Дело C-88/23

Резюме на преюдициалното запитване съгласно член 98, параграф 1 от Процедурния правилник на Съда

Дата на постъпване в Съда:

15 февруари 2023 г.

Запитваща юрисдикция:

Svea Hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Швеция)

Дата на акта за преюдициално запитване:

13 февруари 2023 г.

Жалбоподател:

Parfümerie Akzente GmbH

Ответник:

KTF Organisation AB

Предмет на главното производство

Търговия с козметични продукти (онлайн продажби); забрана за използване на някои маркетингови твърдения и за търговия с някои стоки.

Предмет и правно основание на преюдициалното запитване

Тълкуване на член 3, параграф 2 от Директива 2000/31/ЕО; обхват на координираната област. Член 267 ДФЕС.

Преюдициални въпроси

1) Като се има предвид правото на Съюза като цяло и ефективното му прилагане, трябва ли член 3, параграф 2 от Директива 2000/31/ЕО да се тълкува в смисъл, че не допуска национална правна уредба, която води до неприлагане на национални правила в рамките на координираната област, включително национални правила за транспониране на Директива 2005/29/ЕО, ако доставчикът на услугата е установен и

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

предоставя услуги на информационното общество от друга държава членка и няма основание за прилагане на изключение, произтичащо от националните разпоредби за транспониране на член 3, параграф 4 [от Директива 2000/31/ЕО]?

2) Попадат ли в обхвата на координираната област по Директива 2000/31/ЕО предлагането на уебсайта на продавача и онлайн продажбите на стока, за която се твърди, че е етикетирана в нарушение на изискванията, приложими към такива стоки в държавата членка на потребителя, който извършва покупката?

3) При утвърдителен отговор на втория въпрос, изключени ли са от координираната област в съответствие с член 2, буква з), подточка ii) от Директива 2000/31/ЕО и изискванията, които се отнасят до доставката и до самите стоки, когато доставката на самите стоки представлява необходим етап от предлагането на пазара и онлайн продажбите, или доставката на самите стоки трябва да се счита за елемент, който е спомагателен и неразделен от предлагането на пазара и онлайн продажбите?

4) Каква тежест има при разглеждането на втория и третия въпрос обстоятелството, че приложимите към самите стоки изисквания произтичат от национални разпоредби, които транспонират и допълват специфичното за сектора законодателство на Съюза, включително член 8, параграф 2 от Директива 75/324/ЕИО и член 19, параграф 5 от Регламент № 1223/2009, и които предполагат, че приложимите към стоките изисквания трябва да бъдат изпълнени, за да е възможно стоките да бъдат пуснати на пазара или доставени на крайни потребители в държавата членка?

Цитирана съдебна практика и разпоредби на правото на Съюза

Директива 2000/31/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 8 юни 2000 година за някои правни аспекти на услугите на информационното общество, и по-специално на електронната търговия на вътрешния пазар: съображения 18 и 21; член 2, буква з), подточка ii) и член 3, параграфи 1, 2 и 4

Директива 75/324/ЕИО на Съвета от 20 май 1975 година относно сближаване на законодателствата на държавите членки, свързани с аерозолни опаковки: член 8, параграфи 1 и 2

Регламент (ЕО) № 1223/2009 на Европейския парламент и на Съвета от 30 ноември 2009 година относно козметичните продукти: член 19, параграф 1, буква г), член 19, параграф 5 и приложение III

Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета: член 11

Директива (ЕС) 2020/1828 на Европейския парламент и на Съвета от 25 ноември 2020 година относно представителни искове за защита на колективните интереси на потребителите и за отмяна на Директива 2009/22/ЕО

Решение от 25 октомври 2011 г., eDate Advertising и др. (C-509/09, EU:C:2011:685): точки 53—68

Решение от 2 декември 2010 г., Ker-Optika (C-108/09, EU:C:2010:725): точки 24—31

Решение от 1 октомври 2020 г., A (Реклама и продажба на лекарствени продукти онлайн) (C-649/18, EU:C:2020:764): точки 54—59

Цитирани разпоредби от националното право

Lag (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen) (Закон (2002:562) за електронната търговия и другите услуги на информационното общество (наричан по-нататък „Законът за електронната търговия“): член 3, първа алинея и член 5

Marknadsföringslag (2008:486) (Закон (2008:486) за търговските практики): членове 2, 3 и 23

Förordning (2013:413) om kosmetiska produkter (Наредба (2013:413) за козметичните продукти): член 4, първа алинея

Myndigheten för samhällsskydd och beredskaps föreskrifter om aerosolbehållare (MSBFS 2018:1) (Правилник за аерозолните опаковки на Шведската агенция за гражданска защита (MSBFS 2018:1)

Кратко представяне на фактите и на главното производство

1 Страните по делото са KTF Organisation AB (Асоциация на доставчиците на химически продукти, Швеция, наричана по-нататък „KTF“) и Parfümerie Akzente GmbH (наричано по-нататък „Parfümerie Akzente“). KTF е дружество за услуги на браншова организация, обхващаща дружества, които внасят, произвеждат или предлагат на пазара химически или технически потребителски стоки като козметични продукти и продукти за лична хигиена. Parfümerie Akzente е германско дружество, което чрез своя уебсайт „parfumdreams.se“ предлага на пазара и продава продукти за грижа за косата

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

и други козметични продукти. Предлагането и продажбите на уебсайта са насочени към шведския пазар и клиентите в Швеция.

2 KTF твърди, че Parfümerie Akzente прилага нелоялни търговски практики, и затова през февруари 2020 г. сезира Patent- och marknadsdomstolen (Патентен и търговски съд [Първоинстанционен съд, Стокхолм], Швеция; наричан по-нататък „PMD“). По това дело KTF иска, по-специално, PMD да забрани на Parfümerie Akzente под страх от налагане на имуществена санкция:

- да използва някои конкретни маркетингови твърдения при търговското предлагане на козметични продукти и продукти за грижа за косата,

- да предлага на пазара някои козметични продукти в аерозолни опаковки, които не са етикетирани на шведски език в съответствие с шведските правила, които транспонират и допълват Директива 75/324,

- да предлага на пазара козметични продукти, които не са етикетирани на шведски език в съответствие с шведските правила, допълващи Регламент № 1223/2009.

3 PMD уважава исканията на KTF. Този съд приема, че оспорваните търговски практики са нелоялни и че съгласно шведските правила за реклама и търговски практики са налице основания да се наложи забрана на Parfümerie Akzente да ги прилага.

4 Най-напред, PMD разглежда приложимостта на шведското маркетингово право спрямо исканията на KTF, които се отнасят до оспорваните маркетингови твърдения, публикувани на уебсайта. Според съда Parfümerie Akzente е установен в Германия доставчик на услуги. Той счита, че онлайн продажбите на разглежданите стоки представляват услуга на информационното общество. PMD приема също, че публикуваните на уебсайта маркетингови твърдения представляват част от тази услуга и че изискванията за тях попадат в обхвата на координираната област.

5 Според PMD това означава, че Parfümerie Akzente е имало право в рамките на координираната област, без да е подчинено на шведските правила, да предоставя своята услуга на информационното общество на потребителите на услуги в Швеция. В това отношение PMD тълкува шведските правила, които транспонират Директива 2000/31, в смисъл, че съдът трябва да приложи шведското право в разглежданата област, но че прилагането на шведското право по принцип не може да означава, че по отношение на доставчика на услуги Parfümerie Akzente се прилагат изисквания, които са по-строги от предвидените в материалното право на държавата по установяване, която в случая е Германия.

6 По-нататък, PMD посочва, че Директива 2005/29 е директива за пълно хармонизиране. Според тази юрисдикция това означава, че разпоредбите на тази директива трябва да имат едно и също значение и приложно поле в

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

целия Европейския съюз и че държавите членки не могат да предвидят условия, които не са в съответствие с Директивата и практиката на Съда на Европейския съюз. PMD счита, че съответно не би трябвало да има разлика между германското и шведското право, която би могла да доведе до това — при прилагане на шведското право — Parfümerie Akzente да бъде подчинено на изисквания, които са по-строги от предвидените в германското право или които по друг начин представляват пречка за свободното движение на услуги. Съдът изтъква, че Parfümerie Akzente не е посочило и по какъв начин шведското маркетингово право е по-ограничително от Директива 2005/29 или от германското материално право. Поради това и тъй като последиците от оспорваните маркетингови твърдения са настъпили в Швеция, не е имало пречка да се приложат правилата на шведското маркетингово право.

7 Parfümerie Akzente обжалва решението на PMD пред запитващата юрисдикция и иска от нея да отхвърли исканията на KTF.

Основни доводи на страните в главното производство

8 KTF твърди, че оспорваните търговски практики са нелоялни и поради това трябва да бъдат забранени. Според тази асоциация Parfümerie Akzente предлага за продажба на уебсайта си неправилно етикетирани стоки и продава и доставя тези стоки на крайни потребители в Швеция. Дружеството предлагало на пазара и продавало някои козметични продукти в аерозолни опаковки, които не били обозначени в съответствие с шведските правила, които транспонират и допълват Директива 75/324. Продажбата или доставката на крайни потребители в Швеция на стоки в аерозолни опаковки, които не са етикетирани на шведски език, била незаконосъобразна. Освен това Parfümerie Akzente предлагало на пазара и продавало количество козметични продукти, които в нарушение на член 19, параграф 1, буква г) от Регламент № 1223/2009 и приложение III към този регламент не съдържат информация на шведски език относно конкретните предпазни мерки, които трябва да се спазват по време на употребата на тези стоки. В съответствие с шведските правила, допълващи Регламента, тази информация трябвало да бъде предоставена на шведски език. Продажбата или доставката на крайни потребители в Швеция на козметични продукти, които не съдържат информация на шведски език за конкретни предпазни мерки, била незаконосъобразна.

9 Що се отнася до значението на Директива 2000/31 и шведските правила, които я транспонират, KTF изтъква следното. Parfümerie Akzente предлагало и продавало своите стоки на шведския пазар. Следователно последиците от търговските практики настъпили в Швеция. Шведските правила за транспониране на Директива 2000/31 били подчинени на правилата за транспониране на Директива 2005/29. Следователно в съответствие с произтичащите от Директива 2000/31 шведски правила принципът на държавата, в която са настъпили последиците, който е общопризнат в

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

маркетинговото право, имал предимство пред принципа на държавата на произход. Според KTF Директива 2005/29 е директива за пълно хармонизиране и следователно правилата на шведското маркетингово право никога не биха могли да бъдат по-строги от тези в германското право. KTF допълва, че тъй като оспорваните търговски практики се отнасят, по-специално, до козметични продукти и опаковки, които не могат да се предлагат на шведския пазар, то не са релевантни и разпоредбите на германското право.

10 Parfümerie Akzente оспорва исканията и твърденията на KTF, че е действало в противоречие с правилата на шведското маркетингово право.

11 Parfümerie Akzente твърди, че Директива 2000/31 и шведските правила за транспонирането ѝ представляват пречки, тъй като доставчикът на услуги на електронната търговия е подчинен на по-строги правила от предвидените в съответното материално право на държавата на установяване. Съгласно тези правила принципът на държавата на произход предполагал в настоящия случай, че шведското право не се прилага, когато правилата на германското маркетингово право не са толкова строги, колкото шведските правила. Принципът на държавата на произход бил приложим към тази част от делото, която се отнася до публикуваните на уебсайта маркетингови твърдения. Той обаче не се прилагал към тези части от делото, които се отнасят до предлагането на пазара на неправилно етикетирани стоки, тъй като от Директива 2000/31 следвало, че националните разпоредби трябва да се прилагат към самата доставка на стоките, независимо че договорът е сключен по електронен път.

Кратко изложение на мотивите за преюдициалното запитване

12 В производството пред запитващата юрисдикция са възникнали въпроси, свързани, първо, с транспонирането на Директива 2000/31 от Швеция и неговото съответствие с правото на Съюза, и второ, с обхвата на координираната област.

13 Шведският Закон за електронната търговия транспонира Директива 2000/31 и се прилага за услугите на информационното общество и за започването и извършването на дейности, свързани с тези услуги. Услуги на информационното общество са например изпращането на търговски съобщения онлайн и продажбата на стоки онлайн (вж. например съображение 18 от Директива 2000/31).

14 В съответствие с член 3, параграф 1 от тази директивата всяка държава членка гарантира, че услугите на информационното общество, които се предоставят от доставчика на услуги, който е установен на нейна територия, съответстват на националните разпоредби на съответната държава членка, които са част от координираната област. Освен това член 3, параграф 2 от директивата предвижда, че държавите членки не могат, по причини,

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

свързани с координираната област, да ограничават свободата на предоставяне на услуги на информационното общество от друга държава членка.

15 От практиката на Съда на Европейския съюз следва, че директивата не налага транспониране на член 3 като специална стълкновителна норма. Що се отнася до координираната област обаче, държавите членки трябва да гарантират — освен в изрично предвидените в член 3, параграф 4 от Директивата случаи — че спрямо доставчика на услуга на електронната търговия не се прилагат по-строги изисквания от предвидените от приложимото материално право в държавата членка, в която е установен посоченият доставчик (вж. решение от 25 октомври 2011 г., eDate Advertising и др., C-509/09, EU:C:2011:685, т. 53—68).

16 Член 3, параграф 1 от Директива 2000/31 е транспониран с член 5 от Закона за електронната търговия. От последния член следва, че в рамките на координираната област шведското право се прилага по отношение на услугите на информационното общество, предоставяни от установени в Швеция доставчици на услуги, включително когато услугите изцяло или частично са насочени към получатели на услуги, които се намират в друга държава от ЕИП. Последицата отКо тази разпоредба е, че когато предоставят услуги на информационното общество, всички установени в Швеция доставчици на услуги трябва да спазват шведските правила в рамките на координираната област. Такъв е случаят и ако услугите са насочени само към получатели в друга държава от ЕИП. Следователно правилото представлява стълкновителна норма, която придава действие на част от принципа на държавата на произход. В рамките на приложното поле на Закона за електронната търговия се счита, че тази стълкновителна норма има предимство пред принципа на държавата, в която са настъпили последиците, установен като правило в шведското маркетингово право.

17 Частта от принципа на държавата на произход, която се прилага по отношение на установени извън Швеция доставчици на услуги, се съдържа в член 3 от Закона за електронната търговия. Съгласно първа алинея от този член доставчик на услуги, установен в държава от ЕИП, различна от Швеция, има право, независимо от шведските правила в рамките на координираната област, да предоставя услуги на информационното общество на получатели в Швеция. С тази разпоредба се транспонира член 3, параграф 2 от Директива 2000/31, съгласно който държавите членки не могат по причини, свързани с координираната област, да ограничават свободата на предоставяне на услуги на информационното общество от друга държава членка.

18 Текстът на член 3, първа алинея от Закона за електронната търговия е различен от този на член 3, параграф 2 от Директива 2000/31. В това отношение, за разлика от член 3, параграф 2 от Директивата, в шведската разпоредба не е посочено, че шведските правила в рамките на

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

координираната област не могат да ограничават свободата на предоставяне на услуги на информационното общество от друга държава членка. Също така, в отклонение от постановеното от Съда на Европейския съюз, в нея не се посочва, че шведските правила се прилагат, ако по този начин спрямо доставчика на услуги не се прилагат по-строги изисквания от предвидените в материалното право на държавата членка, в която той е установен.

19 Следователно текстът на шведската разпоредба би могъл да се тълкува в смисъл, че шведските правила в рамките на координираната област не следва да се прилагат за услуги с произход извън Швеция, независимо дали шведските правила са (или не са) по-строги от правилата на държавата на произход. Освен това при транспонирането на Директива 2000/31 шведският законодател е определил принципа на държавата на произход по такъв начин, че за доставчика на услуги, попадащ в координираната област, е достатъчно да спазва законодателството на държавата, в която е установен.

20 Ако член 3, първа алинея от Закона за електронната търговия се тълкува в смисъл, че чуждестранните оператори могат да предлагат услуги в Швеция свободно и без да бъдат възпрепятствани от шведските правила, този начин на транспониране на член 3, параграф 2 от Директива 2000/31 действително би бил в съответствие с решение eDate Advertising и др. на Съда. Всъщност подобна система безспорно би гарантирала, че по принцип чуждестранните оператори никога няма да бъдат подчинени на шведски изисквания в рамките на координираната област, които са по-строги от предвидените в материалното право на държавата на произход. Същевременно според запитващата юрисдикция възниква въпросът дали подобно транспониране на член 3, параграф 2 би било съвместимо с правото на Съюза и неговото ефективно прилагане.

21 Например подобно транспониране би означавало, че правилата на маркетинговото право, които транспонират Директива 2005/29, по принцип не може да се прилагат, ако доставчикът на услуги е установен в друга държава членка и предоставя услуги на информационното общество оттам. На свой ред това би означавало по-специално, че конкурентите или сдруженията на потребителите, които са засегнати от някои онлайн практики за предлагане на пазара, ще бъдат принудени да сезират съдилищата и други органи в държавата на установяване на доставчика на услуги, за да започнат производство на друг език и при прилагане на материалното право на друга държава членка. Дори имайки предвид контекста на защитните правила, предвидени например в Директива (ЕС) 2020/1828 относно представителни искове за защита на колективните интереси на потребителите, такава система все пак може да бъде оспорена с оглед на високото ниво на защита на потребителите и зачитането на разпоредбите на Директива 2005/29 (вж. по-специално член 11).

22 Като цяло, според запитващата юрисдикция нито е ясно, нито е установено как трябва да се тълкува правото на Съюза (що се отнася до съответствието с

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

правото на Съюза и ефективното му прилагане) във връзка с транспонирането на член 3, параграф 2 по начин, който означава, че националните правила в рамките на координираната област, включително националните правила за транспониране на Директива 2005/29, по принцип не могат да се прилагат, ако доставчикът на услуги е установен в друга държава членка и предоставя услуги на информационното общество оттам.

23 Що се отнася до обхвата на координираната област, запитващата юрисдикция отбелязва, че тя обхваща изисквания във връзка с онлайн дейности като онлайн информация, онлайн реклама, онлайн пазаруване и онлайн сключване на договори. Тя обаче не обхваща правните изисквания на държавите членки за стоките като норми на безопасност, задължения за етикетиране или отговорност за стоките, или изисквания на държавите членки за доставката или транспорта на стоки (вж. съображение 21 и член 2, буква з) от Директива 2000/31).

24 Съдът на Европейския съюз е приел също, че координираната област обхваща изискванията за продажбата на стоки онлайн. Координираната област обаче не обхваща изискванията, приложими към доставката на стоки, за които е сключен договор по електронен път. Националните правила, които се отнасят до условията, при които продадена чрез интернет стока може да бъде доставена на територията на държава членка, не попадат в приложното поле на посочената директива (вж. решение от 2 декември 2010 г., Ker-Optika, C-108/09, EU:C:2010:725, т. 24—31).

25 Нито от Директива 2000/31, нито от практиката на Съда на Европейския съюз обаче не става ясно как се процедира в случай, при който предлагането на пазара и онлайн продажбите се отнасят до стоки, за които се твърди, че са етикетирани в нарушение на приложимото към тях изискване в държавата членка на потребителя, който извършва покупката. По-конкретно, от правото на Съюза не става ясно дали координираната област по Директива 2000/31 обхваща изисквания за предлагане на пазара и онлайн продажби на стока, за която се твърди, че не отговаря на приложимите към самата нея изисквания.

26 Ако при подобно положение координираната област обхваща предлагането на пазара и онлайн продажбите на стоката, според запитващата юрисдикция възниква и въпросът дали изискванията по отношение на доставката и на самата стока трябва да бъдат изключени от координираната област в съответствие с член 2, буква з), точка ii) от Директива 2000/31.

27 При онлайн продажбите, когато продажбите на доставчика на услуги са насочени изцяло към потребители в друга държава членка, в която той няма постоянно установяване, доставката на стоката на практика е необходим етап от предоставянето на услугата и следователно би се считала за елемент, който е спомагателен и неразделен от предоставянето на услугата. В такива

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ

случаи доставката на самата стока представлява съществено изискване за онлайн продажбите.

28 Ако при подобно положение координираната област обхваща изискванията за предлагането на пазара и онлайн продажбите, но не и изискванията за доставката или за самите стоки, на различните етапи от сделката биха могли да се прилагат правните уредби на различни държави членки. В такъв случай би могло да възникне положение, при което само по себе си е законосъобразно да се предлагат и продават стоки онлайн на потребителя, но същевременно не е законосъобразно да се доставят стоките на потребителя. Следователно би могло да се твърди, че се възпрепятства постигането на целта на Директива 2000/31, която е да се премахне правната несигурност и да се насърчи свободното движение, по-специално по отношение на онлайн продажбите.

29 Друг аспект при разглеждането на обхвата на координираната област е връзката и взаимодействието между Директива 2000/31 и други актове от правото на Съюза. Изискванията, на които са подчинени самите стоки в държавата членка, в която се намира потребителят, всъщност могат (както в настоящия случай) да произтичат от национални разпоредби, които транспонират и допълват специфичното за сектора законодателство на Съюза, включително член 8, параграф 2 от Директива 75/324 и член 19, параграф 5 от Регламент № 1223/2009, и които предполагат, че изискванията за стоките трябва да бъдат изпълнени, за да бъде възможно стоките да бъдат пуснати на пазара или доставени на крайни потребители в тази държава членка.

РАБОТЕН ДОКУМЕНТ