

**Byla C-379/23****Prašymas priimti prejudicinį sprendimą****Gavimo data:**

2023 m. birželio 15 d.

**Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas:**

*Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen* (Švedija)

**Nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą priėmimo data:**

2023 m. birželio 13 d.

**Apeliantė:**

*Guldbrev AB*

**Kita apeliacinio proceso šalis:**

*Konsumentombudsmannen*

<...>

**SKUNDŽIAMAS SPRENDIMAS**

2022 m. kovo 25 d. *Patent- och marknadsdomstolen, Stockholms tingsrätt* (Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas prie Stokholmo pirmosios instancijos teismo, Švedija) sprendimas <...>

(orig. p. 2) Po teisinio ginčo *Patent- och marknadsöverdomstolen* (Stokholmo intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas, Švedija), kuris nemato pagrindo pateikti *Konsumentombudsmannen* (Vartotojų ombudsmenas, Švedija; toliau – KO) siūlomą klausimą, priima šią nutartį:

**NUTARTIS (turi būti įteikta 2023 m. birželio 14 d.)**

1. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas nutaria pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 267 straipsnį kreiptis į Europos Sąjungos Teisingumo Teismą dėl prejudicinio sprendimo ir pateikti Teisingumo Teismui prašymą priimti prejudicinį sprendimą prie šio protokolo pridėtame A priede išdėstytais klausimais.

2. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas pareiškia, kad bylos nagrinėjimas stabdomas, kol bus priimtas Europos Sąjungos Teisingumo Teismas sprendimas.

<...>

**(orig. p. 3) Prašymą priimti prejudicinį sprendimą teikiantis teismas**

- 1 <...> *Svea hovrätt* (Stokholmo apeliacinis teismas, Švedija), *Patent- och marknadsöverdomstolen*,  
<...> Stokholmas, Švedija  
<...>

**Nacionaliniame teisme nagrinėjamos bylos šalys**

- 2 Apeliantė: *Guldbrev AB*, <...> Stokholmas  
<...>  
  
Kita apeliacinio proceso šalis: *Konsumentombudsmannen*, <...>  
Karlstadas  
<...>

Dalykas: nesąžininga reklama

**Nacionaliniame teisme nagrinėjama byla ir reikšmingos faktinės aplinkybės**

- 3 *Guldbrev AB* (toliau – *Guldbrev*) yra internetu veikianti aukso supirkimo įmonė, vykdanči aukso vertinimo ir pirkimo iš vartotojų veiklą. *Guldbrev* neturi fizinių parduotuvių, tačiau vykdo savo pirkimo veiklą ir teikia kainų palyginimo paslaugas įvairiose interneto svetainėse. Byloje nagrinėjami teiginiai ir kita veikla pasireiškę *Guldbrev* interneto svetainėse, socialiniuose tinkluose ir *Guldbrev* (orig. p. 4) vartotojams siųstuose laiškuose. KO teigė, kad tam tikra reklama turėtų būti uždrausta ir kad *Guldbrev* turėtų būti įpareigota pateikti vartotojams tam tikrą informaciją.

KO – čia aktualiose dalyse – iš esmės ir apibendrintai pateikė šiuos argumentus. *Guldbrev* reklamuojamas produktas turėtų būti laikomas susieta paslauga, kurią sudaro aukso vertinimas ir pirkimas, todėl reklamai taikomas *Marknadsföringslagen (2008:486)* (Įstatymas (2008:486) dėl komercinės veiklos; toliau – MFL). Prekyba, vykdoma per Google reklamas ir interneto svetainėse, naudojant palyginimo priemonę, yra klaidinanti ir nesąžininga, pirma, pagal

2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje (toliau – Direktyva) I priedo 22 punktą ir, antra, pagal MFL 8 ir 9 straipsnius. Aukso kainų reklama yra reklama jaukas, kuri prieštarauja Direktyvos I priedo 5 punktui ir 6 punkto c papunkčiui. *Guldbrev* nepakankamai aiškiai įvardijo interneto svetaines kaip prekybą ir nenurodė, kad *Guldbrev* yra reklamos rengėja. Didžiausios kainos, kurias skelbia *Guldbrev*, yra nepagrįstos, taip pat dėl *Guldbrev* nustatytų reikalavimų yra visiškai nuspėjama, kada bus galima gauti, arba neįmanoma gauti 24 karatų aukso. Be to, pagal MFL 10 straipsnio antros pastraipos 4 punktą, siejamą su 8 straipsnio pirma pastraipa, yra klaidinančių teiginių apie kainas, kurie daro poveikį vartotojo gebėjimui priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio. Taip pat būdas, kuriuo *Guldbrev* skelbia savo kainas, yra toks neįprastas, palyginti su verslo veikla apskritai ir konkrečiai su aukso pirkimo veikla, kad jis taip pat gali būti laikomas prieštaraujančiu gerai komercinei veiklai pagal MFL 5 ir 6 straipsnius. *Guldbrev* reklamoje apie kainą, kurią bendrovė moka už auksą, nėra pakankamai informacijos apie kainą, taip pat nėra kitos esminės informacijos. Šie trūkumai reiškia, kad prekyba prieštarauja MFL 5 straipsniui, 10 straipsnio trečiajai pastraipai ir 12 straipsniui. Pateikdama atgalinio laiko skaičiavimo laikmatį, tiesiogiai susietą su pasiūlymu parduoti auksą už didžiausią aukso kainą, nurodomą Švedijos kronomis už gramą tam tikro karato kiekio, *Guldbrev* sudarė klaidingą įspūdį, kad tarp šios kainos ir atgalinio laiko skaičiavimo laikmačio yra ryšys. Taigi prekyba yra klaidinanti pagal MFL 10 straipsnį ir nesąžininga pagal šio įstatymo 8 straipsnį, nes darė poveikį vartotojo gebėjimui priimti (orig. p. 5) informacija paremtą sprendimą dėl sandorio.

*Guldbrev* ginčijo šiuos teiginius ir iš esmės teigė, kad nėra jokių faktinių aplinkybių, dėl kurių būtų galima taikyti Direktyvą arba MFL, nes nagrinėjama veikla yra susijusi su paslaugų pirkimu. Bet kuriuo atveju, pasak *Guldbrev*, prekyba nėra klaidinanti ar nesąžininga. Be to, *Guldbrev* nurodė, be kita ko, šias aplinkybes. Kiekvienoje kainų palyginimo puslapio skiltyje pateikiama informacija, kad *Guldbrev* yra informacijos rengėja, todėl negali būti kalbama apie paslėptą reklamą. Vartotojams buvo pateikta pakankamai informacijos apie tai, kaip nustatoma kaina. Tiek iš *Guldbrev* sutarties sąlygų, tiek glaudžiai siejant su vietomis, kuriose nurodyta gramo kaina, akivaizdu, kad bendrovės kaina nustatoma atliekant vertinimą. Prieš parduodant auksą taip pat reikalaujama, kad vartotojas sutiktų su kaina. Bendrovės interneto svetainėje esantis atgalinio laiko skaičiavimo laikmatis jokiu būdu nereiškia, kad kuris nors pasiūlymas galioja ribotą laiką. Vidutinis vartotojas nesusidaro įspūdžio, kad atgalinis laiko skaičiavimas reiškia, jog norint gauti konkrečios pirkimo kainos pasiūlymą reikia skubiai imtis veiksmų.

- 4 Žemesnės instancijos teismas – Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas – nusprendė, kad *Guldbrev* veikloje taikoma praktika yra komercinė veikla pagal Direktyvą. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas rėmėsi 2016 m. gegužės 25 d. Europos Komisijos Direktyvos įgyvendinimo ir taikymo gairių, SWD(2016) 163 *final*, 1.1.2 papunkčiu, kuriame nurodyta, kad perkamo

aukso įvertinimas gali būti laikomas paslauga, kuriai taikoma Direktyva. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas nustatė, kad veikla, su kuria susiję KO reikalavimai, savaime negali būti laikoma nepatenkančia į MFL taikymo sritį. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas uždraudė tam tikrą prekybos veiklą ir nurodė *Guldbrev* savo reklamoje pateikti tam tikrą informaciją, priešingu atveju būtų skirta 1 000 000 Švedijos kronų bauda. Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų teismas nustatė, kad *Guldbrev* prekyba buvo nesąžininga, be kita ko, dėl to, kad

- **(orig. p. 6)** *Guldbrev* veikla, susijusi su aukso vertinimu [ir] pirkimu, pagal Direktyvą buvo laikoma komercine veikla, susijusia su produktu, o tai buvo laikyta būtina sąlyga, kad būtų galima taikyti MFL;
  - bendrovės Google reklamoje trūko duomenų apie reklamuotoją, interneto svetainė, kurioje buvo palyginimo priemonė, pagal nacionalinę teisę buvo netinkama dėl reklamos identifikavimo ir reklamuotojo duomenų, tačiau [Direktyvos I priede pateikiamo] „juodojo sąrašo“ 22 punktas vis dėlto nebuvo taikomas;
  - informacijos apie aukso kainos nustatymą pateikimo būdas nesumažino vidutiniam vartotojui susidariusio neteisingo įspūdžio, kad reklamoje nurodyta kaina siūloma už gramą aukso, neatsižvelgiant į parduodamo aukso svorį ar jo išsiuntimo *Guldbrev* greitį; ir
  - buvo didelė rizika, kad vidutinis vartotojas, paviršutiniškai pažvelgęs į interneto svetainę, neteisingai nuspręs, jog „*Guldbrev*“ [bendrovės siunčiamo paketo, kuriame bendrovei bus siunčiamas auksas] užsakymo greitis turės įtakos vartotojo norimo parduoti aukso kainai.
- 5 *Guldbrev* pateikė apeliacinį skundą dėl šio sprendimo dalių Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliaciam teismui ir pareikalavo, kad KO ieškinys būtų atmestas. KO nesutiko, kad sprendimas būtų pakeistas.
- 6 Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas turi, be kita ko, priimti sprendimą dėl to, ar *Guldbrev* taikoma praktika laikoma nesąžininga prekyba. Siekdamas įvertinti šį esminį klausimą, teismas pirmiausia turi patikrinti, ar nagrinėjamai situacijai apskritai taikoma Direktyva ir MFL. Atitinkamai, Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas, taikydamas Direktyvos 2 straipsnio c, d ir i punktus ir 3 straipsnio 1 dalį, turi nuspręsti, kokia apimtimi aukso vertinimas ir pirkimas iš vartotojų ir tokia veikla, kokia čia aktuali, gali būti laikomi komercine veikla pagal Direktyvą.

**(orig. p. 7) Reikšmingos nacionalinės teisės nuostatos ir teismo sprendimai**

- 7 MFL nuostatomis įgyvendinama Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva. Reikšmingos Švedijos teisės nuostatos pateikiamos MFL 5, 6, 8, 9, 10 ir 12 straipsniuose. Jos suformuluotos taip:

MFL 5 straipsnis

„Bet kokia skatinimo priemonė turi atitikti gerą komercinę veiklą.“

MFL 5 straipsnis

„Bet kokia skatinimo priemonė, kuri neatitinka geros komercinės veiklos pagal 5 straipsnį, laikoma nesąžininga, jeigu ji iš esmės daro arba gali daryti poveikį gavėjo gebėjimui priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio.“

MFL 8 straipsnis

„Bet kokia skatinimo priemonė, kuri yra klaidinanti pagal bet kurią iš 9, 10 arba 12–17 straipsnių nuostatų, laikoma nesąžininga, jeigu ji daro arba gali daryti poveikį gavėjo gebėjimui priimti informacija paremtą sprendimą dėl sandorio.

Tokia klaidinanti komercinė veikla, kokia nurodyta Direktyvos 2005/29/EB I priedo 1–23 punktuose, visada laikoma nesąžininga.“

MFL 9 straipsnis

„Bet kokia skatinimo priemonė turi būti parengta ir pateikta taip, kad būtų aiškiai suprantama, jog tai yra skatinimo priemonė.

Taip pat turi būti aišku, kas yra atsakingas už skatinimo priemonę. To nereikalaujama pateikiant informaciją, kurios vienintelis tikslas – atkreipti dėmesį prieš pateikiant tolesnę informaciją.“

**(orig. p. 8) MFL 10 straipsnis**

„Prekybininko veiklos skatinimo priemonėse negali būti klaidingos arba klaidinančios informacijos apie jo arba kito prekybininko veiklą.

Pirmoje pastraipoje konkrečiai kalbama apie informaciją, susijusią su:

1) produkto buvimu, pobūdžiu, kiekiu, savybėmis ir kitomis pagrindinėmis produkto savybėmis;

<...>

4) produkto kaina, kainos apskaičiavimo pagrindu, konkrečiais kainos pranašumais ir apmokėjimo sąlygomis

<...>

Prekybininko veiklos skatinimo priemonėse taip pat negali būti neatskleidžiama esminė informacija apie jo arba kito prekybininko veiklą.

Klaidinantis informacijos neatskleidimas taip pat apima atvejus, kai esminė informacija pateikiama neaiškiai, nesuprantamai, dviprasmiškai ar kitu netinkamu būdu.“

MFL 12 straipsnis

„Bet kokia skatinimo priemonė yra klaidinanti, jei prekybininkas pareiškime vartotojui siūlo konkretų produktą už nurodytą kainą, nepateikdamas šios esminės informacijos:

- 1) **(orig. p. 9)** pagrindinių produkto charakteristikų, tiek, kiek tikslinga komunikacijos priemonių ir produkto atžvilgiu;
- 2) kainos ir vieneto kainos, nurodytos *prisinformationslagen* (2004:347) (Įstatymas (2004:347) dėl informacijos apie kainas) 7–10 straipsniuose nustatyta tvarka;
- 3) prekybininko tapatybės duomenų ir adreso;
- 4) apmokėjimo, pristatymo ir vykdymo sąlygų, jei jos skiriasi nuo to, kas yra įprasta tai pramonės šakai ar atitinkamam produktui;
- 5) informacijos apie teisę atsisakyti produkto arba teisę nutraukti sandorį, kuri vartotojui turi būti pateikta pagal įstatymą.

Bet kokia skatinimo priemonė taip pat yra klaidinanti, jei prekybininkas pareiškime vartotojui siūlo kelis konkrečius produktus ir nurodo bendrą kainą, tačiau tame pasiūlyme nepateikia esminės informacijos pagal pirmos pastraipos 1–5 punktus.“

#### Reikšmingos ES teisės nuostatos

- 8 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29 dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje 2 straipsnio c, d ir i punktai ir 3 straipsnio 1 dalis:

„2 straipsnis

Sąvokų apibrėžimai

Šioje direktyvoje: <...>

- c) „produktas“ – bet kuri prekė arba paslauga, įskaitant nekilnojamąjį turą, skaitmeninę paslaugą ir skaitmeninį turinį, taip pat teises ir pareigas;
- d) „įmonių komercinė veikla vartotojų atžvilgiu“ (toliau – komercinė veikla) – bet kuris prekybininko atliekamas veiksmas, neveikimas, elgesys arba pareiškimas, komercinis pranešimas, įskaitant reklamą ir prekybą,



tiesiogiai susijęs su produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojams;

**(orig. p. 10)** <...>

i) „kvietimas pirkti“ – komercinis pranešimas, produkto savybes ir kainą nurodantis tokiu būdu, kuris yra būdingas naudojamam komerciniam pranešimo priemonėms, ir tuo suteikiantis vartotojui galimybę pirkti;

3 straipsnis

Taikymo sritis

1. Ši direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu, kaip nustatyta šios direktyvos 5 straipsnyje, prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo bei jo metu.“

- 9 Pranešime „2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2005/29 dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje aiškinimo ir taikymo gairės“ (OL C 526, 2021, p. 1), Europos Komisija aiškiai nurodo, kad [Direktyvoje nurodytai tokiai] komercinei veiklai priešinga situacija, kai prekyautojai perka produktus iš vartotojų, į Direktyvos taikymo sritį nepatenka, tačiau tam tikrais atvejais vartotojo produkto pardavimą prekyautojui galima susieti su (kito) produkto pirkimo skatinimu, pardavimu arba tiekimu vartotojui. Pavyzdžiui, nurodoma, kad tam tikromis aplinkybėmis į Direktyvos taikymo sritį gali patekti aukso pirkimas ir perpardavimas. Pavyzdžiui, gali būti laikoma, kad prekyautojas, kuris siūlo vartotojams profesionalų jų aukso įvertinimą prieš jį pirkdamas, teikia paslaugą vartotojams. Tokiais atvejais Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva bus taikoma, todėl prekyautojas neturėtų teikti klaidinančios informacijos apie tikrąją aukso vertę arba apie siūlomos paslaugos kainą (2.3.2 papunktis).
- 10 2012 m. kovo 15 d. Teisingumo Teismo sprendime byloje C-453/10, *Pereničová and Perenič* (EU:C:2012:144), Europos Sąjungos Teisingumo Teismas priminė, kad Direktyvos 2 straipsnio d punkte, apibrėžiant sąvoką „komercinė veikla“, vartojama ypač plati formuluotė (38 punktas). Be to, nurodoma (**orig. p. 11**), kad pagal Direktyvos 3 straipsnio 1 dalį, skaitomą kartu su jos 2 straipsnio c punktu, ši Direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo ir jo metu (39 punktas).
- 11 2017 m. liepos 20 d. Sprendime byloje C-357/16, *Gelvora* (EU:C:2017:537), Europos Sąjungos Teisingumo Teismas, be kita ko, nurodė, kad pagal Direktyvos 3 straipsnio 1 dalį, siejamą su 13 konstatuojamąja dalimi, ši Direktyva taikoma nesąžiningai komercinei veiklai, kurią įmonė vykdo, net ir nesant jokių sutartinių santykių, prieš sudarant sutartį ar ją sudarius arba sutarties sudarymo metu ar ją vykdant (20 punktas). Teisingumo Teismas nustatė, kad žodžių junginys „tiesiogiai susijęs su produkto <...> pardavimu“ apima visus veiksmus, kurių imamasi ne tik dėl sutarties sudarymo, bet ir dėl jos vykdymo, ir, be kita ko,

veiksmus, kurių imamasi siekiant, kad už produktą būtų sumokėta (21 punktą). Buvo nuspręsta, kad skolų išieškojimo paslaugos gali būti laikomos „produktu“, kaip jis suprantamas pagal Direktyvos 2 straipsnio c punktą (23 punktą).

- 12 2016 m. rugsėjo 7 d. Teisingumo Teismo sprendime byloje C-310/15, *Deroo-Blanquart* (EU:C:2016:623), Teisingumo Teismas nurodė, kad susieti pasiūlymai, grindžiami bent dviejų skirtingų produktų ar paslaugų susiejimu į vieną pasiūlymą, yra komerciniai veiksmai, kurie aiškiai patenka į ūkio subjekto komercinės strategijos sritį, ir jais tiesiogiai siekiama skatinti ir vykdyti šio subjekto atliekamą pardavimą. Teisingumo Teismo nuomone, iš to matyti, kad jie yra komercinė veikla, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2 straipsnio d punktą (28 punktą).
- 13 Be to, 2022 m. rugsėjo 22 d. Europos Sąjungos Teisingumo Teismo sprendime byloje C-335/21, *Vicente* (EU:C:2022:720), nustatyta, kad Direktyvos 2 straipsnio d punkte, apibrėžiant sąvoką „komercinė veikla“, vartojama ypač plati formuluotė ir kad pagal Direktyvos 3 straipsnio 1 dalį, siejamą su jos 2 straipsnio c punktu, ši Direktyva taikoma nesąžiningai įmonių komercinei veiklai vartotojų atžvilgiu prieš ir po komercinio sandorio dėl produkto sudarymo ir jį sudarant (83 ir 84 punktai).

**(orig. p. 12) Būtinybė priimti prejudicinį sprendimą**

- 14 Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinio teismo nuomone, atsižvelgiant į pirma nurodytą jurisprudenciją, galima konstatuoti, kad nagrinėjama reklama gali būti laikoma komercine veikla pagal Direktyvą, jeigu ji susijusi su produktu, kaip jis suprantamas pagal Direktyvą. Kaip matyti, Europos Sąjungos Teisingumo Teismas šiuo klausimu nėra priėmęs jokie sprendimo. Vertinimas, ar prekybininko pasiūlymas nagrinėjamoje situacijoje yra susijęs su produktu, kaip jis suprantamas pagal Direktyvą, yra svarbus siekiant nustatyti, ar pirma nurodytos nacionalinės nuostatos turi būti aiškinamos atsižvelgiant į esmines Direktyvos taisykles. Taigi Intelektinės nuosavybės ir komercinių bylų apeliacinis teismas prašo priimti prejudicinį sprendimą šiais klausimais.

**Prašymas priimti prejudicinį sprendimą**

1. Ar aukso vertinimas ir pirkimas iš vartotojų tokioje situacijoje, kaip antai nagrinėjama nacionaliniame teisme, yra produktas (susietas produktas), kaip jis suprantamas pagal Direktyvos 2005/29 dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje 2 straipsnio c, d ir i punktus ir 3 straipsnio 1 dalį?
2. Jei į pirmąjį klausimą būtų atsakyta neigiamai, ar aukso vertinimas nacionaliniame teisme nagrinėjamoje situacijoje yra produktas, kaip jis suprantamas pagal Direktyvą?





DARBINS VERTINAS