



Samling af Afgørelser

DOMSTOLENS DOM (Femte Afdeling)

5. december 2024*

»Præjudiciel forelæggelse – forbrugerbeskyttelse – urimelig handelspraksis – direktiv 2005/29/EF – artikel 2, litra c), d) og i) – artikel 3, stk. 1 – anvendelsesområde – begrebet »produkt« – kombinationssalg bestående af vurdering og køb af en vare«

I sag C-379/23,

angående en anmodning om præjudiciel afgørelse i henhold til artikel 267 TEUF, indgivet af Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (appeldomstolen for Svealand, appeldomstol i patent- og handelsretlige sager, Sverige) ved afgørelse af 13. juni 2023, indgået til Domstolen den 15. juni 2023, i sagen,

Guldbrev AB

mod

Konsumentombudsmannen,

har

DOMSTOLEN (Femte Afdeling),

sammensat af afdelingsformanden for Fjerde Afdeling, I. Jarukaitis, som fungerende afdelingsformand for Femte Afdeling, og dommerne E. Regan og Z. Csehi (refererende dommer),

generaladvokat: P. Pikamäe

justitssekretær: A. Calot Escobar,

på grundlag af den skriftlige forhandling,

efter at der er afgivet indlæg af:

- Guldbrev AB ved advokaterne D. Tornberg og M. Zeitlin,
- Konsumentombudsmannen ved processråd G. Wikström,
- Europa-Kommissionen ved M. Björkland, I. Rubene og N. Ruiz García, som befuldmægtigede,

* Processprog: svensk.

og efter at generaladvokaten har fremsat forslag til afgørelse i retsmødet den 13. juni 2024,
afsagt følgende

Dom

- 1 Anmodningen om præjudiciel afgørelse vedrører fortolkningen af artikel 2, litra c), d) og i), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (»direktivet om urimelig handelspraksis«) (EUT 2005, L 149, s. 22).
- 2 Anmodningen er blevet indgivet i forbindelse med en tvist mellem Guldbrev AB og Konsumentombudsmannen (forbrugerombudsmanden, Sverige) (herefter »forbrugerombudsmanden«) om, hvorvidt visse af Guldbrevs former for handelspraksis i forbindelse med vurdering og køb af guld fra forbrugere er i overensstemmelse med EU-retten og national ret.

Retsforskrifter

EU-retten

- 3 Følgende er fastsat i 6.-8., 17. og 23. betragtning til direktiv 2005/29:
 - »(6) [Der] [...] foretages [...] ved dette direktiv en tilnærmelse af medlemsstaternes love om urimelig handelspraksis, herunder illoyal reklame, som direkte skader forbrugernes økonomiske interesser og derved indirekte skader legitime konkurrenters økonomiske interesser. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet beskytter direktivet forbrugerne mod følgerne af urimelig handelspraksis, når disse er væsentlige, men det erkendes, at virkningerne for forbrugerne i visse tilfælde kan være ubetydelige. [...]
 - (7) Dette direktiv vedrører former for handelspraksis, som direkte påvirker forbrugernes transaktionsbeslutninger i forbindelse med produkter. [...]
 - (8) Dette direktiv beskytter direkte forbrugernes økonomiske interesser mod virksomheders urimelige handelspraksis. [...]
- [...]
- (17) Med henblik på at sikre yderligere retssikkerhed er det ønskeligt at få præciseret, hvilke former for handelspraksis der under alle omstændigheder anses for urimelige. Bilag I indeholder derfor en fuldstændig liste over alle disse former for praksis. Disse former for handelspraksis er de eneste, der kan anses for urimelige, uden først i hvert enkelt tilfælde at være blevet vurderet i forhold til bestemmelserne i artikel 5-9. Listen kan kun ændres ved en revision af direktivet.

[...]

- (23) Målene for dette direktiv, nemlig fjernelse af hindringer i form af nationale love om urimelig handelspraksis, der hæmmer det indre markeds funktion, og sikring af et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om urimelig handelspraksis, kan ikke i tilstrækkelig grad opfyldes af medlemsstaterne og kan bedre gennemføres på [EU-]plan. [Unionen] kan derfor træffe foranstaltninger i overensstemmelse med subsidiaritetsprincippet, jf. traktatens artikel 5. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. nævnte artikel, går direktivet ikke ud over, hvad der er nødvendigt for at fjerne hindringerne på det indre marked og opnå et højt fælles forbrugerbeskyttelsesniveau.«
- 4 Direktivets artikel 1 med overskriften »Formål« foreskriver:
- »Formålet med dette direktiv er at bidrage til et velfungerende indre marked og opnå et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om urimelig handelspraksis, der skader forbrugernes økonomiske interesser.«
- 5 Det nævnte direktivs artikel 2 med overskriften »Definitioner« har følgende ordlyd:
- »I dette direktiv forstås ved:
- [...]
- c) »produkt«: en vare eller tjenesteydelse, herunder fast ejendom, rettigheder og pligter
- d) »virksomheders handelspraksis over for forbrugerne« (i det følgende også benævnt »handelspraksis«): en handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovring, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne
- [...]
- i) »købsopfordring«: en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb
- [...]«
- 6 Direktivets artikel 3 med overskriften »Anvendelsesområde« bestemmer følgende i stk. 1:
- »Dette direktiv gælder for virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne, som fastlagt i artikel 5, før, under og efter en handelstransaktion i forbindelse med et produkt.«
- 7 Artikel 4 i direktiv 2005/29 med overskriften »Det indre marked« har følgende ordlyd:
- »Medlemsstaterne må hverken begrænse friheden til at levere tjenesteydelser eller den frie bevægelighed for varer af grunde, der kan henføres til de områder, hvor der med dette direktiv sker en tilnærmelse.«

- 8 Direktivets artikel 5, der har overskriften »Urimelig handelspraksis«, og som er indeholdt i direktivets kapitel 2 med overskriften »Forbud mod urimelig handelspraksis«, fastsætter et forbud mod urimelig handelspraksis og fastsætter kriterierne for, om en praksis er urimelig. Navnlig fastsætter artikel 5 i stk. 5:

»I bilag I findes fortegnelsen over de former for handelspraksis, som under alle omstændigheder vil blive betragtet som urimelige. Den samme fortegnelse skal anvendes i alle medlemsstater og må kun ændres ved en revision af dette direktiv.«

- 9 Dette direktivs artikel 11 med overskriften »Håndhævelse« foreskriver i stk. 1, første afsnit:

»Medlemsstaterne påser, at der findes tilstrækkelige og effektive midler til bekæmpelse af urimelig handelspraksis og til at sikre, at dette direktivs bestemmelser overholdes i overensstemmelse med forbrugernes interesse.«

- 10 Bilag I til direktiv 2005/29 med overskriften »Former for handelspraksis, som under alle omstændigheder anses som urimelige« bestemmer:

»Vildledende handelspraksis

[...]

- 5) Den erhvervsdrivende opfordrer til at købe produkter til en bestemt pris uden at gøre opmærksom på, at der kan være rimelige grunde til at antage, at han ikke vil være i stand til at levere eller få en anden erhvervsdrivende til at levere de pågældende eller tilsvarende produkter til den pågældende pris inden for en periode og i en mængde, som er rimelig i forhold til produktet, omfanget af den reklame, der er gjort for produktet, og den opgivne pris (bait advertising).

- 6) Den erhvervsdrivende opfordrer til køb af produkter til en bestemt pris, men

[...]

- c) fremviser en defekt udgave af det,

fordi han agter at promovere et andet produkt (bait and switch).«

Svensk ret

- 11 § 5 i marknadsföringslagen (2008:486) (lov (2008:486) om markedsføring, herefter »markedsföringsloven«), som gennemførte direktiv 2005/29 i svensk ret, bestemmer, at »markedsføring skal være i overensstemmelse med god handelspraksis«.

- 12 Lovens § 6 fastsætter:

»Markedsføring, som er i strid med god handelspraksis, jf. § 5, skal anses for at være urimelig, såfremt den på mærkbar vis påvirker eller sandsynligvis vil påvirke modtagerens evne til at træffe en informeret transaktionsbeslutning.«

13 Den nævnte lovs § 8 har følgende ordlyd:

»Markedsføring, som er vildledende i henhold til nogen af bestemmelserne i §§ 9, 10 eller 12-17, skal anses for at være urimelig, hvis den påvirker eller sandsynligvis vil påvirke modtagerens evne til at træffe en informeret transaktionsbeslutning.

Vildledende markedsføring som nævnt i punkt 1-23 i bilag I til direktiv 2005/29/EF skal altid betragtes som urimelig.«

14 Samme lovs artikel 9 har følgende ordlyd:

»Al markedsføring skal udformes og præsenteres på en sådan måde, at det fremgår tydeligt, at der er tale om markedsføring.

Det skal også fremgå tydeligt, hvem der er ansvarlig for markedsføringen. [...]«

15 Markedsføringslovens § 10 bestemmer:

»En erhvervsdrivende må ved markedsføringen ikke anvende ukorrekte anprisninger eller andre angivelser, som er vildledende i spørgsmålet om den erhvervsdrivendes egen eller en andens aktivitet.

Stk. 1 gælder navnlig for redegørelser, som vedrører:

1) Produktets forekomst, art, mængde, kvalitet og andre væsentlige egenskaber,

[...]

4) produktets pris, grundlaget for prisberegningen, særlige prismæssige fordele og betalingsbetingelserne,

[...]

En erhvervsdrivende må heller ikke udelade væsentlige oplysninger i markedsføringen af sin egen eller en andens aktivitet. Som vildledende udeladelse anses også tilfælde, hvor de væsentlige oplysninger præsenteres på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.«

Twisten i hovedsagen og de præjudicielle spørgsmål

16 Guldbrev, der er et svensk aktieselskab, beskæftiger sig med vurdering og køb af guld online fra forbrugere. Idet selskabet ikke har nogen fysisk butik, foretager det en vurdering af det guld, som forbrugerne indsender, på grundlag af dets karatindhold og vægt. Hvis forbrugeren accepterer det beløb, som virksomheden foreslår som modydelse, gennemføres transaktionen.

17 Idet forbrugerombudsmanden fandt, at visse af Guldbrevs markedsføringsforanstaltninger på selskabets websteder, på sociale medier og i breve sendt til forbrugerne var vildledende og urimelige, anlagde denne sag ved Patent- og marknadsdomstolen (ret i patent- og handelsretlige sager, Sverige) med påstand om, at det blev forbudt dette selskab at anvende sådanne foranstaltninger, og at selskabet blev pålagt at give forbrugerne visse oplysninger.

- 18 Til støtte for denne påstand anførte forbrugerombudsmanden for det første, at markedsføringen af guldprisen udgør et lokketilbud (bait and switch), der er i strid med flere bestemmelser i bilag I til direktiv 2005/29. Dernæst undlod det nævnte selskab tilstrækkeligt tydeligt at gøre opmærksom på, at webstederne indeholdt reklame, og at angive, at virksomheden var afsenderen heraf. Endelig var de maksimumspriser, som samme selskab angav, urimelige, uforudsigelige eller umulige at opnå på grund af de krav, som selskabet pålagde forbrugerne. Dette kompromitterede forbrugernes evne til at træffe en informeret beslutning.
- 19 Guldbrev bestred forbrugerombudsmandens påstande og gjorde i det væsentlige gældende, at der i tvisten i hovedsagen ikke var tale om omstændigheder, som var omfattet af direktiv 2005/29 eller markedsføringsloven, idet de omtvistede foranstaltninger vedrørte køb af tjenesteydelser. Ifølge dette selskab var den omhandlede markedsføring hverken vildledende eller urimelig, og forbrugeren havde tilstrækkelige oplysninger til rådighed om, hvordan prisen blev fastsat.
- 20 Ved dom af 25. marts 2022 forbød Patent- og marknadsdomstolen (ret i patent- og handelsretlige sager) Guldbrev at fortsætte sine markedsføringsaktiviteter under trussel om tvangsbøder og pålagde selskabet at vedlægge visse oplysninger i forbindelse med dets markedsføringsaktiviteter. Efter at have fastslået, at selskabets aktiviteter med hensyn til vurdering og køb af guld udgjorde en handelspraksis, der var omfattet af anvendelsesområdet for direktiv 2005/29, fastslog Patent- og marknadsdomstolen (ret i patent- og handelsretlige sager), at visse markedsføringsforanstaltninger ikke opfyldte kravene i markedsføringsloven, som gennemførte det nævnte direktiv i den svenske retsorden.
- 21 Guldbrev har iværksat appel til prøvelse af visse dele af denne dom ved Svea hovrätt, Patent- og marknadsöverdomstolen (appeldomstolen for Svealand, appeldomstol i patent- og handelsretlige sager, Sverige), som er den forelæggende ret.
- 22 I denne henseende har den forelæggende ret påpeget, at Domstolens praksis vedrørende artikel 2, litra c) og d), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29 gør det muligt at lægge til grund, at de i hovedsagen omhandlede markedsføringsforanstaltninger i sig selv kan udgøre en handelspraksis som omhandlet i dette direktiv, forudsat at de vedrører et produkt i direktivets forstand. Den forelæggende ret har imidlertid konstateret, at Domstolen endnu ikke har taget stilling til spørgsmålet om, hvorvidt en erhvervsdrivendes tilbud som det i hovedsagen omhandlede vedrører et produkt som omhandlet i nævnte direktiv. En besvarelse af dette spørgsmål vil således gøre det muligt at afgøre, om bestemmelserne i national ret skal fortolkes i lyset af samme direktivs materielle bestemmelser.
- 23 På denne baggrund har Svea hovrätt, Patent- og marknadsöverdomstolen (appeldomstolen for Svealand, appeldomstol i patent- og handelsretlige sager, Sverige) besluttet at udsætte sagen og forelægge Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:
 - »1) Udgør vurdering og køb af guld af forbrugere et produkt (kombinationsprodukt) som omhandlet i artikel 2, litra c), d) og i), samt artikel 3, stk. 1, i [direktiv 2005/29]?
 - 2) Såfremt spørgsmål 1 besvares benægtende, udgør vurdering af guld i det for den nationale domstol foreliggende tilfælde da et produkt i [direktiv 2005/29's] forstand?»

Om de præjudicielle spørgsmål

Det første spørgsmål

- 24 Med det første spørgsmål ønsker den forelæggende ret nærmere bestemt oplyst, om artikel 2, litra c), d) og i), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29 skal fortolkes således, at en tjenesteydelse vedrørende vurdering af en vare, som en erhvervsdrivende leverer til en forbruger inden den erhvervsdrivendes køb af denne vare, idet købet er betinget af, at den ved vurderingen fastsatte pris accepteres, sammen med dette køb udgør et »produkt« som omhandlet i disse bestemmelser.
- 25 Indledningsvis bemærkes, at den forelæggende ret, således som det fremgår af anmodningen om præjudiciel afgørelse, har forelagt dette spørgsmål med henblik på at efterprøve, om direktiv 2005/29 finder anvendelse under omstændigheder som de i hovedsagen omhandlede, hvor en erhvervsdrivende køber guld af en forbruger og med henblik herpå kombinerer to erhvervsmæssige handlinger i et enkelt tilbud, nemlig vurderingen af denne vare og købet af den nævnte vare af den samme forbruger. Det fremgår navnlig af forelæggelsesafgørelsen, at sagsøgeren i hovedsagen udelukkende er indstillet på at købe guld fra forbrugeren, når forbrugeren accepterer den vurderingsydelse, som sagsøgeren leverer til forbrugeren med henblik på at fastlægge guldets kvalitet og købspris. Denne købspris fastsættes således på tidspunktet for vurderingen og er bindende for forbrugeren, hvis denne ønsker, at transaktionen skal finde sted.
- 26 De handlinger, som foreholdes Guldbrev i hovedsagen, består bl.a. i visse markedsføringsforanstaltninger i forhold til guldprisen, som ifølge forbrugerombudsmanden udgør »vildledende handelspraksis« i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i bilag I, nr. 5), og bilag I, nr. 6), litra c), i direktiv 2005/29. Den forelæggende ret er af den opfattelse, at disse markedsføringsforanstaltninger faktisk kan udgøre »handelspraksis« som omhandlet i dette direktivs artikel 2, litra d), og artikel 3, stk. 1, og dermed være omfattet af direktivets anvendelsesområde, dog i det omfang tjenesteydelsen vedrørende vurdering af guld og køb heraf til den således vurderede pris kan anses for tilsammen at udgøre et »produkt« som omhandlet i de sidstnævnte bestemmelser.
- 27 I sidstnævnte henseende bestemmer artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29, at direktivet gælder for virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne som fastlagt i direktivets artikel 5, før, under og efter en handelstransaktion i forbindelse med et produkt. Selv om denne artikel 5 fastsætter et forbud mod urimelig handelspraksis og fastsætter de kriterier, der gør det muligt at afgøre, om en sådan praksis er urimelig, er spørgsmålet om, hvorvidt handlinger som den i hovedsagen omhandlede markedsføring kan kvalificeres som urimelige, ikke genstand for nogen af de spørgsmål, som den forelæggende ret har stillet.
- 28 Hvad derimod angår de øvrige bestemmelser, som den forelæggende ret har henvist til i det første spørgsmål, definerer artikel 2, litra c), d) og i), i direktiv 2005/29 henholdsvis begrebet »produkt« som »en vare eller tjenesteydelse, herunder fast ejendom, rettigheder og pligter«, begrebet »virksomheders handelspraksis over for forbrugerne« som »en handling, udeladelse, adfærd eller fremstilling, kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til [markedsføring], salg eller udbud af et produkt til forbrugerne« og begrebet »købsopfordring« som »en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb«.

- 29 Det følger heraf, at for at kunne kvalificeres som »handelspraksis« som omhandlet i artikel 2, litra d), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29 og således kunne være omfattet af direktivets anvendelsesområde, skal en handling være direkte forbundet med markedsføring, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne (jf. i denne retning i dom af 4.7.2019, Kirschstein, C-393/17, EU:C:2019:563, præmis 41 og den deri nævnte retspraksis).
- 30 I det foreliggende tilfælde udgør tjenesteydelsen vedrørende vurdering af guld et produkt, der udbydes »til forbrugerne« som omhandlet i disse bestemmelser, mens køb af guld svarer til en forbrugers salg af en vare til en erhvervsdrivende. Markedsføringsforanstaltninger, der har direkte forbindelse med køb af guld, men ikke med vurderingen af denne vare, kan derfor kun anses for »handelspraksis« som omhandlet i artikel 2, litra d), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29 i det tilfælde, som den forelæggende ret har nævnt i sit spørgsmål, dvs. hvor vurderings- og købsydelsen samlet set kan anses for at udgøre et »produkt«, der leveres til forbrugerne som omhandlet i disse bestemmelser.
- 31 Det skal endvidere bemærkes, at artikel 2, litra d), i direktiv 2005/29 definerer begrebet »handelspraksis« ved at anvende en særligt bred formulering (jf. i denne retning dom af 23.4.2009, VTB-VAB og Galatea, C-261/07 og C-299/07, EU:C:2009:244, præmis 49). I denne henseende vedrører det eneste kriterium, der er omhandlet i den nævnte bestemmelse, således den omstændighed, at den erhvervsdrivendes handelspraksis skal have direkte relation til markedsføring, salg eller udbud af et produkt eller en tjenesteydelse til en forbruger (dom af 19.9.2013, CHS Tour Services, C-435/11, EU:C:2013:574, præmis 27, og af 16.4.2015, UPC Magyarország, C-388/13, EU:C:2015:225, præmis 35).
- 32 Hvad navnlig angår et kombinationssalg baseret på, at mindst to forskellige produkter eller tjenesteydelser kombineres til et enkelt tilbud, har Domstolen allerede fastslået, at disse udgør kommercielle handlinger, der klart er omfattet af en erhvervsdrivendes forretningsstrategi og direkte tilsigter markedsføring og afsætning. Det følger heraf, at de derfor udgør en handelspraksis som omhandlet i artikel 2, litra d), i direktiv 2005/29 og derfor er omfattet af dets anvendelsesområde (dom af 23.4.2009, VTB-VAB og Galatea, C-261/07 og C-299/07, EU:C:2009:244, præmis 50, og af 7.9.2016, Deroo-Blanquart, C-310/15, EU:C:2016:633, præmis 28).
- 33 For så vidt som den erhvervsdrivende i det foreliggende tilfælde tilbyder forbrugeren en ydelse i form af vurdering af guld ved at kombinere denne med købet af denne vare, som den erhvervsdrivende gør betinget af, at forbrugeren accepterer den pris, der fastsættes ved vurderingen, kan den erhvervsdrivende imidlertid kun udøve en handelspraksis ved hjælp af en kommunikation, der fremmer vurderingstjenesten som omhandlet i den retspraksis, der er nævnt i denne doms præmis 29.
- 34 I sidstnævnte henseende bemærkes, at en bestemmelse i EU-retten, som efter sin ordlyd ikke indeholder nogen udtrykkelig henvisning til medlemsstaternes ret med henblik på at fastlægge dens betydning og rækkevidde, normalt skal undergives en selvstændig og ensartet fortolkning i hele EU, som skal søges under hensyntagen til denne bestemmelses ordlyd, den sammenhæng, hvori den indgår, og formålet med den lovgivning, som den udgør en del af (dom af 24.10.2024, Kwantum Nederland og Kwantum België, C-227/23, EU:C:2024:914, præmis 56 og den deri nævnte retspraksis).

- 35 Hvad for det første angår ordlyden af de i hovedsagen omhandlede bestemmelser er der intet i definitionen af begrebet »produkt« som nævnt i denne doms præmis 28, der er til hinder for, at et kombinationssalg, der som i det foreliggende tilfælde er baseret på kombinationen af mindst to særskilte varer eller tjenesteydelser i et enkelt tilbud fra en erhvervsdrivende til en forbruger, anses for at være omfattet af dette begreb. Hvad angår de andre bestemmelser, der er nævnt i denne præmis 28, og som inkorporerer begrebet »produkt« i de heri indeholdte definitioner, tyder deres ordlyd heller ikke på, at et sådant kombinationssalg ikke kan være omfattet af det nævnte begreb.
- 36 Hvad for det andet angår den sammenhæng, hvori de i hovedsagen omhandlede bestemmelser indgår, og de mål, der forfølges med den ordning, som de udgør en del af, bemærkes, at Domstolen gentagne gange har fastslået, at direktiv 2005/29 er karakteriseret ved et særligt bredt materielt anvendelsesområde (dom af 16.4.2015, UPC Magyarország, C-388/13, EU:C:2015:225, præmis 34 og den deri nævnte retspraksis).
- 37 Dette særligt brede anvendelsesområde gør det muligt at sikre den fulde virkning af direktiv 2005/29 ved at sørge for, at urimelig handelspraksis i overensstemmelse med det formål om at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, der er fastsat i dette direktivs artikel 1, således som det kræves i direktivets artikel 11, stk. 1, første afsnit, bekæmpes effektivt »i overensstemmelse med forbrugernes interesse« (jf. i denne retning dom af 19.12.2013, Trento Sviluppo og Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, præmis 32).
- 38 Det formål, der forfølges med direktiv 2005/29, som består i fuldt ud at beskytte forbrugerne mod urimelig handelspraksis, er nemlig baseret på den omstændighed, at forbrugeren befinder sig i en svagere stilling end den erhvervsdrivende, bl.a. hvad angår informationsniveauet, idet forbrugeren økonomisk set er svagere og juridisk set mindre erfaren end sin medkontrahent. Bestemmelserne i dette direktiv har således forbrugeren som hovedsigte i dennes egenskab af adressat og offer for den urimelige handelspraksis (jf. i denne retning dom af 3.10.2013, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-59/12, EU:C:2013:634, præmis 35 og 36 og den deri nævnte retspraksis).
- 39 Under disse omstændigheder udgør en tjenesteydelse vedrørende vurdering af guld og køb heraf som følge af den uløselige forbindelse mellem disse, således som det fremgår af betragtningerne i denne doms præmis 25, tilsammen et »produkt« som omhandlet i artikel 2, litra c), d) og i), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29, således at foranstaltninger såsom den i hovedsagen omhandlede markedsføring kan kvalificeres som »handelspraksis« som omhandlet i dette direktivs artikel 2, litra d), og artikel 3, stk. 1, og dermed være omfattet af direktivets anvendelsesområde.
- 40 Henset til ovenstående betragtninger skal det første spørgsmål besvares med, at artikel 2, litra c), d) og i), og artikel 3, stk. 1, i direktiv 2005/29 skal fortolkes således, at en tjenesteydelse vedrørende vurdering af en vare, som en erhvervsdrivende leverer til en forbruger inden den erhvervsdrivendes køb af denne vare, idet købet er betinget af, at den ved vurderingen fastsatte pris accepteres, sammen med dette køb udgør et »produkt« som omhandlet i disse bestemmelser, således at foranstaltninger med direkte forbindelse til markedsføring af dette produkt til forbrugerne er omfattet af dette direktivs anvendelsesområde.

Det andet spørgsmål

- 41 Det andet spørgsmål er kun stillet for det tilfælde, at Domstolen besvarer det første spørgsmål benægtende. Som det blev fastslået i den foregående præmis, skal dette første spørgsmål besvares bekræftende.
- 42 Det er følgelig ufornuddent at tage stilling til det andet spørgsmål.

Sagsomkostninger

- 43 Da sagens behandling i forhold til hovedsagens parter udgør et led i den sag, der verserer for den forelæggende ret, tilkommer det denne at træffe afgørelse om sagsomkostningerne. Bortset fra nævnte parters udgifter kan de udgifter, som er afholdt i forbindelse med afgivelse af indlæg for Domstolen, ikke erstattes.

På grundlag af disse præmisser kender Domstolen (Femte Afdeling) for ret:

Artikel 2, litra c), d) og i), og artikel 3, stk. 1, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (»direktivet om urimelig handelspraksis«)

skal fortolkes således, at

en tjenesteydelse vedrørende vurdering af en vare, som en erhvervsdrivende leverer til en forbruger inden den erhvervsdrivendes køb af denne vare, idet købet er betinget af, at den ved vurderingen fastsatte pris accepteres, sammen med dette køb udgør et »produkt« som omhandlet i disse bestemmelser, således at foranstaltninger med direkte forbindelse til markedsføring af dette produkt til forbrugerne er omfattet af dette direktivs anvendelsesområde.

Underskrifter