 του πρωτοτύπου]** οι πρακτικές της Guldbren που αφορούν την αποτίμηση [και] την αγορά χρυσού συνιστούν εμπορικές πρακτικές σε σχέση με ένα προϊόν δυνάμει της οδηγίας, γεγονός το οποίο αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την εφαρμογή του MFL·
- η διαφήμιση Google της εταιρίας στερείται λεπτομερειακών στοιχείων σχετικά με τον διαφημιστή, ο ιστότοπος που περιέχει το εργαλείο συγκρίσεως δεν είναι κατάλληλος σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία σχετικά με τη διαφημιστική ταυτοποίηση και τις λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τον διαφημιστή, πλην όμως το σημείο 22 της «μαύρης λίστας» [στο παράρτημα 1 της οδηγίας] δεν μπορεί να τύχει εφαρμογής·

- ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται οι πληροφορίες σχετικά με τον καθορισμό της τιμής του χρυσού δεν είναι ικανός να εξαλείψει την ψευδή εντύπωση που δημιουργείται στον μέσο καταναλωτή ότι η τιμή αγοράς που δηλώνεται στη διαφήμιση προσφέρεται ανά γραμμάριο χρυσού ανεξαρτήτως του πωλούμενου βάρους ή της αμεσότητας με την οποία αυτός αποστέλλεται στη Guldbrev, και
  - υπάρχει σημαντικός κίνδυνος ο μέσος καταναλωτής, με μια φευγαλέα ματιά στον ιστότοπο, να συμπεράνει εσφαλμένα ότι η ταχύτητα με την οποία γίνεται η παραγγελία ενός «Guldbrev» [δηλαδή του πακέτου που αποστέλλει η εταιρία με το οποίο ο χρυσός επιστρέφεται σε αυτήν] επηρεάζει την τιμή του χρυσού τον οποίο προσδοκά να πωλήσει ο καταναλωτής.
- 5 Η Guldbrev άσκησε έφεση κατά ορισμένων κεφαλαίων της εν λόγω αποφάσεως ενώπιον του εφετείου διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών και υποστηρίζει ότι η αγωγή του ΚΟ πρέπει να απορριφθεί. Ο ΚΟ αντιτίθεται σε οποιαδήποτε μεταβολή της αποφάσεως.
- 6 Το εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών καλείται, μεταξύ άλλων, να αποφανθεί εάν οι πρακτικές της Guldbrev συνιστούν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Προκειμένου να εξεταστεί το ουσιαστικό αυτό ζήτημα, το αιτούν δικαστήριο καλείται αρχικώς να εξακριβώσει εάν στην επίμαχη περίπτωση έχουν εφαρμογή η οδηγία και ο MFL. Κατά συνέπεια, το εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών πρέπει, εφαρμόζοντας το άρθρο 2, στοιχεία γ', δ', και θ', και το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας, να αποφανθεί σχετικά με το κατά πόσον η αποτίμηση και αγορά χρυσού από καταναλωτές και οι κρίσιμες εν προκειμένω εμπορικές πρακτικές μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστούν εμπορικές πρακτικές δυνάμει της εν λόγω οδηγίας.

**[σελ. 7 του πρωτοτύπου] Σχετικές εθνικές διατάξεις και δικαστικές αποφάσεις**

- 7 Οι διατάξεις του MFL εφαρμόζουν την οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Οι σχετικές σουηδικές διατάξεις ανευρίσκονται στα άρθρα 5, 6, 8, 9, 10 και 12, του MFL. Έχουν ως ακολούθως:

**Άρθρο 5 του MFL**

«Η εμπορία πρέπει να συμμορφώνεται προς τις ορθές εμπορικές πρακτικές».

**Άρθρο 6 του MFL**

«Εμπορία η οποία δεν συμμορφώνεται προς τις ορθές εμπορικές πρακτικές δυνάμει του άρθρου 5 θεωρείται αθέμιτη εφόσον δύναται, σε σημαντικό βαθμό, να επηρεάσει ή είναι πιθανό να επηρεάσει τη δυνατότητα του αποδέκτη να λάβει τεκμηριωμένες αποφάσεις για τις συναλλαγές του».

**Άρθρο 8 του MFL**

«Εμπορικές πρακτικές οι οποίες είναι παραπλανητικές δυνάμει των διαλαμβανομένων σε οποιοδήποτε από τα άρθρα 9, 10 ή 12 έως 17 του παρόντος νόμου λογίζονται ως αθέμιτες εφόσον επηρεάζουν ή ενδέχεται να επηρεάσουν τη δυνατότητα του αποδέκτη να λάβει τεκμηριωμένες αποφάσεις για τις συναλλαγές του.

Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές όπως αυτές που απαριθμούνται στα σημεία 1 έως 23 του παραρτήματος I, της οδηγίας 2005/29/ΕΚ, λογίζονται πάντοτε ως αθέμιτες».

#### Άρθρο 9 του MFL

«Όλες οι εμπορικές πρακτικές πρέπει να είναι σχεδιασμένες και να παρουσιάζονται κατά τρόπον ώστε να καθίσταται απολύτως σαφές ότι αφορούν την εμπορική διάθεση.

Πρέπει επίσης να καθίσταται σαφές ποιο είναι το υπεύθυνο για την εμπορική διάθεση πρόσωπο. Τούτο, ωστόσο, δεν είναι απαραίτητο στην περίπτωση δηλώσεων οι οποίες σκοπούν αποκλειστικά στο να επιστήσουν την προσοχή πριν από τις επόμενες δηλώσεις».

#### [σελ. 8 του πρωτοτύπου] Άρθρο 10 του MFL

«Στο πλαίσιο της εμπορίας, ο εμπορευόμενος δεν μπορεί να κάνει χρήση ψευδών ισχυρισμών ή άλλων δηλώσεων οι οποίες είναι παραπλανητικές ως προς την επιχειρηματική δραστηριότητα είτε του ίδιου είτε τρίτων.

Η πρώτη παράγραφος του παρόντος άρθρου εφαρμόζεται ιδίως όσον αφορά δηλώσεις σχετικά με:

1. την εμφάνιση, τη φύση, την ποσότητα, την ποιότητα και άλλες χαρακτηριστικές ιδιότητες του προϊόντος·

[παραλειπόμενα]

4. την τιμή, τη βάση υπολογισμού της τιμής, τα πλεονεκτήματα ειδικών τιμών και τους όρους πληρωμής του προϊόντος·

[παραλειπόμενα]

Ομοίως, ο εμπορευόμενος δεν επιτρέπεται να παραλείπει ουσιώδεις πληροφορίες σχετικά με τη δική του εμπορική δραστηριότητα ή την εμπορική δραστηριότητα τρίτων. Μεταξύ των παραπλανητικών δηλώσεων συγκαταλέγονται επίσης περιπτώσεις στις οποίες οι ουσιώδεις πληροφορίες παρέχονται κατά ασαφή, μη κατανοητό, συγκεχυμένο ή άλλον ακατάλληλο τρόπο.

#### Άρθρο 12 του MFL

«Εμπορική πρακτική είναι παραπλανητική εάν ο εμπορευόμενος προσφέρει στον καταναλωτή, στο πλαίσιο δηλώσεως, ένα συγκεκριμένο προϊόν σε καθορισμένη τιμή χωρίς να παρέχονται οι κάτωθι ουσιώδεις πληροφορίες:

1. [σελ. 9 του πρωτοτύπου] τα διακριτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, στον βαθμό που αυτό είναι κατάλληλο για το μέσο και το προϊόν·
2. την τιμή και την τιμή μονάδα κατά τον τρόπο που ορίζεται στα άρθρα 7 έως 10 του prisinformationslagen (2004:347) (νόμου 347 του 2007 σχετικά τις πληροφορίες τιμολογήσεως)·
3. την ταυτότητα και τη γεωγραφική διεύθυνση του εμπορευόμενου·
4. τους όρους πληρωμής, παράδοσης και λειτουργίας εφόσον αυτοί διαφέρουν από αυτούς που συνηθίζονται για τη βιομηχανία ή το επίμαχο προϊόν·
5. πληροφορίες σχετικά με το δικαίωμα υπαναχώρησης ή το δικαίωμα ακυρώσεως της αγοράς, οι οποίες επιβάλλεται εκ του νόμου να παρέχονται στον καταναλωτή·

Η εμπορική πρακτική είναι επίσης παραπλανητική εάν ο εμπορευόμενος προσφέρει στον καταναλωτή, στο πλαίσιο δηλώσεως, διάφορα επιμέρους προϊόντα με λεπτομέρειες επί μίας συνολικής τιμής χωρίς η εν λόγω προσφορά να περιέχει ουσιώδη πληροφοριακά στοιχεία σύμφωνα με τις περιπτώσεις 1 έως 5 της πρώτης παραγράφου του παρόντος άρθρου».

#### Σχετικές διατάξεις του δικαίου της Ένωσης

- 8 Το άρθρο 2, στοιχεία γ', δ' και θ', και το άρθρο 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Μαΐου 2005, για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά, ορίζει τα εξής:

«Άρθρο 2

Ορισμοί

Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας νοούνται ως: [παραλειπόμενα]

γ) «προϊόν»: κάθε αγαθό ή υπηρεσία, συμπεριλαμβανομένης της ακίνητης περιουσίας, των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων·

δ) «εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές» (οι οποίες αναφέρονται στο εξής και ως «εμπορικές πρακτικές»): κάθε πράξη, παράλειψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός

εμπορευομένου, άμεσα συνδεδεμένη με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές·

**[σελ. 10 του πρωτοτύπου]** [παραλειπόμενα]

θ) «πρόσκληση για αγορά»: η εμπορική επικοινωνία στην οποία αναφέρονται χαρακτηριστικά του προϊόντος και η τιμή, με τρόπο ο οποίος ενδείκνυται για τα μέσα της εμπορικής επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται, ούτως ώστε να έχει ο καταναλωτής τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την αγορά·

Άρθρο 3

Πεδίο εφαρμογής

1. Η παρούσα οδηγία ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές, όπως αυτές θεσπίζονται στο άρθρο 5, πριν, κατά τη διάρκεια και ύστερα από εμπορική συναλλαγή σχετιζόμενη με ένα συγκεκριμένο προϊόν.»

- 9 Στην ανακοίνωση με τίτλο «Κατευθυντήριες γραμμές για την ερμηνεία και την εφαρμογή της οδηγίας 2005/29/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά» (ΕΕ 2021, C 526, σ. 1), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει ρητώς ότι η αντίστροφη περίπτωση [αυτών] των εμπορικών πρακτικών [που αναφέρονται στην οδηγία], κατά την οποία οι εμπορευόμενοι αγοράζουν προϊόντα από καταναλωτές, δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, πλην όμως υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες μπορεί να στοιχειοθετηθεί σχέση μεταξύ της πώλησης ενός προϊόντος από καταναλωτή σε εμπορευόμενο και της προώθησης, πώλησης ή προμήθειας (διαφορετικού) προϊόντος στον καταναλωτή. Ως παράδειγμα, αναφέρεται ότι η αγορά και μεταπώληση χρυσού θα μπορούσε σε ορισμένες περιπτώσεις να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές. Για παράδειγμα, εμπορευόμενος που παρέχει στους καταναλωτές επαγγελματική αποτίμηση του χρυσού τους προτού τον αγοράσει θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι παρέχει υπηρεσία στους καταναλωτές. Στην περίπτωση αυτή έχει εφαρμογή η οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και, κατά συνέπεια, ο εμπορευόμενος δεν θα πρέπει να παρέχει παραπλανητικές πληροφορίες σχετικά με την πραγματική αξία του χρυσού ή σχετικά με την τιμή της παρεχόμενης υπηρεσίας (σημείο 2.3.2).
- 10 Στην απόφαση του Δικαστηρίου της 15ης Μαρτίου 2012, Pereničová και Perenič (C-453/10, EU:C:2012:144), το Δικαστήριο υπενθύμισε ότι το άρθρο 2, στοιχείο δ', της οδηγίας ορίζει, χρησιμοποιώντας ιδιαίτερος ευρεία διατύπωση, την έννοια «εμπορική πρακτική» (σκέψη 38). Περαιτέρω, επισήμανε **[σελ. 11 του πρωτοτύπου]** ότι, δυνάμει του άρθρου 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29, σε συνδυασμό με το άρθρο 2, στοιχείο γ', της ίδιας οδηγίας, η εν λόγω οδηγία ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές



πριν, κατά τη διάρκεια ή ύστερα από εμπορική συναλλαγή που αφορά οποιοδήποτε αγαθό ή υπηρεσία (σκέψη 39).

- 11 Το Δικαστήριο έκρινε με την απόφαση της 20ής Ιουλίου 2017, *Gelvora* (C-357/16, EU:C:2017:537), μεταξύ άλλων, ότι βάσει του άρθρου 3, παράγραφος 1, της οδηγίας για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, υπό το πρίσμα της αιτιολογικής της σκέψης 13, η εν λόγω οδηγία εφαρμόζεται στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές που ασκεί επιχείρηση ακόμη και εκτός οιασδήποτε συμβατικής σχέσης, δηλαδή πριν ή μετά τη σύναψη σύμβασης, ή κατά τη διάρκεια της εκτέλεσής της (σκέψη 20). Το Δικαστήριο έκρινε ότι η φράση «άμεσα συνδεδεμένη με την πώληση ενός προϊόντος» καλύπτει κάθε μέτρο που ελήφθη σε σχέση όχι μόνον με τη σύναψη σύμβασης, αλλά και με την εκτέλεσή της και, μεταξύ άλλων, τα μέτρα που ελήφθησαν για την είσπραξη της πληρωμής του προϊόντος (σκέψη 21). Με την απόφαση αυτή κρίθηκε επίσης ότι δραστηριότητες είσπραξης οφειλών μπορούν να εκληφθούν ως «προϊόν» κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο γ', της εν λόγω οδηγίας (σκέψη 23).
- 12 Στην απόφαση του Δικαστηρίου της 7ης Σεπτεμβρίου 2016, *Deroo-Blanquart* (C-310/15, EU:C:2016:623), το Δικαστήριο έκρινε ότι οι συνοδευόμενες με παρεπόμενες παροχές προσφορές, που βασίζονται στον συνδυασμό τουλάχιστον δύο χωριστών προϊόντων ή υπηρεσιών σε μία μόνον προσφορά, αποτελούν εμπορικές πράξεις που σαφώς εντάσσονται στο πλαίσιο της εμπορικής στρατηγικής ενός επιχειρηματία και ευθέως αφορούν την προώθηση των προϊόντων του και τη διοχέτευσή τους στην αγορά. Επομένως, κατά την άποψη του Δικαστηρίου, αποτελούν σαφώς εμπορικές πρακτικές υπό την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο δ', της οδηγίας 2005/29 (σκέψη 28).
- 13 Επιπλέον, στην απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Σεπτεμβρίου 2022, *Vicente* (C-335/21, EU:C:2022:720), το Δικαστήριο έκρινε ότι το άρθρο 2, στοιχείο δ', της οδηγίας 2005/29 ορίζει, χρησιμοποιώντας ιδιαίτερα ευρεία διατύπωση, την έννοια «εμπορική πρακτική» και ότι δυνάμει του άρθρου 3, παράγραφος 1, σε συνδυασμό με το άρθρο 2, στοιχείο γ', της οδηγίας 2005/29, η οδηγία αυτή ισχύει για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές πριν, κατά τη διάρκεια ή ύστερα από εμπορική συναλλαγή που αφορά οποιοδήποτε αγαθό ή υπηρεσία (σκέψεις 83 και 84).

**[σελ. 12 του πρωτοτύπου]** Η ανάγκη υποβολής αιτήσεως προδικαστικής αποφάσεως

- 14 Κατά την άποψη του εφετείου διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών, είναι δυνατόν να θεωρηθεί, υπό το πρίσμα της προεκτεθείσας νομολογίας, ότι η επίμαχη διαφήμιση μπορεί να συνιστά εμπορική πρακτική δυνάμει της οδηγίας, υπό την προϋπόθεση ότι συνδέεται με κάποιο προϊόν, κατά την έννοια της εν λόγω οδηγίας. Όπως είναι προφανές, το Δικαστήριο δεν έχει αποφανθεί επί του συγκεκριμένου ζητήματος. Η εξέταση του ζητήματος εάν η προσφορά του εμπορευόμενου στην επίμαχη περίπτωση συνδέεται με προϊόν κατά την έννοια

της οδηγίας είναι κρίσιμη προκειμένου να εξακριβωθεί εάν οι ως άνω παρατιθέμενες εθνικές διατάξεις πρέπει να ερμηνευθούν υπό το πρίσμα των κανόνων ουσιαστικού δικαίου της οδηγίας. Ως εκ τούτου, το εφετείο διανοητικής ιδιοκτησίας και εμπορικών διαφορών υποβάλλει τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα.

#### Προδικαστικά ερωτήματα

- «1. Μπορεί να θεωρηθεί ότι, σε περιπτώσεις όπως αυτή που εκκρεμεί ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου, η αποτίμηση και η αγορά χρυσού από καταναλωτές συνιστά προϊόν (σύνθετο προϊόν) κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχεία γ', δ' και θ', και του άρθρου 3, παράγραφος 1, της οδηγίας 2005/29 για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά;
2. Σε περίπτωση αρνητικής απάντησως στο πρώτο προδικαστικό ερώτημα, συνιστά προϊόν κατά την έννοια της εν λόγω οδηγίας η αποτίμηση του χρυσού σε περιπτώσεις όπως αυτή που εκκρεμεί ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου;»

[παραλειπόμενα]