

**Zaak C-88/23**

**Samenvatting van het verzoek om een prejudiciële beslissing overeenkomstig artikel 98, lid 1, van het Reglement voor de procesvoering van het Hof van Justitie**

**Datum van indiening:**

15 februari 2023

**Verwijzende rechter:**

Svea hovrätt – Patent- och marknadsöverdomstol (Zweden)

**Datum van de verwijzingsbeslissing:**

13 februari 2023

**Appellante:**

Parfümerie Akzente GmbH

**Geappelleerde:**

KTF Organisation AB

**Voorwerp van het hoofdgeding**

Reclame voor cosmetische producten (onlineverkoop); het verbod op het gebruik van bepaalde reclame-uitingen en op het maken van reclame voor bepaalde goederen.

**Voorwerp en rechtsgrondslag van het verzoek om een prejudiciële beslissing**

Uitlegging van artikel 3, lid 2, van richtlijn 2000/31/EG; reikwijdte van het gecoördineerde gebied. Artikel 267 VWEU.

**Prejudiciële vragen**

1. Dient artikel 3, lid 2, van richtlijn 2000/31/EG, gezien het recht van de Unie in het algemeen en de doeltreffende uitvoering ervan, aldus te worden uitgelegd dat het zich verzet tegen een nationale wettelijke regeling volgens welke nationale regels, met inbegrip van nationale regels die uitvoering geven aan richtlijn

2005/29/EG, geen toepassing vinden binnen het gecoördineerde gebied indien de dienstverlener gevestigd is in en diensten van de informatiemaatschappij verstrekt vanuit een andere lidstaat, en indien niet is voldaan aan de voorwaarden om een uitzondering toe te passen overeenkomstig de desbetreffende nationale regels ter uitvoering van artikel 3, lid 4, [van richtlijn 2000/31/EG]?

2. Omvat het gecoördineerde gebied in de zin van richtlijn 2000/31/EG de reclame op de website van de verkoper voor en de onlineverkoop van een product waarvan wordt beweerd dat de etikettering ervan in strijd is met de vereisten die voor de goederen als zodanig gelden in de lidstaat van de consument die het product aanschafft?

3. Indien het antwoord op de tweede vraag bevestigend luidt, zijn dergelijke vereisten die gelden voor de levering en de producten als zodanig, overeenkomstig artikel 2, onder h), ii), van richtlijn 2000/31/EG eveneens uitgesloten van het gecoördineerde gebied, waar de levering van de goederen zelf een noodzakelijk onderdeel vormt van de onlinereclame en -verkoop, of wordt de levering van de goederen zelf geacht een nevenaspect te vormen van de onlinereclame en -verkoop, waarmee het onlosmakelijk is verbonden?

4. Welk gewicht heeft, in het licht van de tweede en de derde vraag, het feit dat de vereisten die gelden voor de goederen als zodanig voortvloeien uit nationale bepalingen die sectorspecifieke EU-wetgeving uitvoeren en aanvullen, met inbegrip van artikel 8, lid 2, van richtlijn 75/324/EEG en artikel 19, lid 5, van verordening (EG) nr. 1223/2009, en die inhouden dat de vereisten die gelden voor de goederen moeten worden nageleefd om de goederen in de betrokken lidstaat op de markt te kunnen brengen of aan eindverbruikers te kunnen leveren?

#### **Aangevoerde bepalingen van Unierecht en rechtspraak van het Hof van Justitie**

Richtlijn 2000/31/EG: overwegingen 18 en 21; artikel 2, onder h), ii), en artikel 3, leden 1, 2 en 4

Richtlijn 75/324/EEG: artikel 8, leden 1 en 2

Verordening (EG) nr. 1223/2009: artikel 19, lid 1, onder d), artikel 19, lid 5, en bijlage III

Richtlijn 2005/29/EG: artikel 11

Richtlijn (EU) 2020/1828

Arrest van 25 oktober 2011, *eDate Advertising e.a.* (C-509/09, EU:C:2011:685): punten 53 tot en met 68

Arrest van 2 december 2010, *Ker-Optika* (C-108/09, EU:C:2010:725): punten 24 tot en met 31

Arrest van 1 oktober 2020, *A (Reclame en onlineverkoop van geneesmiddelen)* (C-649/18, EU:C:2020:764): punten 54 tot en met 59

### **Aangevoerde bepalingen van nationaal recht**

Lag (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen) [Wet (2002:562) inzake elektronische handel en andere diensten van de informatiemaatschappij (wet inzake e-handel)]: § 3, eerste alinea, en § 5.

Marknadsföringslag (2008:486) [marketingwet (2008:486)]: § 2, § 3 en § 23

Förordning (2013:413) om kosmetiska produkter [verordening (2013:413) inzake cosmetische producten]: § 4, eerste alinea

Myndigheten för samhällsskydd och beredskaps föreskrifter om aerosolbehållare (MSBFS 2018:1) [voorschriften van het Zweedse agentschap voor civiele noodsituaties inzake spuitbussen (MSBFS 2018:1)]

### **Korte uiteenzetting van de feiten en de procedure in het hoofdgeding**

- 1 Partijen bij het geding zijn KTF Organisation AB (Zweedse Vereniging van Leveranciers van Chemische Producten; hierna: „KTF”) en Parfümerie Akzente GmbH („Parfümerie Akzente”). KTF is een dienstverlenend bedrijf van een industriële organisatie voor ondernemingen die chemische of technische consumentengoederen, zoals cosmetische producten en hygiëneproducten, invoeren, produceren of er reclame voor maken. Parfümerie Akzente is een Duitse onderneming die via haar website (parfumdreams.se) reclame maakt voor haarverzorgingsproducten en andere cosmetische producten en deze verkoopt. De reclame en de verkoop op de website zijn gericht op de Zweedse markt en Zweedse consumenten.
- 2 KTF beweerde dat Parfümerie Akzente zich inliet met oneerlijke marketingpraktijken en heeft in februari 2020 tegen die onderneming beroep ingesteld bij de Patent- och marknadsdomstol (octrooi- en marktrechter[, rechter in eerste aanleg, Stockholm, Zweden]; hierna: „PMD”). KTF verzocht de PMD onder meer om Parfümerie Akzente, op straffe van een geldboete, het volgende te verbieden:
  - het gebruik van welbepaalde reclame-uitingen bij het aanprijzen van cosmetische producten en haarverzorgingsproducten;
  - het maken van reclame voor cosmetische producten in spuitbussen die niet voorzien zijn van een Zweedstalig etiket, zoals de Zweedse voorschriften die richtlijn 75/324 uitvoeren en aanvullen, verlangen;

- het maken van reclame voor bepaalde cosmetische producten die niet voorzien zijn van een Zweedstalig etiket, zoals de Zweedse voorschriften die verordening nr. 1223/2009 aanvullen, verlangen.
- 3 De PMD heeft de vorderingen van KTF toegewezen. Hij was van oordeel dat de marketingpraktijken waartegen werd opgekomen, oneerlijk waren en dat er redenen waren om Parfümerie Akzente overeenkomstig de Zweedse voorschriften inzake commerciële en reclamepraktijken dergelijke marketingpraktijken te verbieden.
  - 4 De PMD onderzocht eerst of de Zweedse marketingwetgeving van toepassing was voor zover met het beroep werd opgekomen tegen de reclame-uitingen op de website. Volgens de rechter was Parfümerie Akzente een in Duitsland gevestigde dienstverlener. De onlineverkoop van de goederen in kwestie was een dienst van de informatiemaatschappij. Voorts stelde de PMD vast dat de desbetreffende reclame-uitingen op de website deel uitmaakten van die dienst en dat de vereisten inzake dergelijke reclame-uitingen onder het gecoördineerde gebied vielen.
  - 5 De PMD was bijgevolg van oordeel dat Parfümerie Akzente het recht had om binnen het gecoördineerde gebied, zonder onderworpen te zijn aan de Zweedse voorschriften, diensten van de informatiemaatschappij te verstrekken aan dienstontvangers in Zweden. In dat verband legde de PMD de Zweedse voorschriften tot uitvoering van richtlijn 2000/31 aldus uit dat de rechter het Zweedse recht moest toepassen op het desbetreffende gebied, maar dat de toepassing van het Zweedse recht doorgaans niet kon inhouden dat de dienstverlener Parfümerie Akzente onderworpen was aan vereisten die strikter waren dan die van het materiële recht van de lidstaat van vestiging, Duitsland.
  - 6 Voorts stelde de PMD vast dat richtlijn 2005/29 een volledige harmonisatie tot stand bracht. Volgens deze rechter betekent dit dat in de gehele Europese Unie dezelfde betekenis en reikwijdte moet worden gegeven aan de bepalingen van de richtlijn, en dat de lidstaten geen bepalingen mogen vaststellen die afwijken van de richtlijn en de rechtspraak van het Hof van Justitie van de Europese Unie (hierna: „Hof”). Bijgevolg mochten er geen verschillen bestaan tussen het Duitse en het Zweedse recht waardoor Parfümerie Akzente op grond van het Zweedse recht onderworpen kon worden aan vereisten die strikter waren dan die waarin het Duitse recht voorzag of die anderszins belemmeringen konden vormen voor het vrije verkeer van diensten. Volgens de rechter had Parfümerie Akzente ook niet aangegeven in welk opzicht de Zweedse marketingwetgeving restrictiever was dan richtlijn 2005/29 of het Duitse materiële recht. Op grond daarvan, en aangezien de reclame-uitingen waartegen werd opgekomen effect hadden gesorteerd in Zweden, was er geen belemmering voor de toepassing van de Zweedse marketingwetgeving.
  - 7 Parfümerie Akzente is bij de verwijzende rechter in hoger beroep gegaan tegen de beslissing van de PMD en heeft die rechter verzocht om de vorderingen van KTF van de hand te wijzen.

### **Voornaamste argumenten van partijen in het hoofdgeding**

- 8 KTF beweert dat de marketingpraktijken waartegen wordt opgekomen, oneerlijk zijn en derhalve moeten worden verboden. Parfümerie Akzente heeft op haar website reclame gemaakt voor verkeerd geëtiketteerde goederen en heeft deze goederen aan eindverbruikers in Zweden verkocht en geleverd. De onderneming heeft reclame gemaakt voor bepaalde cosmetische producten in spuitbussen en deze verkocht terwijl zij niet zijn geëtiketteerd in overeenstemming met de Zweedse voorschriften die richtlijn 75/324 uitvoeren en aanvullen. Het is in strijd met de wet om reclame te maken voor goederen in spuitbussen of deze te verstrekken aan consumenten in Zweden zonder dat deze voorzien zijn van Zweedstalige etiketten. Bovendien heeft Parfümerie Akzente een aantal cosmetische producten aangeprezen en verkocht die niet zijn voorzien van Zweedstalige informatie inzake de specifieke veiligheidsvoorschriften die moeten worden nageleefd bij het gebruik van deze goederen, in overeenstemming met artikel 19, lid 1, onder d), van verordening nr. 1223/2009, en bijlage III bij deze verordening. Dergelijke informatie moet in het Zweeds worden verstrekt in overeenstemming met de Zweedse voorschriften die een aanvulling vormen op de verordening. Het is in strijd met de wet om cosmetische producten zonder Zweedstalige informatie inzake veiligheidsvoorschriften aan te prijzen of te verstrekken aan eindgebruikers in Zweden.
- 9 Aangaande de betekenis van richtlijn 2000/31 en de Zweedse voorschriften die de richtlijn uitvoeren heeft KTF het volgende verklaard. Parfümerie Akzente heeft reclame gemaakt voor haar goederen en deze verkocht op de Zweedse markt. De marketingpraktijken hebben derhalve invloed gehad in Zweden. De Zweedse voorschriften tot uitvoering van richtlijn 2000/31 zijn ondergeschikt aan de voorschriften tot uitvoering van richtlijn 2005/29. Het in het marketingrecht geldende algemeen beginsel van het land van uitwerking heeft derhalve voorrang op het beginsel van het land van herkomst in overeenstemming met de Zweedse voorschriften die voortvloeien uit richtlijn 2000/31. Richtlijn 2005/29 is een richtlijn voor volledige harmonisatie en de Zweedse marketingvoorschriften kunnen nooit strikter zijn dan die waarin het Duitse recht voorziet. Aangezien de marketingpraktijken in kwestie onder meer cosmetische producten en spuitbussen betreffen waarvoor geen reclame mag worden gemaakt op de Zweedse markt, zijn de bepalingen van het Duitse recht evenmin relevant.
- 10 Parfümerie Akzente betwist de argumenten en beweringen van KTF dat zij in strijd heeft gehandeld met de voorschriften van het Zweedse marketingrecht.
- 11 Parfümerie Akzente stelt dat richtlijn 2000/31 en de Zweedse voorschriften die de richtlijn uitvoeren een belemmering vormen in die zin dat de dienstverlener op het gebied van elektronische handel onderworpen is aan striktere voorschriften dan die waarin het relevante materiële recht van de lidstaat van vestiging voorziet. Het beginsel van het land van herkomst overeenkomstig deze voorschriften betekent in onderhavig geval dat het Zweedse recht niet van toepassing is als de Duitse marketingvoorschriften minder strikt zijn dan de Zweedse voorschriften. Het

beginsel van het land van herkomst is van toepassing op dat deel van de zaak dat betrekking heeft op de reclame-uitingen op de website. Dat beginsel is echter niet van toepassing op de delen van de zaak die betrekking hebben op het maken van reclame voor verkeerd geëtiketteerde goederen, aangezien uit richtlijn 2000/31 voortvloeit dat op de levering van goederen zelf nationale voorschriften van toepassing moeten zijn, ook al werd er langs elektronische weg een contract aangegaan.

### **Korte uiteenzetting van de motivering van het verzoek om een prejudiciële beslissing**

- 12 Er zijn in de procedure bij de verwijzende rechter vragen gerezen over, ten eerste, de Zweedse uitvoering van richtlijn 2000/31 en de overeenstemming ervan met het recht van de Unie, en, ten tweede, de reikwijdte van het gecoördineerde gebied.
- 13 De Zweedse wet inzake e-handel voert richtlijn 2000/31 uit en heeft betrekking op de diensten van de informatiemaatschappij en op de initiëring en uitvoering van activiteiten die verband houden met dergelijke diensten. Voorbeelden van diensten van de informatiemaatschappij zijn het online plaatsen van commerciële mededelingen en het verkopen van goederen online (zie bijvoorbeeld overweging 18 van richtlijn 2000/31).
- 14 Krachtens artikel 3, lid 1, van de richtlijn zorgt iedere lidstaat ervoor dat de diensten van de informatiemaatschappij die worden verleend door een op zijn grondgebied gevestigde dienstverlener voldoen aan de in die lidstaat geldende nationale bepalingen die binnen het gecoördineerde gebied vallen. Overeenkomstig artikel 3, lid 2, van de richtlijn mogen de lidstaten het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij die vanuit een andere lidstaat worden geleverd, niet beperken om redenen die vallen binnen het gecoördineerde gebied.
- 15 Uit de rechtspraak van het Hof blijkt duidelijk dat de richtlijn niet vereist dat artikel 3 wordt ingesteld als een specifieke conflictregel. Lidstaten dienen echter, wat betreft het gecoördineerde gebied, ervoor te zorgen dat een dienstverlener binnen de e-handel niet onderworpen wordt aan vereisten die strikter zijn dan de vereisten die worden gesteld in het materiële recht van de lidstaat waar de dienstverlener is gevestigd, behalve zoals uitdrukkelijk bepaald in artikel 3, lid 4 (zie arrest van 25 oktober 2011, *eDate Advertising e.a.*, C-509/09, EU:C:2011:685, punten 53-68).
- 16 § 5 van de wet inzake e-handel voert artikel 3, lid 1, van richtlijn 2000/31 uit. In deze paragraaf is bepaald dat, binnen het gecoördineerde gebied, het Zweedse recht van toepassing moet zijn op diensten van de informatiemaatschappij die door in Zweden gevestigde dienstverleners worden verstrekt, met inbegrip van gevallen waarin de diensten gedeeltelijk of in hun geheel gericht zijn op ontvangers van diensten die zich in een andere lidstaat van de EER bevinden. Die

bepaling impliceert dat alle dienstverleners die in Zweden gevestigd zijn, de Zweedse voorschriften binnen het gecoördineerde gebied moeten naleven wanneer zij diensten van de informatiemaatschappij verstrekken. Dat is eveneens het geval als de diensten uitsluitend gericht zijn op ontvangers in een ander EER-land. De regel is bijgevolg een conflictregel die gedeeltelijk uitvoering geeft aan het beginsel van het land van herkomst. Binnen de reikwijdte van de wet inzake e-handel wordt die conflictregel geacht voorrang te hebben op het beginsel van het land van uitwerking zoals dat algemeen in het Zweedse marketingrecht is vastgelegd.

- 17 Dat deel van het beginsel van het land van herkomst dat van toepassing is op dienstverleners die zich buiten Zweden hebben gevestigd, is neergelegd in § 3 van de wet inzake e-handel. Krachtens de eerste alinea van de desbetreffende paragraaf heeft een dienstverlener die in een ander EER-land dan Zweden is gevestigd, het recht om, zonder belemmering van Zweedse voorschriften binnen het gecoördineerde gebied, diensten van de informatiemaatschappij te verstrekken aan ontvangers in Zweden. De bepaling legt artikel 3, lid 2, van richtlijn 2000/31 ten uitvoer, krachtens hetwelk de lidstaten het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij die vanuit een andere lidstaat worden geleverd, niet om redenen die vallen binnen het gecoördineerde gebied mogen beperken.
- 18 De bewoordingen van de eerste alinea van § 3 van de wet inzake e-handel komen niet overeen met die van artikel 3, lid 2, van richtlijn 2000/31. In dat verband is in de Zweedse bepaling niet vastgesteld, zoals in artikel 3, lid 2, wel het geval is, dat de Zweedse voorschriften binnen het gecoördineerde gebied de vrijheid om diensten van de informatiemaatschappij te verstrekken vanuit een andere lidstaat, niet mogen beperken. Evenmin wordt bepaald, in overeenstemming met de bevindingen van het Hof, dat de Zweedse voorschriften van toepassing moeten zijn, op voorwaarde dat de dienstverlener niet wordt onderworpen aan voorschriften die strikter zijn dan de voorschriften van het materieel recht van de lidstaat waar de dienstverlener gevestigd is.
- 19 De bewoordingen van de Zweedse bepaling zouden derhalve aldus kunnen worden uitgelegd dat Zweedse voorschriften binnen het gecoördineerde gebied niet van toepassing zijn op diensten die niet uit Zweden afkomstig zijn, ongeacht of de Zweedse voorschriften al dan niet strikter zijn dan de voorschriften van het land van herkomst. Bij de uitvoering van richtlijn 2000/31 heeft de Zweedse wetgever het beginsel van het land van herkomst tevens zo vastgelegd dat het moet volstaan voor een dienstverlener die binnen het gecoördineerde gebied valt, om het recht na te leven in de lidstaat waar hij of zij gevestigd is.
- 20 Indien de eerste alinea van § 3 van de wet inzake e-handel aldus zou moeten worden uitgelegd dat een buitenlandse exploitant vrij diensten moet kunnen aanbieden in Zweden en zonder beperking van Zweedse voorschriften, dan zou een dergelijke uitvoering van artikel 3, lid 2, van richtlijn 2000/31 inderdaad overeenkomen met de bevindingen van het Hof in de zaak van *eDate Advertising e.a.* Een dergelijk systeem zou er in feite onbetwistbaar voor zorgen dat een

buitenlandse exploitant, als algemene regel, nooit onderworpen wordt aan Zweedse vereisten binnen het gecoördineerde gebied die strikter zijn dan de vereisten waarin het materieel recht van het land van herkomst voorziet. Tegelijkertijd rijst volgens de verwijzende rechter de vraag of een dergelijke uitvoering van artikel 3, lid 2, verenigbaar is met het recht van de Unie en de doeltreffende toepassing ervan.

- 21 Een dergelijke uitvoering zou bijvoorbeeld betekenen dat de marketingvoorschriften die richtlijn 2005/29 uitvoeren in beginsel niet van toepassing kunnen zijn als de dienstverlener gevestigd is in en diensten van de informatiemaatschappij verstrekt vanuit een andere lidstaat. Vervolgens zou dit onder meer betekenen dat concurrenten of consumentenverenigingen die invloed ondervinden van bepaalde online marketingpraktijken gedwongen zouden worden om zich tot rechters en andere instanties te wenden in de lidstaat van vestiging van de dienstverlener, teneinde daar procedures op te starten in een andere taal en onderworpen aan het materieel recht van een andere lidstaat. Zelfs gezien de achtergrond van de beschermende voorschriften die bijvoorbeeld zijn uiteengezet in richtlijn (EU) 2020/1828 betreffende representatieve vorderingen ter bescherming van de collectieve belangen van consumenten, kan een dergelijk systeem nog altijd in twijfel worden getrokken uit het oogpunt van het hoge niveau van consumentenbescherming en het mechanisme voor de naleving van de bepalingen van richtlijn 2005/29 (zie in het bijzonder artikel 11).
- 22 Algemeen gesproken is het volgens de verwijzende rechter niet duidelijk of reeds opgehelderd hoe het recht van de Unie moet worden uitgelegd met betrekking tot de vraag hoe het met het recht van de Unie en de doeltreffende werking ervan valt te rijmen wanneer artikel 3, lid 2, zo wordt uitgevoerd dat nationale voorschriften binnen het gecoördineerde gebied, met inbegrip van nationale voorschriften tot uitvoering van richtlijn 2005/29, als algemene regel niet worden toegepast als de dienstverlener gevestigd is in en diensten van de informatiemaatschappij verstrekt vanuit een andere lidstaat.
- 23 Aangaande de reikwijdte van het gecoördineerde gebied heeft de verwijzende rechter geoordeeld dat vereisten inzake dergelijke onlineactiviteiten zoals online-informatie, online adverteren, onlinehandel en onlinecontracten eronder vallen. Het gebied omvat echter niet de wettelijke vereisten van de lidstaten inzake goederen, zoals veiligheidsnormen, etiketteringsvoorschriften of productaansprakelijkheid, of de vereisten van de lidstaten inzake levering of vervoer van goederen (zie overweging 21 en artikel 2, onder h), van richtlijn 2000/31).
- 24 Het Hof heeft daarnaast geoordeeld dat vereisten voor de onlineverkoop van goederen onder het gecoördineerde gebied vallen. Het gecoördineerde gebied omvat echter geen vereisten die van toepassing zijn op de levering van goederen waarvoor langs elektronische weg een contract is gesloten. Nationale voorschriften die verband houden met de voorwaarden waaronder online verkochte goederen mogen worden geleverd op het grondgebied van een lidstaat,

vallen buiten de reikwijdte van die richtlijn (zie arrest van 2 december 2010, *Ker-Optika*, C-108/09, EU:C:2010:725, punten 24-31).

- 25 Noch richtlijn 2000/31, noch de rechtspraak van het Hof maakt echter duidelijk hoe dit in zijn werk gaat in een situatie waarin het gaat om onlinereclame voor en onlineverkoop van goederen die zagezegd geëtiketteerd zijn op een manier die in strijd is met het vereiste dat van toepassing is op de goederen zelf in de lidstaat van de consument die het goed aanschaft. Specifiek blijkt uit het recht van de Unie niet duidelijk of het gecoördineerde gebied in het kader van richtlijn 2000/31 vereisten omvat voor onlinereclame voor en onlineverkoop van een product dat niet zou voldoen aan de vereisten die op het product zelf van toepassing zijn.
- 26 Indien het gecoördineerde gebied in een dergelijke situatie onlinereclame voor en onlineverkoop van het product zou omvatten, dan rijst volgens de verwijzende rechter tevens de vraag of de vereisten inzake de levering en het product zelf moeten worden uitgesloten van het gecoördineerde gebied, in overeenstemming met artikel 2, onder h), ii), van richtlijn 2000/31.
- 27 Bij onlineverkoop waarbij de verkoop door de dienstverlener volledig gericht is op consumenten in een andere lidstaat, waar de dienstverlener zich niet vast heeft gevestigd, is de levering van het product in de praktijk een noodzakelijk onderdeel van de dienst en zou daarom worden geacht een nevenaspect te vormen van de dienstverrichting, waarmee het onlosmakelijk verbonden is. In dergelijke gevallen vormt de levering van het product zelf dus een voorwaarde voor onlineverkoop.
- 28 Als onder het gecoördineerde gebied in een dergelijke situatie de vereisten inzake onlinereclame en -verkoop zouden vallen, maar niet de vereisten inzake levering of de goederen zelf, dan zou er op de diverse onderdelen van de transactie wetgeving van verschillende lidstaten van toepassing kunnen zijn. In een dergelijk geval zou het kunnen voorkomen dat het als zodanig rechtmatig is om online reclame te maken voor goederen en deze ook online te verkopen aan de consument, maar tegelijkertijd onrechtmatig om de goederen aan hem te leveren. Er zou derhalve kunnen worden gezegd dat de doelstelling van richtlijn 2000/31, namelijk rechtsonzekerheid wegnemen en het vrije verkeer bevorderen ten aanzien van, onder meer, onlineverkoop, wordt gedwarsboomd.
- 29 Een ander aspect bij de beoordeling van de reikwijdte van het gecoördineerde gebied is het verband en de interactie tussen richtlijn 2000/31 en andere EU-wetgeving. De vereisten waaraan de goederen zelf zijn onderworpen in de lidstaat van de consument kunnen, zoals in onderhavig geval, in feite voortvloeien uit nationale bepalingen die sectorspecifieke EU-wetgeving uitvoeren en aanvullen, met inbegrip van artikel 8, lid 2, van richtlijn 75/324 en artikel 19, lid 5, van verordening nr. 1223/2009, en inhouden dat de vereisten inzake de goederen moeten worden nageleefd om de goederen in de betrokken lidstaat op de markt te kunnen brengen of aan eindverbruikers te leveren.