TEISINGUMO TEISMO (devintoji kolegija) SPRENDIMAS

2025 m. gegužės 8 d.*

„Prašymas priimti prejudicinį sprendimą – Direktyva 2006/114/EB – Klaidinanti reklama ir lyginamoji reklama – 4 straipsnio c punktas – Leistina lyginamoji reklama – Interneto svetainė, kurioje teikiama draudimo pasiūlymų palyginimo internete paslauga – Trečiosios šalies atliekamas palyginimas naudojant balų arba taškų skyrimo sistemą – 2 straipsnio c punktas – „Konkurento“ nurodymas – Nebuvimas“

Byloje C-697/23

dėl *Landgericht München I* (Miuncheno I-asis apygardos teismas, Vokietija) 2023 m. lapkričio 7 d. nutartimi, kurią Teisingumo Teismas gavo 2023 m. lapkričio 17 d., pagal SESV 267 straipsnį pateikto prašymo priimti prejudicinį sprendimą byloje

HUK-COBURG Haftplicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg

prieš

Check24 Vergleichsportal GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH

TEISINGUMO TEISMAS (devintoji kolegija),

kurį sudaro kolegijos pirmininkas N. Jääskinen (pranešėjas), teisėjai A. Arabadjiev ir M. Condinanzi,

generalinis advokatas M. Campos Sánchez-Bordona,

kancleris A. Calot Escobar,

* Proceso kalba: vokiečių.

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį,

išnagrinėjęs pastabas, pateiktas:

– *HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg*, atstovaujamos *Rechtsanwalt* H.-J. Omsels,

– *Check24 Vergleichsportal GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH*, atstovaujamų *Rechtsanwalt* A. Bauer,

– Italijos vyriausybės, atstovaujamos G. Palmieri, padedamos *avvocato dello Stato* E. Manzo,

– Europos Komisijos, atstovaujamos P. Kienapfel ir B.-R. Killmann,

atsižvelgęs į sprendimą, priimtą susipažinus su generalinio advokato nuomone, nagrinėti bylą be išvados,

priima šį

Sprendimą

1 Prašymas priimti prejudicinį sprendimą pateiktas dėl 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 376, 2006, p. 21) 4 straipsnio c punkto išaiškinimo.

2 Šis prašymas pateiktas nagrinėjant *HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg* (toliau – *HUK-Coburg*) ir *Check24 Vergleichsportal GmbH* ir kt. (toliau kartu – *Check24*) ginčą dėl prašymo nutraukti palyginimo internete pagal balus sistemą *Check24* valdomoje interneto svetainėje.

Teisinis pagrindas

Sąjungos teisė

3 Direktyvos 2006/114/EB 1 straipsnyje nustatyta:

„Šia direktyva siekiama apsaugoti prekybininkus nuo klaidinančios reklamos ir jos nesąžiningų pasekmių bei nustatyti sąlygas, kuriomis lyginamoji reklama yra leistina.“

4 Šios direktyvos 2 straipsnio c punkte nustatyta:

„Šioje direktyvoje:

<…>

c) „lyginamoji reklama“ – tai bet kokia reklama, kuri aiškiai ar netiesiogiai nurodo konkurentą arba konkurento siūlomas prekes ar paslaugas.“

5 Minėtos direktyvos 4 straipsnyje numatyta:

„Lyginamoji reklama, kiek ji susijusi su lyginimu, leidžiama, jeigu įvykdytos šios sąlygos:

<…>

b) ji lygina prekes arba paslaugas, kurios skirtos tam pačiam poreikiui tenkinti ar tai pačiai paskirčiai;

c) ji objektyviai palygina vieną ar kelias esmines, svarbias, patikrinamas ir tipines tų prekių ir paslaugų savybes, tarp kurių gali būti ir kaina;

d) ji nediskredituoja ir nešmeižia konkurento prekių ženklų, firmos vardų, kitų skiriamųjų ženklų, prekių, paslaugų, veiklos ar aplinkybių;

<…>

h) ji nesukelia painiavos tarp prekybininkų, tarp reklamuotojo ir konkurento arba tarp reklamuotojo ir konkurento prekių ženklų, firmos vardų, kitų skiriamųjų ženklų, prekių ar paslaugų.“

6 Tos pačios direktyvos 5 straipsnio 1 dalies pirmoje pastraipoje nustatyta:

„Siekdamos apsaugoti prekybininkų ir konkurentų interesus, valstybės narės užtikrina pakankamas ir veiksmingas priemones kovoti su klaidinančia reklama bei užtikrinti nuostatų dėl lyginamosios reklamos laikymąsi.“

Vokietijos teisė

7 Pagrindinėje byloje taikytinos redakcijos 2004 m. liepos 3 d. *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb* (Kovos su nesąžininga konkurencija įstatymas) (*BGBl.* 2004 I, p. 1414; toliau – UWG) 6 straipsnyje nustatyta:

„1. Lyginamoji reklama – tai bet kokia reklama, kuri tiesiogiai ar netiesiogiai nurodo konkurentą arba konkurento siūlomas prekes ar paslaugas.

2. Kiekvienas, kuris užsiima lyginamąja reklama, veikia nesąžiningai, jei ši reklama:

<…>

2) nėra objektyviai susijusi su viena ar keliomis esminėmis, svarbiomis, patikrinamomis ir tipiškomis tų prekių ar paslaugų savybėmis arba kaina;

<…>“

Pagrindinė byla ir prejudicinis klausimas

8 *HUK-Coburg* yra didelės Vokietijos draudimo grupės patronuojančioji bendrovė, kurios patronuojamosios bendrovės siūlo įvairių rūšių draudimo paslaugas, visų pirma transporto priemonių draudimą.

9 *Check24* yra pagal Vokietijos teisę įsteigta bendrovių grupė, valdanti palyginimo interneto svetainę, kurioje šios svetainės vartotojams suteikiama nemokama galimybė palyginti įvairius produktus, įskaitant draudimo paketus. Toks palyginimas atliekamas remiantis įvairiais kriterijais, be kita ko, kaina, naudojant įvairiems draudimo paketams skirtus balus (toliau – balai). Šioje interneto svetainėje taip pat suteikiama galimybė prireikus sudaryti sutartis su šių produktų tiekėjais.

10 Toks palyginimas įvairiose atitinkamose draudimo grupėse iš esmės kuriamas pagal tą patį modelį. Rezultatų puslapis gaunamas įvedus tam tikrus bazinius duomenis, kai kuriuos privalomus, o kitus – neprivalomus, susijusius su draudėju ir norimu produktu. Šiame puslapyje pateikiamas įvairių draudikų draudimo paketų sąrašas ir trumpa su jais susijusios informacijos, kuri laikoma pagrindine, apžvalga, t. y. draudiko pavadinimas, atitinkamo draudimo kaina, taip pat raktiniais žodžiais pateikiama su ja susijusi informacija. Be to, ties lyginamo draudiko pavadinimu stačiakampiame mėlynai apvestame laukelyje aiškiai rodomas balas. Šis balas nurodomas skaitine verte nuo 1,0 iki 4,0 ir, atsižvelgiant į konkretų atvejį, prie jo pridedami kiekvienam draudikui priskirti žodžiai „labai geras“, „geras“, „patenkinamas“ arba „pakankamas“. Šio sąrašo viršuje yra pirmasis pasiūlymas, dažniausiai vadinamas „rekomenduojamu pagal kokybės ir kainos santykį“, o paskui rodomas antrasis pasiūlymas, vadinamas „rekomenduojamu pagal veiksmingumą“.

11 Toliau pateikti pasiūlymai iš esmės yra išdėstyti kainų didėjimo tvarka, tačiau klientas, spustelėjęs atitinkamus mygtukus, taip pat gali pasirinkti kitokį pasiūlymų eiliškumą, t. y. pagal atitinkamų draudikų pavadinimus, išdėstytus abėcėlės tvarka, pagal balus, išdėstytus mažėjančia tvarka, ir klientų įvertinimus, suklasifikuotus nuo geriausio iki blogiausio. Be to, jei vartotojas kompiuterio pelės žymekliu paliečia balo laukelį, iššokančiame lange rodoma pagrindinė informacija apie tą balą.

12 Minėtas balas apskaičiuojamas pagal taškų sistemą, pagrįstą įvairiais „vertinimo parametrais“, kuriuos sudaro iki tam tikros maksimalios ribos skiriami taškai, kuriuos sudėjus gaunamas bendras balas. Šie vertinimo parametrai ir bendras balas skiriasi priklausomai nuo atitinkamo draudimo rūšies. Minėti vertinimo parametrai suskirstyti į pogrupius arba kategorijas, kurios skiriasi priklausomai nuo atitinkamos draudimo rūšies, ir yra pažymėti žalia ar geltona varnelėmis arba raudonu kryželiu. Šio iššokančio lango apačioje nurodyta, kad simboliai atitinkamai reiškia „labai geras“, „vidutinis“ ir „mažesnė nei vidutinė ir (arba) neapdrausta rizika“.

13 Šiomis aplinkybėmis 2020 m. *HUK-Coburg* kreipėsi į *Landgericht Köln* (Kelno apygardos teismas, Vokietija) su ieškiniu prieš *Check24*; jame, be kita ko, nurodė, kad, kiek tai susiję su transporto priemonių draudimu, aptariamoje interneto svetainėje siūlomi palyginimai naudojant balus prieštarauja UWG 6 straipsnio 2 dalies 2 punktui. Tas teismas patvirtino šiuos argumentus ir priėmė 2020 m. balandžio 22 d. sprendimą, dėl kurio *Check24* pakeitė savo interneto svetainę, kiek ji buvo susijusi su transporto priemonių draudimo produktais, ir suteikė atitinkamiems vartotojams papildomos informacijos apie balus. Vėliau *Check24* taip pat padarė panašius pakeitimus dėl kitų draudimo produktų.

14 2020 m. lapkričio 26 d. *HUK-Coburg* tame teisme pareiškė ieškinį bendrovei *Check24 Vergleichsportal*, atsakingai už minėtos interneto svetainės prieinamumą vartotojams. *HUK-Coburg* prašymu tas pats teismas 2021 m. kovo 22 d. nutartimi perdavė bylą *Landgericht München I* (Miuncheno I-asis apygardos teismas, Vokietija), prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui. *HUK-Coburg* pateikė prašymą nutraukti veiksmus ir atlyginti žalą, susijusius su konkrečiomis pažeidimo formomis, visų pirma su balų rodymu ne tik pačiuose rezultatų puslapiuose, bet ir puslapiuose kartu su atitinkama informacija iššokančiuose languose. Šiuo klausimu ji nurodė, kad tokie balai yra pagal nacionalinę teisę neleistina lyginamoji reklama, nes jie turi būti laikomi vertinamojo pobūdžio vertinimais, kurie negali būti lyginamosios reklamos objektas dėl to, kad „atspindi klaidingą objektyvumą ir gali itin klaidinti vartotoją“.

15 2021 m. rugsėjo 20 d. *HUK-Coburg* papildė šį ieškinį ir į jį įtraukė *Check24*. Konkrečiai kalbant, *HUK-Coburg* prašė *CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH* nustoti siūlyti asmens turto draudimo ir teisinių išlaidų draudimo paketus, suskirstytus pagal kainą ir klientų įvertinimus.

16 Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas mano, kad atsakymas į klausimą, ar pagal UWG 6 straipsnio 2 dalies 2 punktą apskritai yra draudžiamas palyginimas naudojant balus, kaip antai aptariamas jo nagrinėjamoje byloje, priklauso nuo Direktyvos 2006/114 4 straipsnio c punkto išaiškinimo.

17 Tas teismas visų pirma teigia, kad balas yra skaičius, pats savaime nesuteikiantis vartotojui informacijos apie lyginamą produktą, kuri yra pakankamai svarbi priimant sprendimą pirkti, todėl toks balas nėra produkto savybė, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2006/114 4 straipsnio c punktą.

18 Toliau jis pažymi, kad taškų ar balų skyrimas yra subjektyvus veiksmas, o pagal šią nuostatą aiškiai reikalaujama objektyvaus palyginimo. Jo nuomone, tokio objektyvumo reikalaujama kartu su galimybe jį patikrinti, todėl jis turi turėti savarankišką, nuo tokios galimybės nepriklausomą reikšmę.

19 Be to, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pažymi, kad Direktyvoje 2006/114 iš esmės teigiamai vertinama lyginamoji reklama konkurencijos ir vartotojų apsaugos politikos požiūriu ir kad ja siekiama tik apsaugoti vartotojus ir konkurentus nuo galimų tokios reklamos trūkumų. Tokiomis aplinkybėmis, kaip teigia tas teismas, Direktyvos 2006/114 4 straipsnio c punkte numatytos sąlygos turi būti aiškinamos plačiai.

20 Galiausiai minėtas teismas mano, kad balų ar taškų skyrimo sistema leidžia bendrai palyginti daug kriterijų, todėl gali būti laikoma kaip pagalba vartotojui sudėtingų pirkimo sandorių atveju.

21 Šiomis aplinkybėmis *Landgericht München I* (Miuncheno I-asis apygardos teismas, Vokietija) nutarė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šį prejudicinį klausimą:

„Ar [Direktyvos 2006/114] 4 straipsnio c punktas turi būti aiškinamas taip, kad pagal šią nuostatą leistinos lyginamosios reklamos sąlygos gali būti įvykdytos ir tuo atveju, jei palyginimas atliekamas naudojant balų arba taškų skyrimo sistemą?“

Dėl prejudicinio klausimo

22 Visų pirma primintina, kad pagal bendradarbiavimo tarp nacionalinių teismų ir Teisingumo Teismo procedūrą, įtvirtintą SESV 267 straipsnyje, pastarasis turi pateikti nacionaliniam teismui naudingą atsakymą, kuris leistų priimti sprendimą jo nagrinėjamoje byloje. Tokiu atveju Teisingumo Teismui prireikus gali tekti performuluoti jam pateiktus klausimus. Teisingumo Teismo užduotis – aiškinti visas Sąjungos teisės nuostatas, kurių reikia nacionaliniams teismams, kad išspręstų nagrinėjamas bylas, net jeigu tos nuostatos nėra aiškiai nurodytos šių teismų Teisingumo Teismui pateiktuose klausimuose (2019 m. lapkričio 7 d. Sprendimo *K. H. K. (Sąskaitų blokavimas)*, C-555/18, EU:C:2019:937, 28 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija).

23 Taigi net jei pateiktas klausimas formaliai susijęs su Direktyvos 2006/114 4 straipsnio c punkto išaiškinimu, visų pirma su klausimu, ar leistinos lyginamosios reklamos sąlygos gali būti įvykdytos ir tuo atveju, jei palyginimas atliekamas naudojant balų ar taškų skyrimo sistemą, ši aplinkybė netrukdo Teisingumo Teismui pateikti visapusį Sąjungos teisės išaiškinimą, kuris galėtų būti naudingas sprendimui pagrindinėje byloje priimti. Šiuo požiūriu Teisingumo Teismas turi iš visos nacionalinio teismo pateiktos informacijos ir, be kita ko, iš sprendimo dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą motyvuojamosios dalies atrinkti aiškintinus Sąjungos teisės aspektus, atsižvelgdamas į pagrindinės bylos dalyką (pagal analogiją žr. 2019 m. lapkričio 7 d. Sprendimo *K. H. K. (Sąskaitų blokavimas)*, C-555/18, EU:C:2019:937, 29 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

24 Nagrinėjamu atveju, atsižvelgiant į prašyme priimti prejudicinį sprendimą pateiktą informaciją, reikia išnagrinėti, ar įmonės teikiama draudimo produktų palyginimo internete paslauga gali būti laikoma „lyginamąja reklama“, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 2006/114 2 straipsnio c punktą, ir, jei taip, ar tokia reklamos forma atitinka šioje direktyvoje nustatytus leistinumo kriterijus.

25 Šio 2 straipsnio c a punkte sąvoka „lyginamoji reklama“ apibrėžta kaip „bet kokia reklama, kuri aiškiai ar netiesiogiai nurodo konkurentą arba konkurento siūlomas prekes ar paslaugas“.

26 Šiuo klausimu Teisingumo Teismas jau yra pažymėjęs, kad specifinį lyginamosios reklamos sąvokos elementą sudaro reklamuotojo konkurento arba jo siūlomų prekių ir paslaugų nurodymas (2007 m. balandžio 19 d. Sprendimo *De Landtsheer Emmanuel*, C-381/05, EU:C:2007:230, 27 punktas ir 2010 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lidl*, C-159/09, EU:C:2010:696, 30 punktas).

27 Taigi, kaip teisingai pažymėjo Europos Komisija, nagrinėjamu atveju lemiamą reikšmę turi tai, ar bendrovių grupė, teikianti draudimo produktų palyginimo internete paslaugas, gali būti laikoma draudimo grupės „konkurente“, kaip tai suprantama pagal Direktyvos 2006/114 2 straipsnio c punktą.

28 Darytina išvada, jog reklamuotojas, t. y. *Check24*, turi būti *HUK-Coburg* konkurentas, kad ginčijama veikla būtų laikoma lyginamąja reklama, kaip ji suprantama pagal šio 2 straipsnio c punktą, taigi kad ši veikla galėtų patekti į šios direktyvos taikymo sritį, o tai turi patikrinti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas.

29 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad nei šioje, nei jokioje kitoje minėtos direktyvos nuostatoje nėra sąvokos „konkurentas“ apibrėžties.

30 Dėl sąvokos „konkurentas“ reikia priminti, jog Teisingumo Teismas jau yra pažymėjęs, kad remiantis apibrėžtimi konkuruojančių įmonių, kurios patenka į lyginamosios reklamos sąvoką, statusas grindžiamas rinkoje šių įmonių siūlomų prekių ar paslaugų pakeičiamumu (2007 m. balandžio 19 d. Sprendimo *De Landtsheer Emmanuel*, C-381/05, EU:C:2007:230, 28 punktas ir 2010 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lidl*, C-159/09, EU:C:2010:696, 30 punktas).

31 Dėl šios priežasties Direktyvos 2006/114 4 straipsnio b punkte lyginamosios reklamos leistinumas siejamas su sąlyga, kad joje lyginamos prekės ar paslaugos būtų skirtos tiems patiems poreikiams tenkinti arba turėtų tą pačią paskirtį (šiuo klausimu žr. 2007 m. balandžio 19 d. Sprendimo *De Landtsheer Emmanuel*, C-381/05, EU:C:2007:230, 29 punktą).

32 Be to, kaip Teisingumo Teismas jau yra nusprendęs, tai, kad prekės tam tikra apimtimi gali tenkinti tuos pačius poreikius, leidžia daryti išvadą, kad tam tikra prasme jos vienos kitas pakeičia (2007 m. balandžio 19 d. Sprendimo *De Landtsheer Emmanuel*, C-381/05, EU:C:2007:230, 30 punktas ir 2010 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *Lidl*, C-159/09, EU:C:2010:696, 32 punktas).

33 Galiausiai konkretus šio pakeičiamumo laipsnio vertinimas, kurį tenka atlikti nacionaliniams teismams ir kuris turi būti atliekamas atsižvelgiant į Direktyvos 2006/114 tikslus bei Teisingumo Teismo jurisprudencijoje įtvirtintus principus, reiškia, kad būtina išnagrinėti kriterijus, pagal kuriuos nusprendžiama, ar yra konkurencijos santykiai bent tarp dalies nagrinėjamų įmonių siūlomo prekių asortimento (šiuo klausimu žr. 2007 m. balandžio 19 d. Sprendimo *De Landtsheer Emmanuel*, C-381/05, EU:C:2007:230, 33 punktą).

34 Šiuo atveju, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, konkurencinių santykių tarp *Check24* ir *HUK-Coburg* buvimo nagrinėjimas, kurį turi atlikti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, turi būti grindžiamas galimo pagrindinės bylos šalių teikiamų paslaugų pakeičiamumo analize, kuria siekiama nustatyti, ar *Check24* ir *HUK-Coburg* veikia toje pačioje rinkoje.

35 Šiuo klausimu iš Teisingumo Teismo turimos bylos medžiagos matyti, kad nors *HUK-Coburg* teikia savo klientams draudimo paslaugas įvairiose srityse, *Check24* pati neteikia tokių paslaugų, o tik internete palygina įvairias draudimo bendrovių siūlomas draudimo paslaugas, taikydama balų ir taškų skyrimo sistemą, ir prireikus kaip tarpininkė siūlo galimybę sudaryti sutartis su draudimo bendrovėmis, teikiančiomis lyginamas paslaugas.

36 Taigi, kadangi iš šios bylos medžiagos matyti, kad *Check24* valdo draudimo paslaugų palyginimo internete priemonę, o pati nėra draudimo bendrovė, ji negali teikti tokių paslaugų ir jomis disponuoti, įskaitant atvejus, kai ji, kaip paprasta tarpininkė, leidžia sudaryti sutartis tarp klientų ir draudimo produktų tiekėjų.

37 Taigi, atrodo (su sąlyga, kad tai išsamiau patikrins prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas), kad tokia draudimo grupė, kaip *HUK-Coburg*, ir tokia draudimo produktų palyginimo internete paslaugas teikiančių bendrovių grupė, kaip *Check24*, siūlo paslaugas, kurios nėra tarpusavyje pakeičiamos, taigi jos veikia skirtingose paslaugų rinkose.

38 Darytina išvada, kad sąvoka „lyginamoji reklama“, kaip ji suprantama pagal Direktyvos 2006/114 2 straipsnio c punktą, neapima draudimo produktų palyginimo internete paslaugų, kurias teikia įmonė ir kurių atveju nenurodomas nei šios įmonės konkurentas, nei tokio konkurento siūlomos prekės ar paslaugos.

39 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, į prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo klausimą reikia atsakyti: Direktyvos 2006/114 2 straipsnio c punktas turi būti aiškinamas taip, kad šioje nuostatoje vartojama sąvoka „lyginamoji reklama“ neapima prekių ar paslaugų palyginimo internete paslaugos, kurią teikia įmonė, kuri nėra „konkurentė“, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, t. y. pati nesiūlo lyginamų prekių ar paslaugų, todėl veikia skirtingų prekių ar paslaugų rinkoje. Tas pats pasakytina ir tuo atveju, kai ši įmonė veikia kaip tarpininkė ir leidžia vartotojams sudaryti sutartis su įmonėmis, kurios siūlo atitinkamas prekes ar paslaugas, bet ji pati nevykdo veiklos šių prekių ar paslaugų rinkoje.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

40 Kadangi šis procesas pagrindinės bylos šalims yra vienas iš etapų prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nagrinėjamoje byloje, bylinėjimosi išlaidų klausimą turi spręsti šis teismas. Išlaidos, susijusios su pastabų pateikimu Teisingumo Teismui, išskyrus tas, kurias patyrė minėtos šalys, nėra atlygintinos.

Remdamasis šiais motyvais, Teisingumo Teismas (devintoji kolegija) nusprendžia:

2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos 2 straipsnio c punkto

turi būti aiškinamas taip:

šioje nuostatoje vartojama sąvoka „lyginamoji reklama“ neapima prekių ar paslaugų palyginimo internete paslaugos, kurią teikia įmonė, kuri nėra „konkurentė“, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, t. y. pati nesiūlo lyginamų prekių ar paslaugų, todėl veikia skirtingų prekių ar paslaugų rinkoje. Tas pats pasakytina ir tuo atveju, kai ši įmonė veikia kaip tarpininkė ir leidžia vartotojams sudaryti sutartis su įmonėmis, kurios siūlo atitinkamas prekes ar paslaugas, bet ji pati nevykdo veiklos šių prekių ar paslaugų rinkoje.

Parašai.