Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (девети състав)

8 май 2025 година*

„Преюдициално запитване — Директива 2006/114/ЕИО — Заблуждаваща и сравнителна реклама — Член 4, буква в) — Допустима сравнителна реклама — Уебсайт, предлагащ онлайн услуга за сравняване на предложения за застраховки — Сравнение, извършвано от трето лице чрез система за оценяване или предоставяне на точки — Член 2, буква в) — Идентифициране на „конкурент“ — Липса“

По дело C-697/23

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Landgericht München I (Областен съд Мюнхен I, Германия) с акт от 7 ноември 2023 г., постъпил в Съда на 17 ноември 2023 г., в рамките на производство по дело

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

срещу

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,

СЪДЪТ (девети състав),

състоящ се от: N. Jääskinen (докладчик), председател на състава, Ал. Арабаджиев и M. Condinanzi, съдии,

генерален адвокат: M. Campos Sánchez-Bordona,

секретар: A. Calot Escobar,

* Език на производството: немски.

предвид изложеното в писмената фаза на производството,

като има предвид становищата, представени:

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

– за 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, от A. Bauer, Rechtsanwalt,

– за италианското правителство, от G. Palmieri, в качеството на представител, подпомагана от E. Manzo, avvocato dello Stato,

– за Европейската комисия, от P. Kienapfel и B.-R. Killmann, в качеството на представители,

предвид решението, взето след изслушване на генералния адвокат, делото да бъде разгледано без представяне на заключение,

постанови настоящото

Решение

1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на член 4, буква в) от Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама (ОВ L 376, 2006 г., стр. 21; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 18, стр. 229).

2 Запитването е отправено в рамките на спор между HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg (наричано по-нататък „HUK-Coburg“) и Check24 Vergleichsportal GmbH и др. (наричани по-нататък заедно „Check24“) по повод на искане да се преустанови действието на онлайн система за сравняване чрез оценяване на управлявания от последните уебсайт.

Правна уредба

Правото на Съюза

3 Съгласно член 1 от Директива 2006/114:

„Целта на настоящата директива е защита на търговците от заблуждаваща реклама и несправедливите последици от нея, чрез определяне на условията, при които се допуска сравнителна реклама“.

4 Член 2, буква в) от тази директива гласи:

„По смисъла на настоящата директива:

[…]

в) „сравнителна реклама“ означава всяка реклама, която пряко или косвено посочва конкурента или предлагани от него стоки или услуги“.

5 Член 4 от посочената директива предвижда:

„По отношение на сравнението, сравнителната реклама се допуска при следните условия:

[…]

б) сравнява стоки или услуги, предназначени за задоволяване на едни и същи нужди или предвидени за една и съща цел;

в) обективно сравнява една или повече основни, относими, проверими и представителни характеристики на съответните стоки и услуги, които могат да включват и цена;

г) не уврежда доверието в или омаловажава търговски марки, търговски наименования, други отличителни марки, стоки, услуги, дейности или обстоятелства за конкурент;

[…]

з) не създава объркване сред търговци, рекламодатели и конкуренти или между търговски марки, търговски наименования, други отличителни знаци, стоки или услуги на рекламодателя и тези на конкурент“.

6 Член 5, параграф 1, първа алинея от тази директива гласи:

„Държавите членки осигуряват наличието на подходящи и ефективни средства за борба със заблуждаващата реклама и налагат спазването на разпоредбите относно сравнителната реклама в интерес на търговци и потребители“.

Германското право

7 Член 6 от Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Закон за мерките срещу нелоялната конкуренция) от 3 юли 2004 г. (BGBl. 2004 I, стр. 1414), в редакцията, приложима към спора в главното производство (наричан по-нататък „UWG“), гласи:

„(1) Сравнителна реклама е всяка реклама, която пряко или косвено посочва конкурента или предлагани от него стоки или услуги;

(2) Извършва акт на нелоялна конкуренция всеки, който прави сравнителна реклама, ако тя:

[…]

2. не е свързана обективно с една или повече основни, относими, проверими и представителни характеристики или цената на тези стоки или услуги;

[…]“.

Спорът в главното производство и преюдициалният въпрос

8 HUK-Coburg е дружество майка на голяма германска застрахователна група, чиито дъщерни дружества предлагат застраховки в различни области, по-специално в областта на автомобилните застраховки.

9 От своя страна Check24 е група от дружества по германското право, управляваща уебсайт с онлайн портал за сравняване, който предлага безплатно на потребителите на този сайт възможност да сравняват различни продукти, включително предложения за застраховане. Това сравнение се извършва въз основа на редица критерии, по-специално цената, посредством оценки, дадени на различните предложения за застраховане (наричани по-нататък „оценките“). Посоченият уебсайт дава възможност и за евентуално сключване на договори с доставчиците на тези продукти.

10 Порталите за сравняване за съответните различни видове застраховки принципно са структурирани по един и същ начин. След въвеждането на определени референтни данни относно титуляря на застрахователната полица и желания продукт, някои от които са задължителни, а други са факултативни, се зарежда страница с резултати. Тази страница съдържа списък с предложения за застраховане от различни застрахователи, както и кратък обзор на информацията за тях, която се счита за съществена, а именно името на застрахователя, цената на съответното предложение, а също и подробни данни за него под формата на ключови думи. Освен това в квадратно поле, оградено в синьо, под името на сравнявания застраховател се появява оценка, която е изрично обозначена с това наименование. В тази оценка се посочва числова стойност от 1,0 до 4,0 и тя е придружена, според случая, от поставените на всеки застраховател бележки „Много добър“, „Добър“, „Задоволителен“. В началото на този списък е първото предложение, обозначено в повечето случаи с израза „Препоръка в зависимост от съотношението цена — качество“, последвано от второ предложение, обозначено с думите „Препоръка в зависимост от равнището на покритие“.

11 Следващите предложения по принцип са класирани във възходящ ред в зависимост от цената, но клиентът разполага и с възможността чрез натискане на съответните бутони да получи друг ред на класиране, например имената на съответните застрахователи, класирани по азбучен ред, класирани в низходящ ред в зависимост от оценките и класирани в зависимост от оценките на клиентите, от най-добрата към най-лошата. Освен това, ако потребителят премести курсора на мишката върху съдържащото оценка поле, в изскачащ прозорец се показва основна информация за тази оценка.

12 Посочената оценка се основава на точкова система, базирана на различни „критерии за оценка“, като се състои от точки, предоставяни до определен максимален размер, сборът от които се равнява на общия брой точки. Тези критерии за оценка и общият брой точки се различават в зависимост от съответния вид застраховка. Посочените критерии за оценка се обобщават в подгрупи или категории, които са различни в зависимост от съответните видове застраховки и са придружени от зелена или жълта отметка или от

червено кръстче. В долната част на този изскачащ прозорец се посочва, че тези символи означават съответно „Много добър“, „Среден“ и „Под средното ниво/без застрахователно покритие“.

13 В този контекст през 2020 г. HUK-Coburg предявява срещу Check24 иск пред Landgericht Köln (Областен съд Кьолн, Германия), като твърди по-специално, че що се отнася до автомобилните застраховки, предлаганите на разглеждания уебсайт сравнения въз основа на оценките противоречат на член 6, параграф 2, точка 2 от UWG. Посочената юрисдикция потвърждава тези съображения в решение от 22 април 2020 г., в резултат на което Check24 изменя уебсайта по отношение на продуктите за автомобилно застраховане и предоставя на съответните потребители допълнителна информация за оценките. Впоследствие Check24 извършва аналогични изменения и по отношение на други застрахователни продукти.

14 На 26 ноември 2020 г. HUK-Coburg предявява пред посочената юрисдикция иск срещу Check24 Vergleichsportal, дружеството, на което е възложено да предостави посочения уебсайт на разположение на потребителите. По искане на HUK-Coburg с определение от 22 март 2021 г. същият съд препраща делото на запитващата юрисдикция, Landgericht München I (Областен съд Мюнхен I, Германия). HUK-Coburg предявява искане за преустановяване на нарушение и за обезщетение, насочено срещу конкретни форми на нарушение, по-специално показване на оценките на страниците с резултатите сами по себе си, а също и заедно със съответната информация чрез изскачащи прозорци. В това отношение то изтъква, че такива оценки представляват недопустима сравнителна реклама по силата на националното право, тъй като трябва да се считат за ценностни оценки, които не могат да бъдат предмет на сравнителна реклама, защото отразяват фалшива обективност и имат голям потенциал да въведат в заблуда потребителя.

15 На 20 септември 2021 г. HUK-Coburg разширява обхвата на иска спрямо Check24. По-специално, HUK-Coburg иска от CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH да преустанови представянето на предложения за застраховане на движими вещи и за застраховка за правни разноски, класирани според цените си и оценките на клиентите.

16 Запитващата юрисдикция счита, че въпросът дали член 6, параграф 2, точка 2 от UWG общо забранява сравняване въз основа на оценки като разглежданото в спора, с който е сезирана, зависи от тълкуването на член 4, буква в) от Директива 2006/114.

17 Посочената юрисдикция счита, най-напред, че оценката е число, което само по себе си не предоставя на потребителя информация за сравнявания продукт, която е достатъчно съществена, за да доведе до решение за покупка, така че тази оценка не представлява характеристика на стока по смисъла на член 4, буква в) от Директива 2006/114.

18 По-нататък, тя отбелязва, че предоставянето на точки или оценки е субективен акт, а тази разпоредба изрично изисква обективно сравнение. Според нея тази обективност се изисква наред с проверимостта и следователно трябва да има самостоятелно значение, независимо от последната.

19 Освен това запитващата юрисдикция подчертава, че Директива 2006/114 по принцип се отнася положително към сравнителната реклама от гледна точка на конкуренцията и политиката за защита на потребителите и че нейната цел е само да защити потребителите

и конкурентите срещу евентуалните недостатъци на тази реклама. При тези обстоятелства според посочената юрисдикция условията, предвидени в член 4, буква в) от Директива 2006/114, трябва да се тълкуват разширително.

20 На последно място, посочената юрисдикция счита, че система за оценяване или предоставяне на точки позволява синтезирано сравнение по голям брой критерии и следователно може да е от помощ за потребителя при сложни покупки.

21 При тези обстоятелства Landgericht München I (Областен съд, Мюнхен I) решава да спре производството и да отправи до Съда следния преюдициален въпрос:

„Трябва ли член 4, буква в) от Директива [2006/114] да се тълкува в смисъл, че условията за допустима сравнителна реклама съгласно тази разпоредба могат да бъдат изпълнени и когато сравнението се извършва чрез система за оценяване, респ. предоставяне на точки?“.

По преюдициалния въпрос

22 В самото начало следва да се припомни, че в рамките на въведеното с член 267 ДФЕС производство за сътрудничество между националните юрисдикции и Съда последният трябва да даде на националния съд полезен отговор, който да му позволи да реши спора, с който е сезиран. С оглед на това при необходимост Съдът трябва да преформулира въпросите, които са му зададени. Всъщност задача на Съда е да тълкува всички разпоредби от правото на Съюза, които са необходими на националните юрисдикции, за да се произнесат по споровете, с които са сезирани, дори тези разпоредби да не са изрично посочени във въпросите, отправени от тези юрисдикции до Съда (решение от 7 ноември 2019 г., K.H.K. (Запор на банкови сметки), C-555/18, EU:C:2019:937, т. 28 и цитираната съдебна практика).

23 Следователно, макар поставеният въпрос формално да се отнася до тълкуването на член 4, буква в) от Директива 2006/114, и по-специално до това дали предпоставките за допустима сравнителна реклама могат да бъдат изпълнени и когато сравнението се извършва посредством система за оценяване или предоставяне на точки, това обстоятелство не е пречка Съдът да предостави всички насоки за тълкуване на правото на Съюза, които могат да бъдат полезни за решаване на делото по главното производство. В това отношение Съдът трябва да изведе от цялата информация, предоставена от запитващата юрисдикция, и по-специално от мотивите на акта за преюдициално запитване, разпоредбите от правото на Съюза, които изискват тълкуване предвид предмета на спора в главното производство (вж. по аналогия решение от 7 ноември 2019 г., K.H.K. (Запор на банкови сметки), C-555/18, EU:C:2019:937, т. 29 и цитираната съдебна практика).

24 В случая, с оглед на данните, които произтичат от акта за преюдициално запитване, следва да се провери дали предоставяна от предприятие онлайн услуга за сравняване на застрахователни продукти може да се счита за „сравнителна реклама“ по смисъла на член 2, буква в) от Директива 2006/114 и евентуално дали такава форма на реклама отговаря на установените в тази директива критерии, за да бъде допустима.

25 В посочения член 2, буква в) понятието „сравнителна реклама“ е определено като „всяка реклама, която пряко или косвено посочва конкурента или предлагани от него стоки или услуги“.

26 В това отношение Съдът вече е уточнил, че специфичният елемент на понятието за сравнителна реклама се състои в идентифицирането на конкурент на рекламиращия или на предлаганите от него стоки и услуги (решения от 19 април 2007 г., De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, т. 27, и от 18 ноември 2010 г., Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, т. 30).

27 Следователно, както правилно подчертава Европейската комисия, в случая е от решаващо значение дали група дружества, която предлага онлайн услуги за сравняване на застрахователни продукти, може по смисъла на член 2, буква в) от Директива 2006/114 да се квалифицира като „конкурент“ на застрахователна група.

28 От това следва, че рекламиращият, а именно Check24, трябва да бъде конкурент на HUK-Coburg, за да може спорната практика да се счита за сравнителна реклама по смисъла на член 2, буква в) от Директива 2006/114 и съответно да попада в приложното поле на Директивата, като това обстоятелство следва да се провери от запитващата юрисдикция.

29 В това отношение следва да се отбележи, че нито тази, нито която и да е друга разпоредба от посочената директива съдържа определение на понятието „конкурент“.

30 Що се отнася до понятието „конкурент“, следва да се припомни, че Съдът вече е уточнил, че качеството на конкурентни предприятия, за което се отнася понятието за сравнителна реклама, по дефиниция се основава на заменяемостта на стоките или услугите, които тези предприятия предлагат на пазара (решения от 19 април 2007 г., De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, т. 28, и от 18 ноември 2010 г., Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, т. 30).

31 Поради това, за да е допустима една сравнителна реклама, член 4, буква б) от Директива 2006/114 поставя условие тя да сравнява стоки или услуги, задоволяващи еднакви потребности или предназначени за една и съща цел (вж. в този смисъл решение от 19 април 2007 г., De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, т. 29).

32 Освен това, както Съдът вече е постановил, фактът, че стоките донякъде са от естество да задоволяват еднакви потребности, позволява да се направи извод, че те в определена степен са заменяеми помежду си (решения от 19 април 2007 г., De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, т. 30, и от 18 ноември 2010 г., Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, т. 32).

33 На последно място, конкретната преценка на тази степен на заменяемост, която е от компетентността на националните юрисдикции и която трябва да се извърши в светлината както на целите на Директива 2006/114, така и на принципите, изведени от практиката на Съда, предполага проверка на критерии, които позволяват да се установи наличие на конкурентно отношение поне между една част от всички предлагани от въпросните предприятия продукти (вж. в този смисъл решение от 19 април 2007 г., De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, т. 33).

34 В настоящия случай с оглед на изложените по-горе съображения проверката дали е налице отношение на конкуренция между Check24 и HUK-Coburg, която запитващата юрисдикция следва да извърши, трябва да се основава на анализ на евентуалната заменяемост на услугите, предлагани съответно от страните по главното производство, с цел да се установи дали те осъществяват дейност на един и същ пазар.

35 В това отношение от преписката, с която разполага Съдът, е видно, че докато HUK-Coburg предоставя на клиентите си застрахователни услуги в различни области, самото Check24 не предлага такива услуги, а само сравнява онлайн различни предложения за застрахователни услуги, предлагани от застрахователни дружества, посредством система за оценяване или предоставяне на точки, и евентуално предлага като посредник възможността за сключване на договори със застрахователните дружества, които предоставят сравняваните услуги.

36 Ето защо, доколкото от тази преписка е видно, че Check24 управлява онлайн портал за сравнение на застрахователни услуги и самото то не е застрахователно дружество, то не може нито да предоставя, нито да разполага с такива услуги, включително когато като обикновен посредник предоставя възможност за сключването на договори между клиенти и доставчици на застрахователни продукти.

37 Следователно, освен ако при по-обстойна проверка запитващата юрисдикция не установи друго, изглежда, че застрахователна група като HUK-Coburg и група от дружества, предоставящи онлайн услуги за сравняване на застрахователни продукти, като Check24 предлагат услуги, които не са взаимозаменяеми, и следователно извършват дейност на различни пазари на услуги.

38 От това следва, че в обхвата на понятието „сравнителна реклама“ по смисъла на член 2, буква в) от Директива 2006/114 не попадат предоставяните от предприятие онлайн услуги за сравняване на застрахователни продукти, които не идентифицират нито негов конкурент, нито стоки или услуги, предлагани от такъв конкурент.

39 С оглед на всички изложени по-горе съображения на запитващата юрисдикция следва да се отговори, че член 2, буква в) от Директива 2006/114 трябва да се тълкува в смисъл, че в обхвата на съдържащото се в тази разпоредба понятие „сравнителна реклама“ не попада онлайн услуга за сравняване на стоки или услуги, предоставяна от предприятие, което не е „конкурент“ по смисъла на посочената разпоредба, тоест което не предлага лично сравняваните от него стоки или услуги и което следователно осъществява дейност на пазар на различни стоки или услуги. Същото важи и когато това предприятие действа като посредник и предоставя възможност на потребителите да сключват договори с предприятия, които предлагат съответните стоки или услуги, без самото то да извършва дейност на пазара на тези стоки или услуги.

По съдебните разноски

40 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред запитващата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (девети състав) реши:

Член 2, буква в) от Директива 2006/114/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2006 година относно заблуждаващата и сравнителната реклама

трябва да се тълкува в смисъл, че

в обхвата на съдържащото се в тази разпоредба понятие „сравнителна реклама“ не попада онлайн услуга за сравняване на стоки или услуги, предоставяна от предприятие, което не е „конкурент“ по смисъла на посочената разпоредба, тоест което не предлага лично сравняваните от него стоки или услуги и което следователно осъществява дейност на пазар на различни стоки или услуги. Същото важи и когато това предприятие действа като посредник и предоставя възможност на потребителите да сключват договори с предприятия, които предлагат съответните стоки или услуги, без самото то да извършва дейност на пазара на тези стоки или услуги.

Подписи