

Predmet C-379/23**Zahtjev za prethodnu odluku****Datum podnošenja:**

15. lipnja 2023.

Sud koji je uputio zahtjev:

Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Švedska)

Datum odluke kojom se upućuje zahtjev:

13. lipnja 2023.

Žalitelj:

Guldbrev AB

Druga stranka u žalbenom postupku:

Konsumentombudsmannen

[...]

POBIJANA PRESUDA

Presuda Patent- och marknadsdomstolena vid Stockholms tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu, Švedska) od 25. ožujka 2022. [...]

[orig. str. 2.] Nakon pravne rasprave, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu, Švedska), koji smatra da nema razloga postaviti pitanje koje predlaže Konsumentombudsmannen (Pravobranitelj za potrošače; u daljnjem tekstu: KO), donosi sljedeću

ODLUKU (koja će se objaviti 14. lipnja 2023.)

1. Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) nalaže da se od Suda Europske unije ishodi prethodna odluka na temelju članka 267. Ugovora o funkcioniranju Europske unije te da se

tom sudu podnese zahtjev za prethodnu odluku u skladu s Prilogom A ovom zapisniku.

2. Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) određuje da se postupak prekida dok Sud Europske unije ne donese odluku.

[...]

[orig. str. 3.] Sud koji je uputio zahtjev

- 1 [...] Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu),
[...] Stockholm, Švedska
[...]

Stranke u postupku koji je u tijeku pred nacionalnim sudom

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

Druga stranka u žalbenom postupku:
Konsumentombudsmannen, [...] Karlstad
[...]

Predmet: nepošteno oglašavanje

Postupak pred nacionalnim sudom i činjenično stanje

- 3 Društvo Guldbrev AB (u daljnjem tekstu: Guldbrev) internetski je otkuplivač zlata koji procjenjuje i kupuje zlato od potrošača. Guldbrev nema fizičke trgovine, već svoju djelatnost otkupa i uslugu uspoređivanja cijena obavlja na raznim internetskim stranicama. Navodi i ostale prakse na koje se postupak odnosi prisutni su na Guldbrevovim internetskim stranicama, na društvenim mrežama te u pismima koje Guldbrev šalje potrošačima **[orig. str. 4.]** KO tvrdi da određeno oglašavanje treba zabraniti te da Guldbrevu treba naložiti da potrošačima pruža određene informacije.

KO – u dijelu koji je ovdje relevantan – ponajprije i ukratko ističe sljedeće. Proizvod koji Guldbrev oglašava treba smatrati paketom usluga koji se sastoji od

procjene i otkupa zlata, zbog čega to oglašavanje spada u područje primjene marknadsföringslagen (2008:486) (Zakon (2008:486) o oglašavanju; u daljnjem tekstu: MFL). Oglašavanje koje se provodi putem Google oglasa i na internetskim stranicama s alatom za usporedbu zavaravajuće je i nepošteno u skladu s, kao prvo, točkom 22. Priloga I. Direktivi 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu (u daljnjem tekstu: Direktiva 2005/29) i, kao drugo, člancima 8. i 9. MFL-a. Oglašavanje cijena zlata je oglašavanje radi namamljivanja koje se protivi točkama 5. i 6.(c) Priloga I. Direktivi 2005/29. Guldbrev nije internetske stranice dovoljno jasno predstavio kao oglašavanje te se nije naveo kao oglašivač. Najviše cijene koje Guldbrev oglašava su nerazumne te su usto, kada je riječ o 24-karatnom zlatu, potpuno nepredvidive i nedostižne zbog zahtjeva koje Guldbrev postavlja. Nadalje, prisutni su zavaravajući navodi u pogledu cijena koji utječu na sposobnost potrošača da donese informiranu odluku o poslu u smislu članka 10. drugog stavka točke 4. MFL-a u vezi s člankom 8. prvim podstavkom 8. tog zakona. Način na koji Guldbrev oglašava svoje cijene usto je neobičan u poslovanju općenito i djelatnosti otkupa zlata konkretno tako da ga je moguće smatrati protivnim i dobroj oglašivačkoj praksi u smislu članaka 5. i 6. MFL-a. U Guldbrevovim oglasima o cijenama koje to društvo plaća za zlato nema dovoljno informacija o cijeni kao ni drugih bitnih informacija. Ti nedostaci znače da se predmetno oglašavanje protivi članku 5., članku 10. trećem stavku i članku 12. MFL-a. Guldbrev prikazivanjem odbrojavanja izravno povezanog s ponudom za prodaju zlata po najvišoj cijeni, izraženoj u švedskim krunama za gram zlata određenog karatnog sastava, stvara pogrešan dojam da između te cijene i odbrojavanja postoji veza. Predmetno je oglašavanje stoga zavaravajuće u smislu članka 10. MFL-a i nepošteno u smislu članka 8. tog zakona jer utječe na sposobnost potrošača da donese **[orig. str. 5.]** informiranu odluku o poslu.

Guldbrev osporava te tvrdnje i ponajprije navodi da ni Direktiva 2005/29 ni MFL nisu primjenjivi na predmetno činjenično stanje s obzirom na to da se prakse o kojima je riječ odnose na usluge otkupa. U svakom slučaju, Guldbrev navodi da predmetno oglašavanje nije zavaravajuće ili nepošteno. Guldbrev usto ističe, među ostalim, sljedeće čimbenike. Na svakom dijelu stranice na kojoj se mogu usporediti cijene navedeno je da je Guldbrev autor informacija, zbog čega nije riječ o prikrivenom oglašavanju. Potrošačima se pruža dovoljno informacija o tome na koji se način cijena izračunava. Iz Guldbrevovih ugovornih uvjeta, u uskoj vezi s mjestima na kojima se navodi cijena za gram zlata, jasno proizlazi da se cijena određuje na temelju procjene. Osim toga, prije prodaje zlata potrebno je da potrošač pristane na cijenu. Odbrojavanje na Guldbrevovoj internetskoj stranici ni na koji način ne sugerira da je ponuda vremenski ograničena. Prosječan potrošač ne stječe dojam da odbrojavanje znači da mora brzo djelovati kako bi ostvario određenu otkupnu cijenu.

- 4 Niži sud, Patent- och marknadsdomstolen vid Stockholms tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu), je utvrdio da prakse koje Guldbrev koristi u okviru svoje djelatnosti čine poslovne prakse u smislu Direktive 2005/29. Patent- och marknadsdomstolen vid Stockholms

tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu) je uputio na Smjernice Europske komisije za provedbu/primjenu Direktive 2005/29, SWD (2016) 163 *final* od 25. svibnja 2016., odjeljak 1.1.2., gdje je navedeno da procjena zlata radi otkupa može činiti uslugu obuhvaćenu područjem primjene Direktive 2005/29. Patent- och marknadsdomstolen vid Stockholms tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu) je utvrdio da prakse na koje se odnose KO-ovi navodi nije moguće kao takve smatrati isključenima iz područja primjene MFL-a. Patent- och marknadsdomstolen vid Stockholms tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu) je uz prijetnju kazne u iznosu od 1 000 000 švedskih kruna zabranio određene oglašivačke prakse te naložio Guldbrevu da u svojim oglasima pruža određene informacije. Patent- och marknadsdomstolen vid Stockholms tingsrätt (Sud za patente i tržišno natjecanje pri Prvostupanjskom sudu u Stockholmu) je utvrdio da je Guldbrevovo oglašavanje nepošteno na temelju, među ostalim, činjenice da

- **[orig. str. 6.]** Guldbrevove prakse u vezi s procjenom [i] otkupom zlata čine poslovnu praksu povezanu s proizvodom u smislu Direktive 2005/29, što je utvrđeno kao preduvjet za primjenu MFL-a;
 - Guldbrevovi Google oglasi ne sadržavaju pojedinosti o oglašivaču te internetska stranica s alatom za usporedbu ne odgovara zahtjevima nacionalnog prava koji se odnose na isticanje oglašavanja i pružanje pojedinosti o oglašivaču, ali točka 22. „crne liste” [iz Priloga I. Direktivi 2005/29] nije primjenjiva;
 - način na koji se informacije o određivanju cijene zlata prikazuju ne mijenja činjenicu da prosječan potrošač stječe pogrešan dojam da će cijena navedena u oglasu biti ponuđena za gram zlata bez obzira na masu prodanog zlata ili brzinu s kojom će ono biti poslano Guldbrevu; te da
 - postoji značajna opasnost od toga da prosječan potrošač letimičnim pregledom internetske stranice pogrešno zaključi da brzina narudžbe „Guldbreva” [(paketa koji Guldbrev šalje potrošaču kako bi mu potonji u njemu dostavio zlato)] utječe na cijenu zlata koje potrošač želi prodati.
- 5 Guldbrev je protiv određenih dijelova presude podnio žalbu Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) te zahtijeva odbijanje KO-ove tužbe. KO se protivi bilo kakvoj izmjeni presude.
- 6 Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) mora, među ostalim, presuditi čine li Guldbrevove prakse nepošteno oglašavanje. Kako bi ocijenio to meritorno pitanje, on prvo mora utvrditi jesu li Direktiva 2005/29 i MFL uopće primjenjivi na situaciju o kojoj je riječ. Shodno tomu, Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za

intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) mora, primjenjujući članak 2. točke (c), (d) i (i) te članak 3. stavak 1. Direktive 2005/29, presuditi u kojoj je mjeri procjenu i otkup zlata od potrošača te prakse o kojima je riječ u ovom slučaju moguće smatrati poslovnim praksama u smislu te direktive.

[orig. str. 7.] Relevantne nacionalne odredbe i sudske odluke

- 7 Direktiva 2005/29 provedena je odredbama MFL-a. Relevantne švedske odredbe nalaze se u člancima 5., 6., 8., 9., 10. i 12. MFL-a. U njima je propisano sljedeće:

Članak 5. MFL-a

„Oglašavanje treba biti u skladu s dobrom oglašivačkom praksom.”

Članak 6. MFL-a

„Oglašavanje koje nije u skladu s dobrom oglašivačkom praksom u smislu članka 5. smatra se nepoštenim ako osjetno utječe ili je vjerojatno da će osjetno utjecati na sposobnost primatelja oglašavanja da donese informiranu odluku o poslu.”

Članak 8. MFL-a

„Oglašavanje koje je zavaravajuće u smislu bilo koje odredbe iz članaka 9., 10. ili 12. do 17. smatra se nepoštenim ako utječe ili je vjerojatno da će utjecati na sposobnost primatelja oglašavanja da donese informiranu odluku o poslu.

Takvo zavaravajuće oglašavanje kako je određeno u točkama 1. do 23. Priloga I. Direktivi 2005/29/EZ uvijek se smatra nepoštenim.”

Članak 9. MFL-a

„Oglašavanje se oblikuje i predstavlja na način koji jasno daje do znanja da je riječ o oglašavanju.

Mora biti jasno i tko je odgovoran za oglašavanje. Međutim, to ne vrijedi za izjave čiji je jedini cilj privući pozornost na daljnje izjave.”

[orig. str. 8.] Članak 10. MFL-a

„Trgovac pri oglašavanju ne smije koristiti netočne navode ili druge izjave koje su zavaravajuće u pogledu poslovne djelatnosti samog trgovca ili neke druge osobe.

Prvi stavak posebno vrijedi za izjave koje se odnose na

1. dostupnost, narav, količinu, kakvoću i ostala razlikovna obilježja proizvoda;

[...]

4. cijenu proizvoda, osnovu za izračunavanje cijene, posebne pogodnosti i uvjete plaćanja

[...]

Također, trgovac pri oglašavanju svoje poslovne djelatnosti ili poslovne djelatnosti neke druge osobe ne smije izostaviti bitne informacije. Zavaravajuće izostavljanje bitnih informacija uključuje i slučajeve u kojima se takve informacije pružaju na nejasan, nerazumljiv, dvosmislen ili drugi neodgovarajuć način.”

Članak 12. MFL-a

„Oglašavanje je zavaravajuće ako trgovac u izjavi nudi potrošaču određeni proizvod po navedenoj cijeni, a ne pruža mu sljedeće bitne informacije:

1. **[orig. str. 9.]** razlikovna obilježja proizvoda, u mjeri u kojoj je to primjereno za sredstvo priopćavanja i proizvod;
2. cijenu i jediničnu cijenu na način predviđen u člancima 7. do 10. *prisinformatiöslagena* (2004:347) (*Zakon* (2004:347) o informacijama o cijeni);
3. identitet i geografsku adresu trgovca;
4. uvjete plaćanja, dostave i izvršenja ako odstupaju od onih koji su uobičajeni za dani sektor ili proizvod;
5. informacije o pravu na povlačenje iz kupoprodaje ili na njezino otkazivanje, koje potrošaču mora biti osigurano zakonom.

Oglašavanje je zavaravajuće i ako trgovac potrošaču u izjavi nudi više pojedinačnih proizvoda s podacima o ukupnoj cijeni, a ta ponuda ne sadržava bitne informacije iz prvog stavka točaka 1. do 5.”

Relevantne odredbe prava Unije

- 8 Članak 2. točke (c), (d) i (i) te članak 3. stavak 1. Direktive 2005/29 Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu predviđaju sljedeće:

„Članak 2.

Definicije

Za potrebe ove Direktive: [...]

(c) „proizvod” znači sva roba ili usluge, uključujući nepokretnu imovinu, digitalne usluge i digitalni sadržaj, te prava i obveze;

(d) „poslovna praksa poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču” (dalje u tekstu također: poslovna praksa) znači svaka radnja, izostavljanje, tijekom postupanja ili zastupanja, tržišno komuniciranje uključujući oglašavanje i stavljanje proizvoda na tržište koje izvrši trgovac, a u izravnoj je vezi s promocijom, prodajom ili dobavljanjem proizvoda potrošačima;

[orig. str. 10.] [...]

(i) „poziv na kupnju” znači tržišno komuniciranje koje navodi obilježja proizvoda i njegovu cijenu na način koji je primjeren korištenim sredstvima tržišnog komuniciranja i na taj način omogućuje potrošaču da obavi kupnju;

Članak 3.

Područje primjene

1. Ova se Direktiva primjenjuje na nepoštenu poslovnu praksu poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču, kako je utvrđena u članku 5., prije, tijekom i nakon trgovačkog posla u vezi s proizvodom.”

- 9 Europska komisija u obavijesti naslovljenoj „Smjernice za tumačenje i primjenu Direktive 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu” (SL 2021., C 526, str. 1.) izričito predviđa da situacija obrnuta od one u kojoj je riječ o poslovnim praksama [uređenima Direktivom 2005/29], to jest situacija u kojoj trgovci kupuju proizvode od potrošača, nije obuhvaćena područjem primjene te direktive, ali da postoje slučajevi u kojima je moguće utvrditi povezanost između prodaje potrošačeva proizvoda trgovcu i promocije, prodaje ili dobavljanja (različitog) proizvoda potrošaču. Kao primjer se navodi da bi otkup i daljnja prodaja zlata mogli u određenim okolnostima biti obuhvaćeni Direktivom 2005/29. Na primjer, moglo bi se smatrati da trgovac koji potrošačima nudi stručnu procjenu njihova zlata prije otkupa pruža uslugu potrošačima. U takvim se slučajevima Direktiva 2005/29 primjenjuje te zbog toga trgovac ne bi smio davati zavaravajuće informacije o stvarnoj vrijednosti zlata ili cijeni ponuđene usluge (odjeljak 2.3.2.).
- 10 Sud Europske unije je u presudi od 15. ožujka 2012. u predmetu C-453/10, Pereničová i Perenič (EU:C:2012:144), podsjetio da se u članku 2. točki (d) Direktive 2005/29 pojam „poslovna praksa” definira korištenjem osobito široke formulacije (t. 38.). Dalje je naveo **[orig. str. 11.]** da se ta direktiva, prema njezinu članku 3. stavku 1. u vezi s njezinim člankom 2. točkom (c), primjenjuje

na nepoštenu poslovnu praksu poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču koja se javlja prije, tijekom ili nakon trgovačkog posla u vezi s bilo kojom robom ili uslugama (t. 39.).

- 11 Sud Europske unije je u presudi od 20. srpnja 2017. u predmetu C-357/16, *Gelvora* (EU:C:2017:537), među ostalim naveo da se Direktiva 2005/29, kako proizlazi iz njezina članka 3. stavka 1. u vezi s njezinom uvodnom izjavom 13., primjenjuje na nepoštenu poslovnu praksu poslovnih subjekata, čak i izvan bilo kojeg ugovornog odnosa, koja se javlja prije ili poslije sklapanja ugovora, kao i na onu koja slijedi sklapanje ugovora ili se javlja tijekom njegova izvršenja (t. 20.). Sud Europske unije je utvrdio da izraz „u izravnoj je vezi s prodajom proizvoda” obuhvaća sve mjere poduzete u vezi sa sklapanjem ugovora, ali također i s njegovim izvršenjem, te osobito mjere poduzete u svrhu da se ishodi plaćanje proizvoda (t. 21.). Zaključeno je da se usluge naplate potraživanja mogu smatrati „proizvodom” u smislu članka 2. točke (c) Direktive 2005/29 (t. 23.).
- 12 Sud je u presudi od 7. rujna 2016. u predmetu C-310/15, *Deroo-Blanquart* (EU:C:2016:623), naveo da složene ponude, koje se temelje na kombinaciji najmanje dvaju različitih proizvoda ili usluga, predstavljaju poslovne radnje koje očito ulaze u okvir poslovne strategije subjekta te im je izravan cilj promocija i ostvarivanje prodaje. Iz toga proizlazi, prema mišljenju Suda, da te radnje predstavljaju poslovnu praksu u smislu članka 2. točke (d) Direktive 2005/29 (t. 28.).
- 13 Osim toga, Sud Europske unije je u presudi od 22. rujna 2022. u predmetu C-335/21, *Vicente* (EU:C:2022:720), utvrdio da se u članku 2. točki (d) Direktive 2005/29 pojam „poslovna praksa” definira korištenjem osobito široke formulacije te da se ta direktiva, prema njezinu članku 3. stavku 1. u vezi s njezinim člankom 2. točkom (c), primjenjuje na nepoštenu poslovnu praksu poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču koja se javlja prije, tijekom ili nakon trgovačkog posla u vezi s bilo kojom robom ili uslugama (t. 83. i 84.).

[orig. str. 12.] Potreba za prethodnom odlukom

- 14 Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) smatra da je moguće utvrditi, s obzirom na gore izloženu sudsku praksu, da predmetno oglašavanje može činiti poslovnu praksu u smislu Direktive 2005/29, pod uvjetom da se odnosi na proizvod u smislu te direktive. Čini se da Sud Europske unije o takvom pitanju do sada nije odlučivao. Ocjena odnosi li se trgovčeva ponuda u situaciji o kojoj je riječ na proizvod u smislu Direktive 2005/29 relevantna je za odgovor na pitanje treba li gore izložene nacionalne odredbe tumačiti s obzirom na materijalna pravila navedene direktive. Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Žalbeni sud regije Svea kao Žalbeni sud za intelektualno vlasništvo i tržišno natjecanje u Stockholmu) stoga traži donošenje prethodne odluke o sljedećim pitanjima.

Zahtjev za prethodnu odluku

1. U situaciji poput one koja se razmatra pred nacionalnim sudom, čine li procjena i otkup zlata od potrošača proizvod (složeni proizvod) u smislu članka 2. točaka (c), (d) i (i) te članka 3. stavka 1. Direktive 2005/29 o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu?
2. Ako je odgovor na prvo pitanje niječan, čini li procjena zlata u situaciji koja se razmatra pred nacionalnim sudom proizvod u smislu Direktive 2005/29?

[...]

RADNI DOKUMENT