Asunto C-88/23

Resumen de la petición de decisión prejudicial con arreglo al artículo 98, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Justicia

Fecha de presentación:

15 de febrero de 2023

Órgano jurisdiccional remitente:

Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Tribunal de Apelación en Materia de Patentes, Marcas y Mercantil con sede en Estocolmo, Suecia)

Fecha de la resolución de remisión:

13 de febrero de 2023

Parte demandante:

Parfümerie Akzente GmbH

Parte demandada:

KTF Organisation AB

Objeto del procedimiento principal

Comercialización de productos cosméticos (venta en línea); prohibición de utilizar determinadas afirmaciones promocionales y de comercializar determinados productos.

Objeto y fundamento jurídico de la petición de decisión prejudicial

Interpretación del artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2000/31/CE; alcance del ámbito coordinado. Artículo 267 TFUE.

Cuestiones prejudiciales

1. ¿Debe interpretarse el artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2000/31/CE, habida cuenta del resto del Derecho de la Unión y de su efectividad, en el sentido de que se opone a una normativa nacional en virtud de la cual las normas

DOCUMENTO DE TRABAJO

nacionales relativas al ámbito coordinado, entre las que se encuentran las normas nacionales de transposición de la Directiva 2005/29/CE, no son aplicables cuando el prestador de servicios esté establecido en otro Estado miembro y preste servicios de la sociedad de la información desde ese otro Estado miembro y no existan motivos para aplicar ninguna excepción derivada de las normas nacionales de transposición del artículo 3, apartado 4, [de la Directiva 2000/31/CE]?

2. ¿Incluye el ámbito coordinado de la Directiva 2000/31/CE la promoción en el sitio web del vendedor y la venta en línea de un producto que supuestamente está etiquetado de modo contrario a los requisitos aplicables al producto en sí en el Estado miembro del consumidor comprador?

3. En caso de respuesta afirmativa a la segunda cuestión, ¿deben excluirse, no obstante, del ámbito coordinado, con arreglo al artículo 2, letra h), inciso ii), de la Directiva 2000/31/CE, los requisitos aplicables a la entrega y al producto en sí cuando la entrega del propio producto sea un elemento necesario de la promoción y venta en línea, o debe considerarse que la entrega del propio producto es un elemento accesorio e indisociable de la promoción y venta en línea?

4. Al apreciar las cuestiones segunda y tercera, ¿qué importancia tiene, en su caso, que los requisitos aplicables al producto en sí se deriven de disposiciones nacionales que transponen y completan una normativa de la Unión específica para un sector, en particular el artículo 8, apartado 2, de la Directiva 75/324/CEE y el artículo 19, apartado 5, del Reglamento n.º 1223/2009, y que implican que deben cumplirse los requisitos aplicables al producto para que este pueda comercializarse o entregarse al usuario final en ese Estado miembro?

Disposiciones del Derecho de la Unión y jurisprudencia de la Unión invocadas

Directiva 2000/31/CE: considerandos 18 y 21; artículos 2, letra h), inciso ii), y 3, apartados 1, 2 y 4

Directiva 75/324/CEE: artículo 8, apartados 1 y 2

Reglamento (CE) n.º 1223/2009: artículo 19, apartados 1, letra d), y 5, y anexo III

Directiva 2005/29/CE: artículo 11

Directiva (UE) 2020/1828

Sentencia de 25 de octubre de 2011, eDate Advertising y otros (C-509/09, EU:C:2011:685): apartados 53 a 68

Sentencia de 2 de diciembre de 2010, Ker-Optika (C-108/09, EU:C:2010:725): apartados 24 a 31

DOCUMENTO DE TRABAJO

Sentencia de 1 de octubre de 2020, A (Publicidad y venta de medicamentos en línea) (C-649/18, EU:C:2020:764), apartados 54 a 59

Disposiciones del Derecho nacional invocadas

Lag (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen) [Ley (2002:562) sobre comercio electrónico y otros servicios de la sociedad de la información (Ley sobre Comercio Electrónico): artículos 3, párrafo primero, y 5

Marknadsföringslag (2008:486) [Ley (2008:486) sobre Comercialización de Productos]: artículos 2, 3 y 23

Förordning (2013:413) om kosmetiska produkter [Reglamento (2013:413) sobre Productos Cosméticos]: artículo 4, párrafo primero

Myndigheten för samhällsskydd och beredskaps föreskrifter om aerosolbehållare (MSBFS 2018:1) [Directrices sobre aerosoles de la Agencia Sueca de Protección Civil y Gestión de Crisis (MSBFS 2018:1)

Breve exposición de los hechos y del procedimiento principal

1 Las partes en el procedimiento son KTF Organisation AB (en lo sucesivo, «KTF») y Parfümerie akzente GmbH (en lo sucesivo, «Parfümerie akzente»). KTF es una empresa de servicios de una asociación profesional de empresas que importan, fabrican o comercializan productos químico-técnicos destinados al consumo como cosméticos y productos de higiene. Parfümerie akzente es una empresa alemana que, a través de su sitio web parfumdreams.se, promociona y vende productos para el cuidado del cabello y otros productos cosméticos. La promoción y la venta en el sitio web se dirigen al mercado sueco y a clientes suecos.

2 KTF, al considerar que Parfümerie akzente incurría en prácticas comerciales ilícitas, presentó una demanda ante el Patent- och marknadsdomstolen (Tribunal de Primera Instancia en Materia de Patentes, Marcas y Mercantil, Suecia) (en lo sucesivo «PMD») contra dicha empresa en febrero de 2020. En su demanda, KTF solicitaba al PMD, en particular, que prohibiera a Parfümerie akzente, so pena de multa:

— efectuar ciertas afirmaciones promocionales, indicadas en la demanda, al comercializar productos cosméticos y productos para el cuidado del cabello;

— comercializar ciertos productos cosméticos con generadores de aerosoles que no están etiquetados en lengua sueca de conformidad con la normativa sueca que transpone y completa la Directiva 75/324;

DOCUMENTO DE TRABAJO

— comercializar determinados productos cosméticos que no están etiquetados en lengua sueca con arreglo a la normativa sueca que transpone y completa el Reglamento n.º 1223/2009.

3 El PMD estimó las pretensiones de KTF. Este Tribunal consideró que las prácticas comerciales denunciadas eran ilícitas y que existían motivos, con arreglo a las normas suecas en materia de comercialización de productos, para prohibir a Parfümerie akzente dichas prácticas.

4 El PMD examinó, en primer lugar, la aplicabilidad de la normativa sueca sobre comercialización de productos a la parte del asunto relativa a las afirmaciones promocionales denunciadas utilizadas en el sitio web. Según dicho Tribunal, Parfümerie akzente es un prestador de servicios establecido en Alemania. La venta en línea de los productos de que se trata constituye un servicio de la sociedad de la información. El PMD consideró asimismo que las afirmaciones promocionales controvertidas realizadas en el sitio web forman parte de dicho servicio y que los requisitos exigibles a las afirmaciones promocionales están comprendidos en el ámbito coordinado.

5 Esto significa, según el PMD, que Parfümerie akzente tiene derecho a prestar su servicio de la sociedad de la información a destinatarios establecidos en Suecia sin verse obstaculizada por normas suecas relativas al ámbito normativo coordinado. En este contexto, el PMD interpretó las normas suecas que transponen la Directiva 2000/31 en el sentido de que debía atenerse al Derecho sueco en el ámbito de que se trata, pero que la aplicación del Derecho sueco con carácter general no podía implicar que el prestador de servicios Parfümerie akzente quedase sometido a requisitos más estrictos que los establecidos por el Derecho sustantivo del Estado de establecimiento, Alemania.

6 El PMD declaró además que la Directiva 2005/29 es una directiva de armonización plena. Según este Tribunal, esto significa que las disposiciones de esa Directiva deben tener el mismo sentido y alcance en toda la UE y que los Estados miembros no pueden imponer nada que no se desprenda de la Directiva y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia. Por tanto, según el PMD, no debería existir ninguna diferencia entre la normativa alemana y la sueca que pudiera entrañar que, al aplicar la normativa sueca, Parfümerie akzente quedase sujeta a requisitos más estrictos que los establecidos en la normativa alemana o que obstaculicen de algún otro modo la libre circulación. Según PMD, Parfümerie akzente tampoco precisó de qué modo la normativa sueca sobre comercialización de productos es más restrictiva que la Directiva 2005/29 o que el Derecho sustantivo alemán. Por estos motivos, y dado que las afirmaciones promocionales denunciadas habían producido sus efectos en Suecia, no existía ningún impedimento para aplicar la normativa sueca en materia de comercialización de productos.

7 Parfümerie akzente ha recurrido la sentencia del PMD ante el tribunal remitente y solicita que este desestime las pretensiones de KTF.

DOCUMENTO DE TRABAJO

Alegaciones esenciales de las partes en el procedimiento principal

8 KTF considera que las prácticas comerciales denunciadas son ilícitas y que, por tanto, deben prohibirse. KTF alega lo siguiente: Parfümerie akzente ha ofrecido productos mal etiquetados en su sitio web y ha vendido y entregado estos productos a usuarios finales establecidos en Suecia. Esta empresa ha promocionado y vendido determinados productos cosméticos con generadores de aerosoles que no estaban etiquetados de conformidad con la normativa sueca que transpone y completa la Directiva 75/324. No es lícito hacer publicidad o vender productos con generadores de aerosoles a usuarios finales establecidos en Suecia que no estén etiquetados conforme a dicha normativa. Además, Parfümerie akzente ha promocionado y vendido una serie de productos cosméticos que carecen de información redactada en sueco sobre precauciones particulares de empleo, tal como exige el artículo 19, apartado 1, letra d), del Reglamento n.º 1223/2009 y su anexo III. Dicha información debe facilitarse en sueco con arreglo a la normativa sueca que completa dicho Reglamento. No es lícito hacer publicidad o vender productos cosméticos a usuarios finales establecidos en Suecia que carezcan de información en sueco sobre precauciones particulares de empleo.

9 En relación con el sentido de la Directiva 2000/31 y de las normas suecas de transposición de esta Directiva, KTF alega lo siguiente: Parfümerie akzente ha promocionado y vendido sus productos en el mercado sueco. Por lo tanto, la comercialización de los productos ha producido efectos en Suecia. Las disposiciones suecas que transponen la Directiva 2000/31 tiene carácter subsidiario en relación con las normas que transponen la Directiva 2005/29. Por lo tanto, el principio del país en el que se producen los efectos, establecido con carácter general en el Derecho en materia de comercialización de productos, prevalece sobre el principio del país de origen previsto en las disposiciones suecas que se derivan de la Directiva 2000/31. La Directiva 2005/29 es una directiva de armonización plena, por lo que la normativa sueca en materia de comercialización de productos no puede ser en modo alguno más estricta que la normativa alemana. Puesto que las prácticas comerciales denunciadas se refieren, en particular, a productos cosméticos y envases que no pueden ofrecerse en el mercado sueco, el contenido del Derecho alemán tampoco es pertinente.

10 Parfümerie akzente se opone a las pretensiones de KTF y a la alegación de que ha actuado infringiendo la normativa sueca en materia de comercialización de productos.

11 Parfümerie akzente considera que la Directiva 2000/31 y las normas suecas que la transponen se oponen a que el prestador de un servicio de comercio electrónico quede sujeto a normas más estrictas que las establecidas por el Derecho sustantivo vigente en el Estado miembro de establecimiento. El principio del país de origen previsto en esas normas implica, en el presente asunto, que no debe aplicarse la normativa sueca en caso de que las normas sobre comercialización alemanas sean menos estrictas que las suecas. El principio del país de origen se aplica a la parte

DOCUMENTO DE TRABAJO

del asunto relativa a las afirmaciones promocionales realizadas en el sitio web. En cambio, este principio no se aplica a las partes del asunto relativas a la comercialización de productos mal etiquetados, ya que de la Directiva 2000/31 se desprende que deben aplicarse normas nacionales a la propia entrega de las mercancías, aunque el contrato se haya celebrado por medios electrónicos.

Breve exposición de la fundamentación de la petición de decisión prejudicial

12 En el asunto pendiente ante el órgano jurisdiccional remitente se suscitan cuestiones relativas, por un lado, a la transposición de la Directiva 2000/31 al Derecho sueco y a su compatibilidad con el Derecho de la Unión y, por otro lado, al alcance del ámbito coordinado.

13 La Ley sobre Comercio Electrónico transpone la Directiva 2000/31 y se aplica a los servicios de la sociedad de la información y al inicio y ejercicio de actividades relacionadas con dichos servicios. Como ejemplos de servicios de la sociedad de la información cabe citar las comunicaciones comerciales en línea y las ventas de mercancías en línea (véase, por ejemplo, el considerando 18 de la Directiva 2000/31).

14 Conforme apartado 1 del artículo 3 de dicha Directiva, todo Estado miembro velará por que los servicios de la sociedad de la información facilitados por un prestador de servicios establecido en su territorio respeten las disposiciones nacionales aplicables en dicho Estado miembro que formen parte del ámbito coordinado. Además, el apartado 2 de dicho artículo 3 establece que, por lo que se refiere al ámbito coordinado, los Estados miembros no podrán restringir la libre circulación de servicios de la sociedad de la información procedentes de otro Estado miembro.

15 De la jurisprudencia del Tribunal de Justicia se desprende que la Directiva 2000/31 no exige la transposición del citado artículo 3 en forma de norma específica de conflicto de leyes. No obstante, por lo que se refiere al ámbito coordinado, los Estados miembros deben garantizar que el prestador de un servicio de comercio electrónico no quede sujeto —salvo que esté permitido expresamente en el artículo 3, apartado 4— a requisitos más estrictos que los previstos por el Derecho sustantivo del Estado miembro en el que esté establecido el prestador del servicio (véase la sentencia de 25 de octubre de 2011, eDate Advertising y otros, C-509/09, EU:C:2011:685, apartados 53 a 68).

16 El artículo 5 de la Ley sobre Comercio Electrónico transpone el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2000/31. De dicho artículo 5 se desprende que, en el ámbito normativo coordinado, se aplicará el Derecho sueco a los servicios de la sociedad de la información proporcionados por prestadores de servicios que tengan a Suecia como Estado de establecimiento, incluso si los servicios se dirigen íntegra o parcialmente a destinatarios establecidos en otros Estados del EEE (Espacio Económico Europeo). Esta disposición implica que todos los prestadores de servicios establecidos en Suecia deben cumplir las normas suecas

DOCUMENTO DE TRABAJO

relativas al ámbito normativo coordinado cuando presten servicios de la sociedad de la información, incluso si los servicios solo se dirigen a destinatarios de otro Estado del EEE. Esta disposición es, por tanto, una norma de conflicto de leyes que materializa una parte del principio del país de origen. En el ámbito de aplicación de la Ley sobre Comercio Electrónico, se considera que esta norma de conflicto de leyes prevalece sobre el principio, establecido con carácter general en el Derecho sueco en materia de comercialización de productos, del país en el que se producen los efectos.

17 La parte del principio del país de origen que se aplica a los prestadores de servicios establecidos fuera de Suecia figura en el artículo 3 de la Ley sobre Comercio Electrónico. Conforme al primer párrafo de este artículo, un prestador de servicios que tenga como Estado de establecimiento un país del EEE distinto de Suecia tiene derecho a prestar servicios de la sociedad de la información a destinatarios establecidos en Suecia sin ser obstaculizado por normas suecas relativas al ámbito normativo coordinado. Esta disposición transpone el artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2000/31, que establece que, por lo que se refiere al ámbito coordinado, los Estados miembros no podrán restringir la libre circulación de servicios de la sociedad de la información procedentes de otro Estado miembro.

18 El tenor del artículo 3, párrafo primero, de la Ley sobre Comercio Electrónico no es idéntico al del artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2000/31. La disposición sueca no indica, como sí hace el artículo 3, apartado 2, de la Directiva, que las normas suecas relativas al ámbito coordinado no podrán restringir la libre circulación de servicios de la sociedad de la información procedentes de otro Estado miembro. Tampoco indica, en el sentido de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, que las normas suecas podrán aplicarse en la medida en que el prestador de servicios no quede sujeto a requisitos más estrictos que los establecidos en el Derecho sustantivo del Estado miembro en el que esté establecido.

19 Por tanto, podría considerarse que el tenor de la citada disposición sueca expresa que las normas suecas relativas al ámbito coordinado no se aplicarán a los servicios procedentes de un país extranjero, con independencia de que las normas suecas sean o no más estrictas que las del país de origen. Al transponer la Directiva 2000/31, el legislador sueco también ha descrito el principio del país de origen en el sentido de que basta con que el prestador de servicios, incluido en el ámbito coordinado, cumpla la normativa del Estado en el que esté establecido.

20 Si se interpreta el párrafo primero del artículo 3 de la Ley sobre Comercio Electrónico en el sentido de que un operador extranjero puede ofrecer sus servicios en Suecia libremente y sin cortapisas derivadas de la normativa sueca, ese modo de transponer el artículo 3, apartado 2, de la Directiva 2000/31 sería ciertamente conforme con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia dictada en el asunto eDate Advertising. Tal planteamiento garantizaría sin lugar a dudas, con carácter general, que un operador extranjero nunca quedase sujeto a requisitos

DOCUMENTO DE TRABAJO

suecos relativos al ámbito coordinado que fueran más estrictos que los establecidos en el Derecho sustantivo del país de origen. Al mismo tiempo se plantea la cuestión, según el órgano jurisdiccional remitente, de si tal transposición del artículo 3, apartado 2, de la Directiva sería compatible con el Derecho de la Unión y con su efectividad.

21 Por ejemplo, tal transposición implicaría que las normas en materia de comercialización de productos que transponen la Directiva 2005/29 no podrían ser aplicadas si el prestador de servicios estuviera establecido en otro Estado miembro y prestase servicios de la sociedad de la información desde ese otro Estado miembro. Esto a su vez entrañaría, entre otras cosas, que los competidores o las asociaciones de consumidores que se consideraran afectados por ciertas prácticas comerciales en línea estarían obligados a dirigirse a los tribunales y a otras autoridades del Estado miembro de establecimiento del prestador de servicios para iniciar procedimientos en ese Estado en otra lengua y con aplicación del Derecho sustantivo de otro Estado miembro. Incluso a la luz de las normas protectoras contenidas, por ejemplo, en la Directiva (UE) 2020/1828, relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, tal enfoque puede ser objeto de discusión en relación con el elevado nivel de protección de los consumidores y con el sistema de ejecución de lo dispuesto en la Directiva 2005/29 (véase, en particular, su artículo 11).

22 En suma, según el órgano jurisdiccional remitente, no está claro ni se ha dilucidado cómo debe interpretarse el Derecho de la Unión en lo que respecta a la compatibilidad con dicho Derecho y su efectividad de la aplicación del artículo 3, apartado 2, de la Directiva de tal modo que implique que, con carácter general, las normas nacionales relativas al ámbito coordinado, incluidas las normas nacionales de transposición de la Directiva 2005/29, no pueden aplicarse cuando el prestador de servicios está establecido en otro Estado miembro y presta servicios de la sociedad de la información desde ese otro Estado miembro.

23 En cuanto al alcance del ámbito coordinado, el tribunal remitente indica que este ámbito se refiere a los requisitos relacionados con las actividades en línea, como la información en línea, la publicidad en línea, las compras en línea y la contratación en línea. En cambio, no se refiere a los requisitos legales de los Estados miembros relativos a las mercancías, tales como las normas de seguridad, las obligaciones de etiquetado o la responsabilidad de las mercancías, ni a los requisitos de los Estados miembros relativos a la entrega o el transporte de mercancías [véase el considerando 21 y el artículo 2, letra h), de la Directiva 2000/31].

24 El Tribunal de Justicia también ha declarado que el ámbito coordinado cubre los requisitos relativos a la venta de mercancías en línea. En cambio, el ámbito coordinado no cubre los requisitos aplicables a la entrega de las mercancías en relación con las cuales se ha celebrado un contrato por vía electrónica. Por consiguiente, las normas nacionales que se refieren a las condiciones en las que una mercancía vendida en línea puede ser entregada en el territorio de un Estado

DOCUMENTO DE TRABAJO

miembro no están comprendidas en el ámbito de aplicación de dicha Directiva (véase la sentencia de 2 de diciembre de 2010, Ker-Optika, C-108/09, EU:C:2010:725, apartados 24 a 31).

25 Sin embargo, ni la Directiva 2000/31 ni la jurisprudencia del Tribunal de Justicia aclaran cómo debe procederse en una situación en la que la promoción y la venta en línea se refieren a productos supuestamente etiquetados de modo contrario a los requisitos aplicables a los productos en sí en el Estado miembro del consumidor comprador. Más concretamente, del Derecho de la UE no se desprende claramente si el ámbito coordinado de la Directiva 2000/31 incluye requisitos aplicables a la promoción y venta en línea de un producto que supuestamente contraviene los requisitos aplicables al producto en sí.

26 Si, en tal situación, el ámbito coordinado incluyera la promoción y la venta en línea del producto, el órgano jurisdiccional remitente considera asimismo que se plantea la cuestión de si los requisitos impuestos a la entrega y al producto en sí deben excluirse del ámbito coordinado, de conformidad con el artículo 2, letra h), inciso ii), de la Directiva 2000/31.

27 En el supuesto de ventas en línea en las que el prestador de servicios dirige sus ofertas exclusivamente a consumidores de otro Estado miembro, en el que el prestador no está establecido, la entrega del producto es en la práctica una parte necesaria del servicio y, por tanto, podría constituir un elemento indisociable y accesorio al mismo. En tales supuestos, la entrega del propio producto constituye una condición básica para la venta en línea.

28 Si, en tal situación, el ámbito coordinado incluyera los requisitos relativos a la promoción y venta en línea, pero no los requisitos referidos a la entrega o al producto en sí, podrían ser aplicables diversas normativas de los Estados miembros en momentos distintos. En tal caso, podría darse la situación de que fuera lícito, en sí mismo, promocionar y vender el producto en línea al consumidor, pero, al mismo tiempo, no fuera lícito entregar el propio producto al consumidor. Por tanto, podría afirmarse que se vería frustrada la finalidad de la Directiva 2000/31, que es eliminar la inseguridad jurídica y promover la libre circulación, entre otras cosas, en relación con las ventas en línea.

29 Otro aspecto de debe considerarse a la hora de apreciar el alcance del ámbito coordinado es la relación e interacción entre la Directiva 2000/31 y otras normas del Derecho de la Unión. Los requisitos relativos al producto en sí en el Estado miembro del consumidor pueden, como en el presente asunto, derivarse de disposiciones nacionales que transponen y completan una normativa de la Unión específica para un sector, en particular el artículo 8, apartado 2, de la Directiva 75/324 y el artículo 19, apartado 5, del Reglamento n.º 1223/2009, y que implican que deben cumplirse los requisitos aplicables al producto para que este pueda comercializarse o entregarse al usuario final en ese Estado miembro.

DOCUMENTO DE TRABAJO