Zbierka súdnych rozhodnutí

ROZSUDOK SÚDNEHO DVORA (deviata komora)

z 8. mája 2025*

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania – Smernica 2006/114/ES – Klamlivá a porovnávacia reklama – Článok 4 písm. c) – Povolená porovnávacia reklama – Internetová stránka ponúkajúca službu porovnávania ponúk poistenia online – Porovnanie vykonané treťou stranou prostredníctvom systému hodnotenia alebo prideľovania bodov – Článok 2 písm. c) – Identifikácia ‚súťažiteľa' – Neexistencia"

Vo veci C-697/23,

ktorej predmetom je návrh na začatie prejudiciálneho konania podľa článku 267 ZFEÚ, podaný rozhodnutím Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I, Nemecko) zo 7. novembra 2023 a doručený Súdnemu dvoru 17. novembra 2023, ktorý súvisí s konaním:

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

proti

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,

SÚDNY DVOR (deviata komora),

v zložení: predseda deviatej komory N. Jääskinen (spravodajca), sudcovia A. Arabadžiev a M. Condinanzi,

generálny advokát: M. Campos Sánchez-Bordona,

tajomník: A. Calot Escobar,

* Jazyk konania: nemčina.

so zreteľom na písomnú časť konania,

so zreteľom na pripomienky, ktoré predložili:

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

– 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, v zastúpení: A. Bauer, Rechtsanwalt,

– talianska vláda, v zastúpení: G. Palmieri, splnomocnená zástupkyňa, za právnej pomoci E. Manzo, avvocato dello Stato,

– Európska komisia, v zastúpení: P. Kienapfel a B.-R. Killmann, splnomocnení zástupcovia,

so zreteľom na rozhodnutie prijaté po vypočutí generálneho advokáta, že vec bude prejednaná bez jeho návrhov,

vyhlásil tento

Rozsudok

1 Návrh na začatie prejudiciálneho konania sa týka výkladu článku 4 písm. c) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame (Ú. v. EÚ L 376, 2006, s. 21).

2 Tento návrh bol podaný v rámci sporu medzi spoločnosťami HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg (ďalej len „HUK-Coburg“) a Check24 Vergleichsportal GmbH a i. (ďalej spoločne len „Check24“) vo veci návrhu na zdržanie sa konania v súvislosti s online porovnávacím systémom prostredníctvom hodnotenia na internetovej stránke prevádzkovanej týmito spoločnosťami.

Právny rámec

Právo Únie

3 Podľa článku 1 smernice 2006/114:

„Účelom tejto smernice je chrániť obchodníkov proti klamlivej reklame a jej nekalým následkom a ustanoviť podmienky, za ktorých je porovnávacia reklama povolená.“

4 Článok 2 písm. c) tejto smernice stanovuje:

„Na účely tejto smernice sa pod:

…

c) ‚porovnávacou reklamou' rozumie akákoľvek reklama, ktorá priamo alebo nepriamo identifikuje súťažiteľa alebo tovary alebo služby ponúkané súťažiteľom".

5 Článok 4 uvedenej smernice stanovuje:

„Porovnávacia reklama, pokiaľ ide o porovnávanie, je povolená, ak sú splnené tieto podmienky:

…

b) porovnáva tovary alebo služby, ktoré uspokojujú rovnaké potreby alebo sú určené na ten istý účel;

c) objektívne porovnáva jednu alebo viac podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností týchto tovarov a služieb, ktoré môžu zahŕňať cenu;

d) nediskredituje ani neočierňuje ochranné známky, obchodné mená, ďalšie rozlišujúce znaky, tovary, služby, činnosti alebo okolnosti súťažiteľa;

…

h) nevyvoláva zámenu medzi obchodníkmi, medzi zadávateľom reklamy a súťažiteľom alebo medzi ochrannými známkami, obchodnými menami, inými rozlišujúcimi znakmi, tovarmi alebo službami zadávateľa reklamy a súťažiteľa."

6 Článok 5 tej istej smernice vo svojom odseku 1 prvom pododseku uvádza:

„Členské štáty zabezpečia existenciu primeraných a účinných prostriedkov na boj proti klamlivej reklame a vynútenie dodržiavania ustanovení o porovnávacej reklame v záujme obchodníkov a súťažiteľov."

Nemecké právo

7 V § 6 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (zákon proti nekalej súťaži) z 3. júla 2004 (BGBl. 2004 I, s. 1414), v znení uplatniteľnom na spor vo veci samej (ďalej len „UWG"), sa stanovuje:

„1. Porovnávacia reklama je akákoľvek reklama, ktorá nepriamo alebo priamo identifikuje súťažiteľa alebo tovary alebo služby ponúkané súťažiteľom.

2. Nekalosúťažného konania sa dopúšťa ktokoľvek, kto vykonáva porovnávaciu reklamu, ak:

…

(2) sa objektívne nevzťahuje na jednu alebo viacero podstatných, dôležitých, overiteľných a reprezentatívnych vlastností alebo na ceny týchto tovarov alebo služieb;

…“

Spor vo veci samej a prejudiciálna otázka

8 HUK-Coburg je materskou spoločnosťou veľkej nemeckej poisťovacej skupiny, ktorej dcérske spoločnosti ponúkajú poistenie v rôznych oblastiach, najmä v oblasti poistenia motorových vozidiel.

9 Check24 je skupina spoločností založených podľa nemeckého práva, ktorá prevádzkuje internetovú stránku služieb porovnávania online, ktorá používateľom tejto stránky bezplatne ponúka možnosť porovnávať rôzne produkty vrátane ponúk poistenia. Takéto porovnanie sa uskutočňuje na základe súboru kritérií, najmä ceny, a to prostredníctvom bodového hodnotenia prideleného rôznym ponukám poistenia (ďalej len „známka“). Táto internetová stránka taktiež ponúka možnosť prípadne uzavrieť zmluvy s poskytovateľmi týchto produktov.

10 Tieto služby porovnávania sú v rôznych dotknutých odvetviach poistenia v zásade koncipované podľa rovnakého modelu. Stránka s výsledkami sa zobrazí po vložení určitých referenčných údajov týkajúcich sa poistníka a požadovaného produktu, z ktorých niektoré sú povinné a iné sú nepovinné. Táto stránka obsahuje zoznam ponúk poistenia rôznych poisťovateľov, ako aj stručný prehľad informácií, ktoré sa ich týkajú a sú považované za podstatné, a to názov poisťovateľa, cenu dotknutého poistenia a taktiež podrobnosti týkajúce sa poistenia, vo forme kľúčových slov. Okrem toho je pod názvom poisťovateľa v obdĺžnikovom poli obklopenom modrou farbou zobrazená známka, ktorá je takto i výslovne označená. Táto známka predstavuje číselnú hodnotu od 1,0 do 4,0 a prípadne je doplnená slovami „veľmi dobrý“, „dobrý“, „uspokojivý“ alebo „dostatočný“ pridelenými každému poisťovateľovi. Na čele tohto zoznamu sa nachádza prvá ponuka, ktorá je vo väčšine prípadov označená ako „odporúčanie pomeru kvality a ceny“, po ktorej nasleduje druhá ponuka s označením „odporúčanie výkonnosti“.

11 Nasledujúce ponuky sú v zásade zoradené vo vzostupnom poradí podľa ceny, ale zákazník má tiež možnosť kliknutím na príslušné tlačidlá získať iné poradie, a to podľa názvov dotknutých poisťovateľov zoradených v abecednom poradí, podľa známok v zostupnom poradí a podľa hodnotení klientov, zoradených od najlepších po najmenej dobré. Okrem toho ak používateľ prejde kurzorom myši na pole so známkou, kontextové okno o nej zobrazí základné informácie.

12 Uvedená známka vyplýva zo systému bodov založeného na rôznych „parametroch hodnotenia“, ktorý spočíva v bodoch, ktoré sú udelené až do určitej maximálnej výšky a ktoré spoločne tvoria celkové skóre. Tieto parametre hodnotenia a celkové skóre sa líšia v závislosti od príslušného odvetvia poistenia. Uvedené parametre hodnotenia sú zoskupené do podskupín alebo kategórií, ktoré sa líšia v závislosti od dotknutých odvetví poistenia a sú sprevádzané zelenou alebo žltou značkou alebo červeným krížikom. V dolnej časti tohto kontextového okna je uvedené, že tieto symboly znamenajú „veľmi dobrý“, „priemerný“ a „nižší než priemer/nepoistené riziko“.

13 V tomto kontexte HUK-Coburg podala v roku 2020 žalobu na Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín nad Rýnom, Nemecko) proti spoločnosti Check24, pričom okrem iného tvrdila, že pokiaľ ide o poistenie motorových vozidiel, porovnania prostredníctvom známok, uvedené na predmetnej internetovej stránke, sú v rozpore s § 6 ods. 2 bodom 2 UWG. Tento súd toto odôvodnenie

potvrdil v rozsudku z 22. apríla 2020, v dôsledku ktorého Check24 zmenila túto internetovú stránku, pokiaľ ide o produkty poistenia motorových vozidiel, a poskytla dotknutým spotrebiteľom dodatočné informácie týkajúce sa známok. Následne Check24 vykonala podobné zmeny aj v prípade iných poistných produktov.

14 Dňa 26. novembra 2020 HUK-Coburg podala na uvedený súd žalobu proti Check24 Vergleichsportal, spoločnosti poverenej sprístupnením uvedenej internetovej stránky spotrebiteľom. Na návrh spoločnosti HUK-Coburg ten istý súd uznesením z 22. marca 2021 postúpil vec na Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I, Nemecko), ktorý je vnútroštátnym súdom, ktorý podal návrh na začatie prejudiciálneho konania. HUK-Coburg podala návrh na zdržanie sa konania a na náhradu škody, ktorý sa týkal konkrétnych foriem porušenia, najmä zobrazovania známok na stránkach s výsledkami ako takých, ale aj v spojení s príslušnými informáciami prostredníctvom kontextových okien. V tejto súvislosti uviedol, že takéto známky predstavujú podľa vnútroštátneho práva nedovolenú porovnávaciu reklamu z dôvodu, že ich treba považovať za hodnotové úsudky, ktoré nemôžu byť predmetom porovnávacej reklamy, pretože odrážajú falošnú objektívnosť a môžu byť pre spotrebiteľa veľmi klamlivé.

15 Dňa 20. septembra 2021 HUK-Coburg rozšírila túto žalobu na Check24. HUK-Coburg konkrétne požiadala CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH, aby prestala zobrazovať ponuky poistenia hnuteľného majetku a poistenia právnej ochrany zoradené podľa ich cien a hodnotenia zákazníkov.

16 Vnútroštátny súd sa domnieva, že otázka, či § 6 ods. 2 bod 2 UWG vo všeobecnosti zakazuje porovnanie prostredníctvom známok, o aké ide v spore, o ktorom rozhoduje, závisí od výkladu článku 4 písm. c) smernice 2006/114.

17 Tento súd sa v prvom rade domnieva, že známka je číslom, ktoré samo osebe neposkytuje spotrebiteľovi informáciu o porovnávanom výrobku, ktorá by bola dostatočne významná na to, aby viedla k rozhodnutiu o kúpe, keďže táto známka nepredstavuje vlastnosť výrobku v zmysle článku 4 písm. c) smernice 2006/114.

18 Ďalej poznamenáva, že pridelenie bodov alebo známok je subjektívnym aktom, zatiaľ čo toto ustanovenie výslovne vyžaduje objektívne porovnanie. Podľa neho sa takáto objektívnosť vyžaduje spoločne s overiteľnosťou, a preto musí mať samostatný význam, ktorý je od nej nezávislý.

19 Okrem toho vnútroštátny súd uvádza, že smernica 2006/114 nazerá na porovnávaciu reklamu z hľadiska hospodárskej súťaže a politiky ochrany spotrebiteľov v zásade pozitívne a jej cieľom je len chrániť spotrebiteľov a účastníkov hospodárskej súťaže pred prípadnými nevýhodami tejto reklamy. Za týchto okolností sa podmienky stanovené v článku 4 písm. c) smernice 2006/114 majú podľa tohto súdu vykladať extenzívne.

20 Napokon sa uvedený súd domnieva, že systém hodnotenia alebo prideľovania bodov umožňuje súhrnné porovnanie veľkého počtu kritérií, a teda môže pre spotrebiteľa predstavovať pomoc v rámci komplexných nákupov.

21 Za týchto okolností Landgericht München I (Krajinský súd Mníchov I) rozhodol prerušiť konanie a položiť Súdnemu dvoru nasledujúcu prejudiciálnu otázku:

„Má sa článok 4 písm. c) smernice [2006/114] vykladať v tom zmysle, že podmienky pre to, aby bola porovnávacia reklama podľa tohto ustanovenia povolená, môžu byť splnené aj vtedy, ak sa porovnanie uskutočňuje prostredníctvom systému hodnotenia alebo prideľovania bodov?“

O prejudiciálnej otázke

22 Na úvod treba pripomenúť, že v rámci postupu spolupráce medzi vnútroštátnymi súdmi a Súdnym dvorom zavedeného článkom 267 ZFEÚ prináleží Súdnemu dvoru poskytnúť vnútroštátnemu súdu užitočnú odpoveď, ktorá mu umožní rozhodnúť prejednávaný spor. Z tohto pohľadu Súdnemu dvoru prináleží v prípade potreby preformulovať otázky, ktoré sú mu predložené. Povinnosťou Súdneho dvora je totiž vykladať všetky ustanovenia práva Únie, ktoré vnútroštátne súdy potrebujú na rozhodovanie o sporoch, ktoré im boli predložené, aj keď tieto ustanovenia nie sú výslovne spomenuté v otázkach položených Súdnemu dvoru týmito súdmi [rozsudok zo 7. novembra 2019, K.H.K. (Zablokovanie bankových účtov), C-555/18, EU:C:2019:937, bod 28 a citovaná judikatúra].

23 V dôsledku toho, hoci z formálneho hľadiska položená otázka odkazuje na výklad článku 4 písm. c) smernice 2006/114, najmä na otázku, či podmienky pre to, aby porovnávacia reklama bola povolená, môžu byť splnené aj vtedy, ak sa porovnanie vykonáva prostredníctvom systému hodnotenia alebo prideľovania bodov, takáto okolnosť nebráni tomu, aby Súdny dvor poskytol všetky prvky výkladu práva Únie, ktoré môžu byť užitočné pre rozhodnutie vo veci samej. V tejto súvislosti Súdnemu dvoru prislúcha, aby zo všetkých informácií, ktoré poskytol vnútroštátny súd, a najmä z odôvodnenia jeho návrhu na začatie prejudiciálneho konania, vybral tie prvky práva Únie, ktoré si vyžadujú výklad so zreteľom na predmet sporu vo veci samej [pozri analogicky rozsudok zo 7. novembra 2019, K.H.K. (Zablokovanie bankových účtov), C-555/18, EU:C:2019:937, bod 29].

24 V prejednávanej veci vzhľadom na informácie, ktoré vyplývajú z návrhu na začatie prejudiciálneho konania, treba preskúmať, či službu porovnávania poistných produktov online, ktorú poskytuje podnik, možno považovať za „porovnávaciu reklamu“ v zmysle článku 2 písm. c) smernice 2006/114, a prípadne, či takáto forma reklamy spĺňa kritériá prípustnosti stanovené touto smernicou.

25 Článok 2 písm. c) definuje „porovnávaci[u] reklam[u]“ ako „ak[úkoľvek] reklam[u], ktorá priamo alebo nepriamo identifikuje súťažiteľa alebo tovary alebo služby ponúkané súťažiteľom“.

26 V tejto súvislosti Súdny dvor už spresnil, že špecifický prvok pojmu porovnávacia reklama tvorí identifikácia subjektu, ktorý je súťažiteľom vo vzťahu k zadávateľovi reklamy, alebo tovarov a služieb, ktoré ponúka (rozsudky z 19. apríla 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, bod 27, a z 18. novembra 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, bod 30).

27 Preto, ako správne zdôraznila Európska komisia, je v prejednávanej veci rozhodujúce, či je možné skupinu spoločností ponúkajúcich služby porovnávania poistných produktov online kvalifikovať ako „súťažiteľa“ poisťovacej skupiny v zmysle článku 2 písm. c) smernice 2006/114.

28 Z toho vyplýva, že na to, aby sa napadnutá praktika považovala za porovnávaciu reklamu v zmysle tohto článku 2 písm. c) smernice 2006/114, a teda aby táto praktika mohla patriť do pôsobnosti tejto smernice, musí byť inzerent, teda Check24, súťažiteľom spoločnosti HUK-Coburg, čo prináleží preskúmať vnútroštátnemu súdu.

29 V tejto súvislosti treba uviesť, že ani toto ustanovenie, ani žiadne iné ustanovenie uvedenej smernice neobsahuje definíciu pojmu „súťažiteľ“.

30 Pokiaľ ide o tento pojem „súťažiteľ“, treba pripomenúť, že Súdny dvor už spresnil, že postavenie podnikov, ktoré sú súťažiteľmi, na ktoré sa vzťahuje pojem porovnávacia reklama, sa zakladá na zastupiteľnosti tovarov alebo služieb, ktoré tieto podniky ponúkajú na trh (rozsudky z 19. apríla 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, bod 28, a z 18. novembra 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, bod 30).

31 To je dôvod, pre ktorý článok 4 písm. b) smernice 2006/114 podriaďuje prípustnosť porovnávacej reklamy podmienke, že táto reklama porovnáva tovary alebo služby uspokojujúce rovnaké potreby alebo určené na ten istý účel (pozri v tomto zmysle rozsudok z 19. apríla 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, bod 29).

32 Okrem toho, ako už Súdny dvor rozhodol, skutočnosť, že výrobky sú v určitom rozsahu spôsobilé uspokojovať zhodné potreby, umožňuje konštatovať určitý stupeň ich vzájomnej zastupiteľnosti (rozsudky z 19. apríla 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, bod 30, a z 18. novembra 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, bod 32).

33 Napokon konkrétne posúdenie tohto stupňa zastupiteľnosti, ktoré prináleží vykonať vnútroštátnym súdom a pri ktorom treba prihliadať na ciele smernice 2006/114 a na zásady vyvodené judikatúrou Súdneho dvora, predpokladá skúmanie kritérií umožňujúcich konštatovanie existencie súťažného vzťahu medzi prinajmenšom časťou palety produktov, ktoré ponúkajú predmetné podniky (pozri v tomto zmysle rozsudok z 19. apríla 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, bod 33).

34 Vzhľadom na predchádzajúce úvahy musí v prejednávanej veci preskúmanie existencie súťažného vzťahu medzi spoločnosťami Check24 a HUK-Coburg, ktoré prináleží vykonať vnútroštátnemu súdu, spočívať na analýze prípadnej zastupiteľnosti služieb ponúkaných účastníkmi konania vo veci samej s cieľom určiť, či títo účastníci konania pôsobia na tom istom trhu.

35 V tejto súvislosti zo spisu, ktorý má Súdny dvor k dispozícii, vyplýva, že zatiaľ čo HUK-Coburg poskytuje svojim zákazníkom poisťovacie služby v rôznych oblastiach, Check24 sama takéto služby neponúka, ale obmedzuje sa na online porovnanie rôznych foriem poisťovacích služieb ponúkaných poisťovňami prostredníctvom systému hodnotenia alebo prideľovania bodov a prípadne ponúka, ako sprostredkovateľ, možnosť uzatvárať zmluvy s poisťovňami, ktoré poskytujú porovnávané služby.

36 Keďže z tohto spisu vyplýva, že Check24 prevádzkuje službu porovnávania poisťovacích služieb online a sama nie je poisťovňou, nemôže poskytovať ani disponovať takýmito službami, a to ani vtedy, keď ako bežný sprostredkovateľ umožňuje uzatvárať zmluvy medzi zákazníkmi a poskytovateľmi poisťovacích produktov.

37 S výhradou ďalšieho overenia vnútroštátnym súdom sa teda zdá, že poisťovacia skupina, akou je HUK-Coburg, a skupina spoločností poskytujúcich služby porovnávania poistných produktov online, akou je Check24, ponúkajú služby, ktoré nie sú zastupiteľné, a teda pôsobia na odlišných trhoch služieb.

38 Z toho vyplýva, že pod pojem „porovnávacia reklama“ v zmysle článku 2 písm. c) smernice 2006/114 nepatria služby porovnávania poistných produktov online poskytované podnikom, ktoré neidentifikujú ani súťažiteľa tohto podniku, ani tovary alebo služby ponúkané takýmto súťažiteľom.

39 Vzhľadom na všetky predchádzajúce úvahy treba vnútroštátnemu súdu odpovedať tak, že článok 2 písm. c) smernice 2006/114 sa má vykladať v tom zmysle, že pod pojem „porovnávacia reklama“ uvedený v tomto ustanovení nespadá služba porovnávania tovarov alebo služieb online, poskytovaná podnikom, ktorý nie je „súťažiteľom“ v zmysle uvedeného ustanovenia, teda ktorý sám neponúka tovary alebo služby, ktoré porovnáva, a ktorý v dôsledku toho pôsobí na trhu odlišných tovarov alebo služieb. To isté platí, ak tento podnik koná ako sprostredkovateľ a umožňuje spotrebiteľom uzatvárať zmluvy s podnikmi, ktoré ponúkajú dotknuté tovary alebo služby, bez toho, aby sám pôsobil na trhu s týmito tovarmi alebo s týmito službami.

O trovách

40 Vzhľadom na to, že konanie pred Súdnym dvorom má vo vzťahu k účastníkom konania vo veci samej incidenčný charakter a bolo začaté v súvislosti s prekážkou postupu v konaní pred vnútroštátnym súdom, o trovách konania rozhodne tento vnútroštátny súd. Iné trovy konania, ktoré vznikli v súvislosti s predložením pripomienok Súdnemu dvoru a nie sú trovami uvedených účastníkov konania, nemôžu byť nahradené.

Z týchto dôvodov Súdny dvor (deviata komora) rozhodol takto:

Článok 2 písm. c) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame

sa má vykladať v tom zmysle, že:

pod pojem „porovnávacia reklama“ uvedený v tomto ustanovení nespadá služba porovnávania tovarov alebo služieb online, poskytovaná podnikom, ktorý nie je „súťažiteľom“ v zmysle uvedeného ustanovenia, teda ktorý sám neponúka tovary alebo služby, ktoré porovnáva, a ktorý v dôsledku toho pôsobí na trhu odlišných tovarov alebo služieb. To isté platí, ak tento podnik koná ako sprostredkovateľ a umožňuje spotrebiteľom uzatvárať zmluvy s podnikmi, ktoré ponúkajú dotknuté tovary alebo služby, bez toho, aby sám pôsobil na trhu s týmito tovarmi alebo s týmito službami.

Podpisy