

Cauza C-379/23**Cerere de decizie preliminară****Data depunerii:**

15 iunie 2023

Instanța de trimitere:

Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Suedia)

Data deciziei de trimitere:

13 iunie 2023

Apelantă:

Guldbrev AB

Intimat:

Konsumentombudsmannen

[...]

HOTĂRÂREA ATACATĂ

Hotărârea Patent- och marknadsdomstolen, Stockholms tingsrätt (Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice, Stockholm, Suedia) din 25 martie 2022 [...]

[OR. 2] În urma unei argumentații juridice, Patent- och marknadsdomstolen, Stockholms tingsrätt (Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice, Stockholm, Suedia), care nu consideră că se justifică adresarea întrebării propuse de Konsumentombudsmannen (Ombudsmanul consumatorilor, denumit în continuare „KO”), hotărăște după cum urmează

ORDONANȚĂ (a se comunica la 14 iunie 2023)

1. Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice dispune obținerea unei decizii preliminare din partea Curții de Justiție a Uniunii Europene în temeiul articolului 267 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene și sesizarea Curții de Justiție cu o cerere de decizie preliminară în conformitate cu anexa A la prezenta minută.

2. Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice declară că suspendă judecarea cauzei până la pronunțarea deciziei Curții de Justiție a Uniunii Europene.

[...]

[OR. 3] Instanța de trimitere

- 1 [...] Svea hovrätt (Curtea de Apel din Svea, Stockholm, Suedia), Patent- och marknadsöverdomstolen,

[...] Stockholm, Suedia

[...]

Părțile din procedura principală

- 2 Apelantă: Guldbrev AB, [...] Stockholm

[...]

Intimat: Konsumentombudsmannen, [...] Karlstad
[...]

Obiectul: Publicitate neloială

Procedura în fața instanței naționale și situația de fapt relevantă

- 3 Guldbrev AB (Guldbrev) este o societate care achiziționează aur pe internet și care desfășoară activități de evaluare și de achiziționare de aur de la consumatori. Guldbrev nu dispune de magazine fizice, ci își desfășoară activitatea de achiziționare și prestează serviciul de comparare a prețurilor pe diferite site-uri. Afirmațiile și alte practici care fac obiectul procedurii au apărut pe site-urile Guldbrev, pe platformele de comunicare socială și în scrisorile trimise consumatorilor de **[OR. 4]** de către Guldbrev. KO a susținut că anumite anunțuri publicitare ar trebui interzise și că Guldbrev ar trebui să fie obligată să furnizeze anumite informații consumatorilor.

KO a invocat – în părțile relevante pentru prezenta cauză – în principal și în rezumat, aspectele enunțate în continuare. Produsul promovat de Guldbrev ar trebui considerat un serviciu grupat constând în evaluarea și achiziționarea aurului, motiv pentru care publicitatea intră în domeniul de aplicare al marknadsföringslagen (2008:486) [Legea (2008:486) privind comercializarea, denumită în continuare „MFL”). Comercializarea realizată prin intermediul

anunțurilor publicitare pe Google și pe site-uri cu instrument de comparare este înșelătoare și neloială, în primul rând, în temeiul punctului 22 din anexa I la Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori (denumită în continuare „directiva”) și, în al doilea rând, în temeiul articolelor 8 și 9 din MFL. Publicitatea legată de prețurile aurului constituie o publicitate-capcană contrară punctului 5 și punctului 6 litera (c) din anexa I la directivă. Guldbrev nu a identificat în mod suficient de clar site-urile ca fiind de comercializare și nu a anunțat că Guldbrev este autorul publicității. Prețurile cele mai ridicate anunțate de Guldbrev sunt nerezonabile și, în plus, în ceea ce privește aurul de 24 de carate, acestea sunt complet imprevizibile sau imposibil de obținut ca urmare a cerințelor stabilite de Guldbrev. În plus, există afirmații înșelătoare privind prețul care afectează capacitatea consumatorului de a lua o decizie privind tranzacția în cunoștință de cauză în temeiul articolului 10 al doilea paragraf punctul 4 coroborat cu articolul 8 primul paragraf din MFL. Modul în care Guldbrev își promovează prețurile este, de asemenea, atât de neobișnuit în comparație cu activitățile comerciale în general și cu activitatea de achiziționare de aur în special, încât poate fi de asemenea considerat ca fiind contrar bunelor practici de comercializare conform articolelor 5 și 6 din MFL. Publicitatea făcută de Guldbrev cu privire la prețul pe care societatea îl plătește pentru aur nu conține suficiente informații privind prețurile și nici alte informații esențiale. Aceste deficiențe au drept consecință faptul că comercializarea este contrară articolului 5, articolului 10 al treilea paragraf și articolului 12 din MFL. Prin plasarea unui cronometru cu numărătoare inversă direct legat de o ofertă de vânzare a aurului la cel mai mare preț al aurului, exprimat în coroane suedeze pe gram pentru un anumit conținut de carate, Guldbrev a creat impresia eronată că există o legătură între acest preț și cronometrul cu numărătoare inversă. Prin urmare, comercializarea este înșelătoare în temeiul articolului 10 din MFL și neloială în temeiul articolului 8 din această lege, întrucât a afectat capacitatea consumatorului de a lua o [OR. 5] decizie privind tranzacția în cunoștință de cauză.

Guldbrev a contestat aceste afirmații și a susținut în principal că nu există fapte care să conducă la aplicarea nici a directivei, nici a MFL, întrucât practicile în cauză se referă la achiziționarea de servicii. În orice caz, potrivit Guldbrev, comercializarea nu este nici înșelătoare, nici neloială. În plus, Guldbrev a prezentat, printre altele, următoarele elemente. În fiecare secțiune a paginii de comparare a prețurilor există informații potrivit cărora Guldbrev este autorul informațiilor, motiv pentru care nu se pune problema unei publicități mascate. Consumatorilor li s-au furnizat suficiente informații cu privire la modul în care este stabilit prețul. Reiese în mod clar atât din clauzele contractuale ale Guldbrev, cât și în strânsă legătură cu locurile în care este indicat prețul pe gram că prețul indicat de societate este stabilit la momentul evaluării. Înainte să aibă loc vânzarea aurului, se solicită de asemenea acceptarea prețului de către consumator. Cronometrul cu numărătoare inversă prezent pe site-ul societății nu înseamnă nicidecum că orice ofertă este limitată în timp. Consumatorul mediu nu are

impresia că numărătoarea inversă înseamnă că este necesară o acțiune rapidă pentru a obține un anumit preț de cumpărare.

4 Instanța de fond, Tribunalul pentru Brevete și Litigii Economice, a considerat că practicile utilizate de Guldbrev în cadrul activității sale constituie practici comerciale în sensul directivei. Tribunalul pentru Brevete și Litigii Economice a făcut trimitere la Orientările Comisiei Europene privind implementarea/aplicarea directivei, SWD(2016) 163 final din 25 mai 2016, punctul 1.1.2, în care se precizează că evaluarea aurului pentru achiziționare poate constitui un serviciu care intră în domeniul de aplicare al directivei. Tribunalul pentru Brevete și Litigii Economice a constatat că practicile vizate de afirmațiile KO nu pot fi considerate *per se* ca fiind excluse din domeniul de aplicare al MFL. Aplicând o amendă de 1 000 000 de coroane suedeze, Tribunalul pentru Brevete și Litigii Economice a interzis anumite practici de comercializare și a obligat Guldbrev să furnizeze anumite informații în publicitatea sa. Tribunalul pentru Brevete și Litigii Economice a constatat caracterul neloial al practicilor de comercializare ale Guldbrev, *inter alia* pe baza faptului că

- [OR. 6] practicile Guldbrev referitoare la evaluarea [și] achiziționare aurului au constituit o practică comercială referitoare la un produs în sensul directivei, care a fost considerată o condiție prealabilă pentru aplicarea MFL;
- publicitatea societății pe Google nu conținea detalii cu privire la persoana care își face publicitate, site-ul care conținea instrumentul de comparare era inadecvat potrivit dreptului național în ceea ce privește identificarea publicității și detaliile persoanei care își face publicitate, însă punctul 22 din „lista neagră” [din anexa 1 la directivă] nu era aplicabil;
- modul în care au fost prezentate informațiile privind stabilirea prețului aurului nu a diminuat impresia greșită a consumatorului mediu potrivit căreia prețul indicat în anunțul publicitar ar fi oferit pe gram de aur indiferent de greutatea vândută sau de rapiditatea cu care a fost trimis către Guldbrev și
- exista un risc semnificativ ca un consumator mediu, la o analiză sumară a paginii de internet, să concluzioneze în mod eronat că rapiditatea cu care este comandat un „Guldbrev” [pachetul expediat de societate în care urma ca aurul să fie trimis societății] va afecta prețul aurului pe care consumatorul dorește să îl vândă.

5 Guldbrev a declarat apel împotriva anumitor părți din această hotărâre la Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice și a solicitat respingerea acțiunii KO. KO s-a opus oricărei modificări a hotărârii.

6 Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice trebuie să se pronunțe, printre altele, cu privire la aspectul dacă practicile adoptate de Guldbrev constituie practici comerciale neloiale. Pentru a aprecia acest aspect material, instanța trebuie mai întâi să verifice dacă directiva și MFL sunt aplicabile în situația în discuție. În consecință, în aplicarea articolului 2 literele (c), (d) și (i) și a

articolului 3 alineatul (1) din directivă, Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice trebuie să se pronunțe cu privire la măsura în care evaluarea și achiziționarea aurului de la consumatori și practicile relevante în speță pot fi considerate practici comerciale în sensul directivei.

[OR. 7] Dispoziții naționale și hotărâri judecătorești relevante

- 7 Dispozițiile din MFL transpun Directiva privind practicile comerciale neloiale. Dispozițiile suedeze relevante se regăsesc la articolele 5, 6, 8, 9, 10 și 12 din MFL. Acestea au următorul cuprins:

Articolul 5 din MFL

„Comercializarea respectă bunele practici de comercializare.”

Articolul 5 din MFL

„Comercializarea care nu respectă bunele practici de comercializare prevăzute la articolul 5 este considerată neloială în cazul în care, într-o măsură semnificativă, afectează sau poate afecta capacitatea destinatarului de a lua o decizie privind tranzacția în cunoștință de cauză.”

Articolul 8 din MFL

„Comercializarea înșelătoare în temeiul oricăreia dintre dispozițiile articolelor 9, 10 sau 12-17 este considerată neloială în cazul în care afectează sau poate afecta capacitatea destinatarului de a lua o decizie privind tranzacția în cunoștință de cauză.

Comercializarea înșelătoare prevăzută la punctele 1-23 din anexa I la Directiva 2005/29/CE este considerată întotdeauna neloială.”

Articolul 9 din MFL

„Orice comercializare este concepută și prezentată astfel încât să se înțeleagă în mod clar că este vorba despre comercializare.

De asemenea, trebuie să fie clar cine este responsabil de comercializare. Totuși, acest lucru nu este obligatoriu în cazul declarațiilor al căror unic scop este de a atrage atenția înainte de declarațiile ulterioare.”

[OR. 8] Articolul 10 din MFL

„În strategia de comercializare, un comerciant nu poate să recurgă la afirmații eronate sau la reprezentări înșelătoare cu privire la propriile activități comerciale sau la cele ale altui profesionist.

Primul paragraf se aplică în special în ceea ce privește declarațiile referitoare la:

1. prezența, natura, cantitatea, calitatea și alte proprietăți distinctive ale produsului;

[...]

4. prețul produsului, baza de calcul a prețului, avantajele de preț special și condițiile de plată

[...]

Un comerciant nu poate nici să omită informații esențiale în materialele promoționale referitoare la propria activitate comercială sau la cea a altei persoane. Omisiunile înșelătoare includ, de asemenea, cazurile în care informațiile esențiale sunt furnizate într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu sau în alt mod necorespunzător.”

Articolul 12 din MFL

„Comercializarea este înșelătoare în cazul în care comerciantul oferă consumatorului, printr-o declarație, un anumit produs la un preț stabilit, fără a furniza următoarele informații esențiale:

1. **[OR. 9]** caracteristicile distinctive ale produsului, cu condiția ca acest lucru să fie adecvat mediului de comunicare utilizat și produsului în cauză;
2. prețul și prețul unitar indicate în modul prevăzut la articolele 7-10 din prisinformationslagen (2004:347) [Legea (2004: 347) privind informațiile referitoare la prețuri];
3. identitatea și adresa geografică ale comerciantului;
4. condițiile de plată, livrare și executare, în cazul în care se abat de la ceea ce este obișnuit pentru industrie sau pentru produsul în cauză;
5. informații privind dreptul de retragere sau dreptul de anulare a unei achiziții, care, conform legii, trebuie furnizate consumatorului.

Comercializarea este de asemenea înșelătoare în cazul în care comerciantul oferă consumatorului, printr-o declarație, mai multe produse specifice cu detalii privind un preț global, fără ca oferta să conțină informații esențiale în conformitate cu punctele 1-5 de la primul paragraf.”

Dispozițiile de drept al Uniunii pertinente

- 8 Articolul 2 literele (c), (d) și (i) și articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2005/29 a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori au următorul cuprins:

„Articolul 2

Definiții

În sensul prezentei directive: [...]

(c) «produs» înseamnă orice bun sau serviciu, inclusiv bunuri imobile, servicii digitale și conținut digital, precum și drepturi și obligații;

(d) «practici ale întreprinderilor față de consumatori» (denumite în continuare practici comerciale) înseamnă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau comunicare comercială, inclusiv publicitatea și comercializarea, efectuată de un comerciant, în directă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs către consumatori;

[OR. 10] [...]

(i) «invitație de a cumpăra» înseamnă o comunicare comercială care arată caracteristicile unui produs și prețul într-o manieră corespunzătoare mijloacelor de comunicare comercială folosite și care îl determină pe consumator să cumpere un produs;

Articolul 3

Domeniul de aplicare

(1) Prezenta directivă se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori definite la articolul 5 înainte, în timpul și după o tranzacție comercială în legătură cu un produs.”

- 9 Într-o comunicare intitulată „Orientări privind interpretarea și aplicarea Directivei 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori” (JO C 526, 29.12.2021, p. 1), Comisia Europeană precizează în mod expres că situația inversă a [acestor] practici comerciale [prevăzute de directivă], în care comercianții cumpără produse de la consumatori, nu intră în domeniul de aplicare al directivei, dar că există totuși cazuri în care se poate stabili o legătură între vânzarea unui produs de către consumator unui comerciant și promovarea, vânzarea sau furnizarea unui produs (diferit) către consumator. Cu titlu de exemplu, se afirmă că achiziționarea și revânzarea aurului ar putea intra, în anumite situații, sub incidența directivei. De exemplu, un comerciant care oferă

consumatorilor o evaluare profesională a aurului acestora înainte de a-l achiziționa ar putea fi considerat ca prestând un serviciu pentru consumatori. În acest caz, își va găsi aplicarea Directiva privind practicile comerciale neloiale și, în consecință, comerciantul nu trebuie să furnizeze informații înșelătoare cu privire la valoarea reală a aurului sau cu privire la prețul serviciului furnizat (punctul 2.3.2).

- 10 În Hotărârea Curții de Justiție din 15 martie 2012, Pereničová și Perenič (C-453/10, EU:C:2012:144), Curtea de Justiție a Uniunii Europene a amintit că articolul 2 litera (d) din directivă utilizează o formulare deosebit de largă atunci când definește noțiunea de „practică comercială” (punctul 38). În plus, se precizează **[OR. 11]** că, în temeiul articolului 3 alineatul (1) din directivă coroborat cu articolul 2 litera (c) din aceasta, directiva se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori, înainte, în timpul sau după o tranzacție comercială în legătură cu orice bun sau serviciu (punctul 39).
- 11 Curtea de Justiție a Uniunii Europene a precizat, în Hotărârea din 20 iulie 2017, Gelvora (C-357/16, EU:C:2017:537), printre altele, că, în temeiul articolului 3 alineatul (1) din directivă, interpretat în lumina considerentului (13) al acesteia, directiva menționată se aplică practicilor comerciale neloiale la care ar recurge o întreprindere, chiar în afara oricăror relații contractuale, cu alte cuvinte, înainte sau după încheierea unui contract, sau după încheierea unui contract sau pe perioada de valabilitate a acestuia (punctul 20). Curtea a constatat că termenii „în legătură directă cu vânzarea unui produs” acoperă orice măsură luată nu doar în legătură cu încheierea unui contract, ci și cu executarea acestuia, în special măsurile luate în vederea obținerii plății produsului (punctul 21). S-a statuat că activitățile de recuperare a creanței pot fi considerate „produs” în sensul articolului 2 litera (c) din directivă (punctul 23).
- 12 În Hotărârea Curții de Justiție din 7 septembrie 2016 pronunțată în cauza C-310/15, Deroo-Blanquart (EU:C:2016:623), Curtea a statuat că ofertele comune, care se bazează pe combinarea a cel puțin două produse sau servicii diferite într- o singură ofertă, constituie acte comerciale care se înscriu în mod clar în cadrul strategiei comerciale a unui operator și care urmăresc în mod direct promovarea și derularea vânzărilor acestuia. Rezultă, în opinia Curții, că acestea constituie practici comerciale în sensul articolului 2 litera (d) din directivă (punctul 28).
- 13 În plus, în Hotărârea Curții de Justiție a Uniunii Europene din 22 septembrie 2022, Vicente (C-335/21, EU:C:2022:720), s-a statuat că articolul 2 litera (d) din directivă utilizează o formulare deosebit de largă atunci când definește noțiunea de „practică comercială” și că, în temeiul articolului 3 alineatul (1) din directivă coroborat cu articolul 2 litera (c) din aceasta, directiva se aplică practicilor comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori, înainte, în timpul sau după o tranzacție comercială în legătură cu orice bun sau serviciu (punctele 83 și 84).

[OR. 12] Prezentarea motivelor trimiterii preliminare

- 14 În opinia Curții de Apel pentru Brevete și Litigii Economice, este posibil să se constate, în lumina jurisprudenței prezentate mai sus, că publicitatea în cauză poate constitui o practică comercială în sensul directivei, cu condiția să se refere la un produs în sensul directivei. După cum reiese din cele de mai sus, Curtea de Justiție a Uniunii Europene nu s-a pronunțat cu privire la această chestiune. Aprecierea aspectului dacă oferta comerciantului în situația în discuție se referă la un produs în sensul directivei este relevantă pentru a stabili dacă dispozițiile naționale menționate mai sus trebuie interpretate în lumina dispozițiilor materiale ale directivei. Prin urmare, Curtea de Apel pentru Brevete și Litigii Economice solicită pronunțarea unei decizii preliminare cu privire la întrebările enunțate în continuare.

Cerere de decizie preliminară

1. Într-o situație precum cea în discuție în fața instanței naționale, evaluarea și achiziționarea aurului de la consumatori constituie un produs (produs combinat) în sensul articolului 2 literele (c), (d) și (i) și al articolului 3 alineatul (1) din Directiva 2005/29 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori?
2. În cazul unui răspuns negativ la prima întrebare, evaluarea aurului în situația în discuție în fața instanței naționale constituie un produs în sensul directivei?

[...]