



Kohtulahendite kogumik

KOHTUJURISTI ETTEPANEK
EVGENI TANCHEV
esitatud 20. septembril 2018¹

Kohtuasi C-430/17

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG

versus

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV

(eelotsusetaotlus, mille on esitanud Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus))

Tarbijakaitse – Direktiivi 2011/83/EL artikli 6 lõige 1 ja artikli 8 lõige 4 –
Teavitamismõõdukad kauglepingute ja väljaspool äriruume sõlmitud lepingute puhul – Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kohaldamisala ja teavitamiskohustuste muutmine seoses lepingutega, mis sõlmitakse „kaugsidevahendi abil, mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ – Reklaamprospekt, kus on viidatud taganemisõiguse üksikasjade osas hüperlingile – Kohustus esitada taganemisteate näidisvorm, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktis h ja I lisa B osas – Harta artikkel 16 ja ettevõtlusvabadus – Sõna- ja teabevabadus reklaami kontekstis vastavalt harta artiklile 11

I. Sissejuhatus

1. Sisuliselt puudutab käesolev kohtuasi küsimust, milline tähendus on direktiivi 2011/83/EL² artikli 8 lõikes 4 kasutatud fraasil „kaugsidevahend[...], mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“, ja seega olukorda, kui on muudetud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikest 1 tulenevaid kohustusi teabe suhtes, mida kauplused peavad andma tarbijatele, enne kui kaugleping või väljaspool äriruume sõlmitud leping saab viimati nimetatutele siduvaks muutuda.

2. Direktiiviga 2011/83 tunnistati kehtetuks ja asendati nii nõukogu 20. detsembri 1985. aasta direktiiv 85/577/EMÜ tarbija kaitsmise kohta väljaspool äriruume sõlmitud lepingute korral³ kui ka Euroopa Parlamendi ja nõukogu 20. mai 1997. aasta direktiiv 97/7/EÜ tarbijate kaitse kohta sidevahendi abil sõlmitud lepingute korral⁴, lihtsustades ja ajakohastades seeläbi nende direktiividega

1 Algkeel: inglise.

2 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25. oktoobri 2011. aasta direktiiv tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ (ELT 2011, L 304, lk 64).

3 EÜT 1985, L 372, lk 31; ELT eriväljaanne 15/01, lk 262.

4 EÜT 1997, L 144, lk 19.

kaitstud õigused üheks maksimaalse ühtlustamise meetmeks.⁵ Selle tulemusel kehtestati direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 ning Euroopa Kohtul palutakse esimest korda tõlgendada sõnastust „kaugsidevahend [...], mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ nii, nagu see on kohaldatav kauglepingute suhtes.

3. Nimelt väidab kaupleja, kes on avaldanud ajakirjades (eraldatava tellimispostkaardiga) reklaamprospekte veekindlate joppide müügi kohta, et tal on õigus tugineda direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 4. Sellest lähtub väide, et kaupleja on enne joppide müügi kohta kauglepingute sõlmimist kohustatud teavitama tarbijaid ainult nende õigusest lepingust taganeda, mitte aga lisaandmetest, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktiga h. Sellele direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tõlgendusele vaidleb Saksamaal vastu Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs eV (registreeritud ühendus „kõlvatu konkurentsi vastase võitluse keskus“), kes on pöördunud nimetatud liikmesriigi kohtusse vaidlusega, mis on põhikohtuasjas lahendamisel.

4. Eeldusel, et kaupleja saab tugineda direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 4, käsitleb põhikohtuasi ka seda, kas ta peab avaldama taganemisõigust puudutavad andmed prospektis endas või piisab sellest, kui avaldada internetiaadress, kust sellised andmed on leitavad. Sama küsimus tekib seoses taganemisteate näidisvormiga, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 I lisa B osas ja millele on viidatud ka direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktis h ja artikli 11 lõikes 1.

II. Õiguslik raamistik

A. *ELi õigus*

1. *Euroopa Liidu põhiõiguste harta*

5. Harta artikli 11 „Sõna- ja teabevabadus“ lõikes 1 on sätestatud:

„Igaühel on õigus sõnavabadusele. See õigus kätkeb arvamusevabadust ning vabadust saada ja levitada teavet ja ideid avaliku võimu sekkumiseta ning sõltumata riigipiiridest.“

6. Harta artiklis 16 „Ettevõtlusvabadus“ on sätestatud:

„Ettevõtlusvabadust tunnustatakse liidu õiguse ning siseriiklike õigusaktide ja tavade kohaselt.“

7. Harta artiklis 38 „Tarbijakaitse“ on sätestatud:

„Liidu poliitikaga tagatakse tarbijakaitse kõrge tase.“

⁵ Vt Weatherill, S., „The Consumer Rights Directive: how and why a quest for „coherence“ has (largely) failed“, 49 (2012) *Common Market Law Review*, 1279, lk 1290. Ent nagu direktiivi 2011/83 põhjenduses 2 on märgitud, tuleb liikmesriikidel lubada teatavate aspektide suhtes säilitada või vastu võtta riigisiseseid eeskirju. Samuti sisaldab direktiiv 2011/83 tagasihoidlikumat muudatust nõukogu 5. aprilli 1993. aasta direktiivi 93/13/EMÜ ebaõiglaste tingimuste kohta tarbijalepingutes (EÜT 1993, L 95, lk 29; ELT eriväljaanne 15/02, lk 288) ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25. mai 1999. aasta direktiivi 1999/44/EÜ tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide teatavate aspektide kohta (EÜT 1999, L 171, lk 12; ELT eriväljaanne 15/04, lk 223).

2. Direktiiv 2011/83

8. Direktiivi 2011/83 artiklis 1 „Reguleerimisese“ on sätestatud:

„Käesoleva direktiivi eesmärk on aidata kõrge tarbijakaitse taseme saavutamise kaasa siseturu nõuetekohasele toimimisele, ühtlustades tarbijate ja kauplejate vahel sõlmitud lepinguid käsitlevate liikmesriikide õigus- ja haldusnormide teatavaid aspekte.“

9. Direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktides a–h on sätestatud:

„1. Enne tarbija sidumist kauglepingu või väljaspool äriruume sõlmitava lepingu või vastava pakkumisega esitab kaupleja tarbijale selgel ja arusaadaval viisil järgmise teabe:

- a) kauba või teenuse põhiomadused kommunikatsioonivahendile ning kaubale või teenusele kohases ulatuses;
- b) kaupleja identifitseerimisandmed, näiteks tema ärinimi;
- c) kaupleja asukoha aadress, tema telefoni- ja faksinumber ning e-posti aadress (olemasolu korral), et tarbija saaks kauplejaga kiiresti ühendust võtta ja temaga tõhusalt suhelda ning, kui see on asjakohane, selle kaupleja aadress ja nimi, kelle nimel ta tegutseb;
- d) kaupleja (ning vajaduse korral selle kaupleja, kelle nimel ta tegutseb) tegevuskoha aadress, kuhu tarbija võib kaebusi esitada, kui see erineb punkti c kohaselt esitatud aadressist;
- e) kauba või teenuse koguhind koos maksudega või juhul, kui kauba või teenuse olemusest tulenevalt ei ole hinda põhjendatult võimalik eelnevalt arvutada, hinna arvutamise viis, ning kui see on asjakohane, ka kõik täiendavad veo-, tarne- või postikulud ja mis tahes muud kulud või, kui neid kulusid ei ole põhjendatult võimalik eelnevalt arvutada, teave selle kohta, et võidakse nõuda selliste täiendavate kulude tasumist. Tähtajatu lepingu või tellimist sisaldava lepingu puhul sisaldab koguhind tellimuse kogukulu arve esitamise tähtaja kohta. Kui sellise lepingu tasu on kindla määraga, tähendab koguhind igakuiste kulude kogusummat. Kui kogukulu ei ole mõistlikkuse piires võimalik eelnevalt arvutada, esitatakse hinna arvutamise viis;
- f) kaugsidevahendi kasutamise maksumus lepingu sõlmimiseks, kui seda maksumust ei arvutata põhitariifi alusel;
- g) maksmise, tarne, tellimuse täitmise kord ja aeg, mille jooksul kaupleja on kohustatud kauba tarnima või teenuse osutama, ja kui see on asjakohane, kaupleja rakendatav kaebuste lahendamise kord;
- h) taganemisõiguse olemasolu korral selle õiguse kasutamise tingimused, tähtaeg ja kord vastavalt artikli 11 lõikes 1 sätestatule ning I lisa B osas esitatud taganemisteate näidisvorm;“

10. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõigetes 1 ja 4–7 on sätestatud:

„1. Kauglepingute puhul esitab kaupleja artikli 6 lõikes 1 ette nähtud teabe või teeb selle teabe tarbijale kättesaadavaks asjakohasel viisil, pidades silmas kasutatavat kaugsidevahendit, lihtsas ja arusaadavas keeles. Kui kõnealune teave esitatakse püsival andmekandjal, peab see olema loetav.

[...]

4. Kui leping sõlmitakse kaugsidevahendi abil, mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, esitab kaupleja enne sellise lepingu sõlmimist konkreetsele kaugsidevahendile kohases ulatuses vähemalt lepingueelse teabe kauba või teenuse põhiomaduste, kaupleja isiku, koguhinna, taganemisõiguse ja lepingu kestuse kohta ning juhul, kui leping on tähtjatu, lepingu lõpetamise tingimused vastavalt artikli 6 lõike 1 punktidele a, b, e, h ja o. Muu artikli 6 lõikes 1 osutatud teabe esitab kaupleja asjakohasel viisil vastavalt käesoleva artikli lõikele 1.

5. Juhul kui kaupleja helistab tarbijale selleks, et sõlmida kaugleping, nimetab ta tarbijaga vestlust alustades oma isiku ja vajaduse korral selle isiku, kelle nimel ta helistab, ning helistamise ärilised eesmärgid, ilma et see piiraks lõike 4 kohaldamist.

6. Telefoni teel sõlmitavate kauglepingute puhul võivad liikmesriigid sätestada, et kaupleja peab kinnitama tarbijale tehtud pakkumist, kes on sellega seotud alles pärast pakkumise allkirjastamist või oma kirjaliku nõusoleku saatmist. Liikmesriigid võivad samuti sätestada, et selline kinnitus tuleb anda püsival andmekandjal.

7. Kaupleja annab tarbijale kinnituse sõlmitud lepingu kohta püsival andmekandjal mõistliku aja jooksul pärast kauglepingu sõlmimist ning hiljemalt samal ajal kauba kohaletoometamisega või enne, kui teenuse osutamine algab. Kõnealune kinnitus sisaldab järgmist:

- a) kogu artikli 6 lõikes 1 osutatud teave, kui kaupleja ei ole seda teavet tarbijale juba esitanud püsival andmekandjal enne kauglepingu sõlmimist, ja
- b) kui see on asjakohane, kinnitus artikli 16 punkti m kohase tarbija eelneva sõnaselge nõusoleku ning kinnituse kohta.“

11. Direktiivi 2011/83 artikli 11 pealkiri on „Taganemisõiguse kasutamine“. Artikli 11 lõikes 1 on sätestatud:

„Tarbija teavitab enne taganemistähtaaja lõppu kauplejat oma lepingust taganemise otsusest. Tarbija võib selleks kas:

- a) kasutada I lisa B osas esitatud taganemisteate näidisvormi või
- b) esitada mõne muu ühemõttelise avalduse, millega ta annab teada oma lepingust taganemise otsusest.

Liikmesriigid ei kehtesta taganemisteate näidisvormile muid vorminõudeid kui need, mis on esitatud I lisa B osas.“

B. Liikmesriigi õigus

12. Tsiviilseadustiku (Bürgerliches Gesetzbuch, edaspidi „BGB“) § 355 „Lepingust taganemise õigus tarbijalepingute puhul“ lõikes 1 on sätestatud:

„Kui seaduses on tarbijale ette nähtud käesoleva sätte kohane taganemisõigus, ei ole tarbija ega kaupleja selle õiguse tähtaegse kasutamise korral enam seotud lepingu sõlmimiseks antud nõustumusega. Lepingust taganemine toimub taganemisavalduse esitamisega kauplejale. Taganemisavaldus peab ühemõtteliselt väljendama tarbija otsust lepingust taganeda. Taganemist ei tule põhjendada. Tähtaja arvestamisel läheb arvesse saatmise kuupäev.“

13. BGB § 312d pealkiri on „Teavitamisnõuded“. BGB § 312d lõikes 1 on sätestatud:

„Väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja kauglepingute korral on kaupleja kohustatud teavitama tarbijat vastavalt tsiviilseadustiku rakendusseaduse (Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche, edaspidi „EGBGB“) artikli 246a sätetele. Kui lepingupooled ei ole sõnaselgelt kokku leppinud teisiti, muutub teave, mille kaupleja seda kohustust täites annab, lepingu osaks.“

14. BGB § 312g pealkiri on „Taganemisõigus“. BGB § 312g lõikes 1 on sätestatud:

„Väljaspool äriruume sõlmitud lepingute ja kauglepingute korral on tarbijal õigus lepingust taganeda vastavalt §-le 355.“

15. EGBGB artikli 246a pealkiri on „Teavitamisnõuded väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ja kauglepingute, välja arvatud finantsteenuste osutamise lepingute korral“. Selle artikli §-s 1 „Teavitamisnõuded“ on sätestatud:

„[...]

(2) Kui tarbijal on õigus lepingust taganeda vastavalt BGB § 312g lõikele 1, on kaupleja kohustatud teavitama tarbijat

1. taganemisõiguse kasutamise tingimustest, tähtaegadest ja korrast vastavalt BGB § 355 lõikele 1, samuti lisas 2 ette nähtud taganemisteate näidisvormist,

[...]“

16. EGBGB artikli 246a §-s 3 „Lihtsustatud teavitamisnõuded, kui teabe esitamise võimalused on piiratud“ on sätestatud:

„Kui kaugleping sõlmitakse kaugsidevahendi abil, mis seab piiranguid tarbijale teabe esitamise ruumi või aja suhtes, on kaupleja kohustatud esitama tarbijale selle kaugsidevahendi kaudu vähemalt järgmise teabe:

[...]

4. Taganemisõiguse olemasolu (kui see on asjakohane), ja

[...]

§-s 1 ette nähtud lisateave tuleb teha tarbijale kättesaadavaks asjakohasel viisil arvestades § 4 lõiget 3.“

17. EGBGB artikli 246a § 4 pealkiri on „Vorminõuded teavitamisnõuete täitmise suhtes“. Selles on sätestatud:

„(1) Kaupleja peab andma tarbijale §-des 1–3 ette nähtud teabe selgelt ja arusaadavalt enne seda, kui tarbija annab oma nõustumuse lepingu sõlmimiseks.

[...]

(3) Kauglepingu korral peab kaupleja esitama selle teabe tarbijale viisil, mis on kasutatava kaugsidevahendi puhul kohane. Kui teave esitatakse püsival andmekandjal, peab see olema loetav ja sisaldama kaupleja nime. Erandina esimeses lauses sätestatust võib kaupleja teha § 3 punktis 2 osutatud teabe tarbijale kättesaadavaks sobival viisil.“

III. Põhikohtuasja faktilised asjaolud ja eelotsuse küsimused

18. Kõlvatu konkurentsi vastase võitluse keskus on põhikohtuasjas hageja ja kassatsiooniasutuses vastustaja (edaspidi „hageja“). Kassatsioonkaebust menetleb Saksamaal Bundesgerichtshof (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus, edaspidi „eelotsusetaotluse esitanud kohus“).

19. Aastal 2014 levitas Walbusch Walter Busch, kes on põhikohtuasjas kostja ja eelotsusetaotluse esitanud kohtu menetluses kassaator, (edaspidi „kostja“) mitmete eri ajakirjade ja ajalehtede lisana kuueosalist volditud reklaamprospekti mõõtmetega 19 × 23,7 cm (edaspidi „prospekt“). Prospekti parempoolse külje allsõnas sisaldas eraldatavat posti teel saadetavat tellimiskupongi. Tellimiskupongi esija tagaküljel oli viidatud seadusest tulenevale taganemisõigusele. Tellimiskupongi esikülje kõrval asuvas veerus pealkirjaga „So bestellen Sie bei [...]“ („Tellimiseks [...]“) olid märgitud kostja telefoni- ja faksinumber, veebi- ja postiaadress, prospekti esi- ja tagakülje jaluses olid pealkirja „Bestellservice“ (tellimisteenindus) all märgitud kostja telefoninumber ja veebiaadress. Brauserisse veebiaadressi sisestamisel avanes kostja veebisaidi avaleht. Lepingust taganemise juhiste ja taganemisteate näidisvormiga oli võimalik tutvuda üldtingimuste juurde viiva lingi kaudu pealkirja „Rechtliches“ (õiguslikud küsimused) all.

20. Hageja on seadnud prospekti vaidluse alla põhjendusel, et see ei sisalda nõuetekohaseid juhiseid lepingust taganemise kohta ja taganemisteate näidisvorm ei ole sellele lisatud, vaid on kättesaadav hoopis veebisaidil. Pärast edutut ametliku märgukirja väljastamist pöördus hageja kohtusse hagi, nõudes rikkumise lõpetamist ja kohtueelse ametliku märgukirjaga seotud kulude hüvitamist summas 246,10 eurot, millele lisandub intress.

21. See Landgerichti (esimese astme kohus) esitatud hagi oli sisuliselt edukas. Apellatsiooniasutuses kohus siiski muutis seda kohtuotsust osaliselt ja märkis muu hulgas, et kostjat kohustatakse hoiduma äritegevuses andmast tarbijatele võimalust sõlmida kauglepinguid kaupade ostmiseks trükise abil, kui selles trükises endas ei ole antud konkreetset teavet taganemisõiguse kasutamise tingimuste, tähtaja ja korra kohta, sealhulgas selle isiku nime ja aadressi, kellele tuleb lepingust taganemisest teatada, ning kui trükisele ei ole lisatud taganemisteate näidisvormi.

22. Bundesgerichtshofile (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) esitatud kassatsioonkaebuses on kostja jäänud oma nõude juurde jätta hagi tervikuna rahuldamata. Hageja palub jätta kassatsioonkaebus rahuldamata.

23. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu sõnul oleneb kassatsioonkaebuse rahuldamine direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punkti h ja artikli 8 lõike 4 tõlgendamisest. Eelotsusetaotluse esitanud kohus on märkinud, et esimene küsimus tekib seoses sellega, millise kriteeriumi põhjal tuleb anda hinnang selle kohta, kas kaugsidevahend (käesoleval juhul tellimiskupongi sisaldav prospekt) esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esimese lause tähenduses. Kas vastus sellele küsimusele oleneb 1) sellest, kas kaugsidevahend seab teabe esitamise ruumile või ajale oma laadi tõttu (abstraktseid) piiranguid, või 2) sellest, kas kaugsidevahendi kujundus, mille kaupleja on valinud, seab teabe esitamise ruumile või ajale (konkreetsel juhul) piiranguid (esimene eelotsuse küsimus).

24. Samuti soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas kaupleja vabadus kujundada reklaammaterjali nii, nagu ta soovib, ja ettevõtlusvabadus, mida kaitseb harta artikkel 16, on põhikohtuasjas tekkinud õiguslike probleemide puhul asjakohased, võttes arvesse kõnealusele kaugsidevahendile omaseid tehnilisi piiranguid. Veel soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas tarbijate huvid oleksid paremini kaitstud, kui nad ei saa ülevaatlikku teavet lepingust taganemise õiguse ja taganemisteate näidisvormi kohta enne, kui kaugleping on sõlmitud.

25. Lisaküsimus tekib seoses sellega, kas direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 ja artikli 6 lõike 1 punktiga h on kooskõlas see, kui teave taganemisõiguse kohta piirdub märkega taganemisõiguse olemasolu kohta direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 ette nähtud juhul, kui sellise teabe esitamise võimalused on piiratud. Kas vastus sellele küsimusele oleneb vajadusest hoida ära reklaamivabaduse ebaproportsionaalset piiramist? Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib muu hulgas, et direktiivi 2011/83 põhjenduse 4 kohaselt on direktiivi eesmärk tagada tasakaal kõrgetasemelise tarbijakaitse ja ettevõtjate konkurentsivõime vahel.

26. Kui teabe andmise võimalused on piiratud ja teave taganemisõiguse kohta ei tohi piirduda selle õiguse olemasolust teatamisega, tekib lõpuks ka küsimus, kas direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 ja artikli 6 lõike 1 punkt h kohustavad kõikidel juhtudel, sealhulgas juhul, kui teabe esitamise võimalused on piiratud, lisama enne kauglepingu sõlmimist kaugsidevahendi abil ka direktiivi 2011/83 I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi (kolmas küsimus)?

27. Menetlus peatati ja Euroopa Kohtult taotleti eelotsust järgmistes küsimustes:

„1. Kas direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kohaldamisel oleneb vastus küsimusele, kas kaugsidevahend (käesoleval juhul reklaamprospekt koos posti teel saadetava tellimiskupongiga) esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, sellest,

a) kas kaugsidevahend seab teabe esitamise ruumile või ajale oma laadi tõttu (abstraktselt) piiranguid,

või

b) kas kaugsidevahendi kujundus, mille kaupleja on valinud, seab teabe esitamise ruumile või ajale (konkreetsel juhul) piiranguid?

2. Kas direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 ja artikli 6 lõike 1 punktiga h on kooskõlas see, kui teabe esitamisel taganemisõiguse kohta piirdatakse olukorras, kus esineb piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tähenduses, teabe esitamisega taganemisõiguse olemasolu kohta?

3. Kas vastavalt direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 4 ja artikli 6 lõike 1 punktile h on kõikidel juhtudel, sealhulgas olukorras, kus esineb piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, alati tingimata nõutav lisada kaugsidevahendi abil direktiivi 2011/83 I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvorm enne kauglepingu sõlmimist?“

28. Euroopa Kohtule esitasid oma kirjalikud seisukohad hageja, Saksamaa, Soome ja Poola valitsused ning komisjon. Kohtuistungil, mis peeti 7. juunil 2018, esitasid nii hageja, Saksamaa ja komisjon kui ka kostja suulised seisukohad.

IV. Kirjalike seisukohtade kokkuvõte

29. *Esimese küsimuse* kohta märgib Poola, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 grammatiline tõlgendamine probleemi ei lahenda, ja osutab, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt tuleb liidu õigusnormi tõlgendamisel arvesse võtta mitte ainult selle sõnastust, vaid ka konteksti ja selle õigusaktiga taotletavaid eesmärgi, mille osa säte on.⁶

⁶ Poola viitab 17. märtsi 2016. aasta kohtuotsusele Liffers (C-99/15, EU:C:2016:173, punkt 14 ja seal viidatud kohtupraktika).

30. Hageja, Soome, Poola ja komisjon väidavad seoses *esimese küsimusega*, et määrav on kaugsidevahendi abstraktne laad, kui muu hulgas silmas pidada, et direktiivi 2011/83 eesmärk on tagada kõrgetasemeline tarbijakaitse. Teisisõnu toetavad nad eelotsusetaotluse esitanud kohtu pakutud esimest võimalust.

31. Kõik neli väidavad, et see tõlgendus on samuti kooskõlas direktiivi 2011/83 põhjendusega 36, kus on märgitud, et kauglepingute suhtes „tuleks kohandada teavitamisnõudeid nii, *et arvesse võetaks teatavate kommunikatsioonivahendite tehnilisi piiranguid*“.⁷ Hageja märgib, et põhjendus 36 viitab näiteks piiratud esitlusvõimalustele mobiiltelefonide ekraanidel. Nii soovis liidu seadusandja rõhutada teatavatele kommunikatsioonivahenditele omaseid tehnilisi piiranguid.

32. Hageja ja komisjon on asunud seisukohale, et võimalik kostja põhiõiguste rikkumine on proportsionaalne ning igal juhul on need tarbijakaitse kontekstis tagatud harta artikliga 38.

33. Soome ja komisjon väidavad, et kui artikli 8 lõikes 4 sisalduvas viites „kaugsidevahendile“ on mõeldud vahendit, mille kaupleja on konkreetsel juhul valinud, saab kaupleja kaugsidevahendi valiku kaudu direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 sätestatud kohustustest mööda minna. Valitseks oht, et direktiivi 2011/83 artikli 6 lõige 1 ei võimalda õiguskindlust ja jääb kasuliku mõjuta.

34. Komisjon lisab, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 kehtestatud norm käsitleb olukordi, kus teabekanalil on tehnilisi piiranguid, mis välistavad pikema teksti lisamise, nagu mobiiltelefoni ekraanil kuvatavate tärkide arvu piirang või telereklaami ajapiirang. Sellisel juhul lubab direktiiv 2011/83 võimaldada tarbijal tutvuda ühe osaga sellest teabest hüperlingi kaudu või viidates tasuta telefoninumbrile, millelt seda teavet saab. Kui sellised piirangud tehnoloogia arengu tulemusel kaovad, ei ole direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 enam kohaldatav.

35. Komisjon väitel on kaupleja vabaduse piiramine, mis sisuliselt tähendab kohustust valida alati niisugune reklaamikanal, millest piisab, et anda kogu teave lepingust taganemise kohta ja muu kohustuslik teave, põhjendatud tarbijakaitse huvidega ega ole ebaproportsionaalne. Sama kehtib harta artikli 16 kontekstis. Samuti on direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikega 1 kehtestatud kohustused kohaldatavad üksnes kauglepingutele direktiivi 2011/83 artikli 2 punkti 7 tähenduses.

36. Samuti tugineb komisjon Euroopa Kohtu otsusele Canal Digital Denmark,⁸ väites, et tema argumente toetavad teatavad selle kohtuotsuse punktid, milles on tõlgendatud direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 sarnast sätet, mida sisaldab direktiiv 2005/29/EÜ⁹, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul.¹⁰

37. Hageja lisab, et tema pakutud vastus esimesele küsimusele ei olene direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punktist a. See punkt kohustab kauplejaid andma tarbijale kinnituse sõlmitud lepingu kohta püsival andmekandjal mõistliku aja jooksul pärast kauglepingu sõlmimist ning hiljemalt kauba kohaletoometamise ajal või enne, kui teenuse osutamine algab, ja direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 nimetatud teabe, kui seda ei ole juba edastatud püsival andmekandjal. Kui tõlgendada artikli 8 lõike 7 punkti a teisiti, oleks artikli 8 lõige 4 liigne.

38. Lõpuks on hageja, Soome ja komisjon väitnud, et artikli 8 lõige 4 on erand, mida tuleb tõlgendada kitsalt.

7 Kohtujuristi kursiiv.

8 26. oktoobri 2016. aasta kohtuotsus (C-611/14, EU:C:2016:800).

9 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 11. mai 2005. aasta direktiiv, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid siseturul ning millega muudetakse nõukogu direktiivi 84/450/EMÜ, Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiive 97/7/EÜ, 98/27/EÜ ja 2002/65/EÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust (EÜ) nr 2006/2004 (edaspidi „ebaausate kaubandustavade direktiiv“)

(ELT 2005, L 149, lk 22).

10 Vt samuti käesoleva ettepaneku punktid 65 ja 66.

39. *Teise küsimuse* osas ei pea hageja, Soome, Poola ja komisjon piisavaks teabe andmist pelgalt taganemisõiguse olemasolu kohta, ilma et oleks vaja anda lisateavet selle õiguse teostamise vahendite kohta, nagu on ette nähtud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktis h.

40. Hageja sõnul nähtub direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esimesest lausest selgelt, et kõikidel juhtudel tuleb anda vähemalt teatavat minimaalset teavet. Selles sättes on viidatud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktile h, mille kohaselt on see minimaalne teave „selle õiguse kasutamise tingimused, tähtaeg ja kord“. Seega nägi liidu seadusandja direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 ette selge ja konkreetse korra tehnilistest piirangutest olenemata nõutava teabe andmiseks (vt direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 ja sõnad „konkreetne kaugsidevahend“). Samal seisukohal on Soome ja Poola.

41. Samuti märgib hageja, et ettevõtlusvabaduse mainimist eelotsusetaotluses tuleb käsitleda samamoodi nagu põhiõigusi ja esimest eelotsuse küsimust; tarbijakaitse huvid peavad olema olulisimad.

42. Soome lisab seoses *teise küsimusega*, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punkt a, kus on ette nähtud, et kauplejad annavad hiljem „püsival andmekandjal“ teatavat teavet, ei toeta arusaama, et enne lepingu sõlmimist võib piirduda teabega taganemisõiguse olemasolu kohta. Samuti väidab Soome, et tarbijale kauglepingu kohta antav teave on otsustava tähtsusega, kuna just selle põhjal otsustab tarbija, kas end selle lepinguga siduda või mitte.

43. Seoses *kolmanda küsimusega* argumenteerivad hageja ja komisjon, et direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punkti h tõttu ei tule taganemisteate näidisvormi tarbijale edastada isegi siis, kui artikli 8 lõige 4 on kohaldatav. Soome aga, keda mõnevõrra toetab Poola, väidab, et taganemisteate vorm ise ei ole osa „teabest“ taganemisõiguse kohta, millele on viidatud direktiivis 2011/83, mistõttu seda ei tule edastada enne, kui klient on end kauglepinguga sidunud.

44. Saksamaa soovib eelotsuse küsimustele lahendust, mis erineb hageja, Soome, Poola ja komisjoni pakutust. *Esimese küsimuse* kohta väidab Saksamaa muu hulgas, et küsimuses, kas kaugleping kuulub direktiivi artikli 2011/83 artikli 8 lõike 4 kohaldamisalasse, on määrav kaupleja valitud konkreetne teabe edastamise viis, mistõttu põhikohtuasjas vaidluse all oleva prospekti suhtes on kohaldatav direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 ja artikli 6 lõike 1 punktis h sätestatud vähendatud teavitamiskohustus.

45. Muu hulgas väidab Saksamaa, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 sõnastus ega põhjendused ei toeta selle sätte piirdumist teatavate kaugsidevahenditega. Põhjenduses 36 viidatud sidevahendid on pelgalt näited.

46. Saksamaa väidab, et direktiivi 2011/83 eesmärk ei kohusta kauplejaid alati andma ülevaatlisku teavet taganemisõiguse kohta enne lepingu sõlmimist. Direktiivi 2011/83 eesmärk on kõrgetasemeline tarbijakaitse ning kindla õigusliku raamistiku loomine nii tarbijate kui ka kauplejate jaoks. Sama eesmärk on direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punktis a. Praktikas ei saa välistada, et paljud tarbijad ei hoiu reklaamprospekte pärast tellimuse esitamist alles. Sellepärast on oluline anda teave lepingust taganemise õiguse kohta hiljemalt kauba kohaletoometamise või teenuse osutamise hetkel tagamaks, et tarbijad on sellest õigusest teadlikud. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punkt a tagab, et tarbijate õigusi täielikult austatakse.

47. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 sätestatud vähendatud teavitamisnõuetest kaugemale ulatuvate kohustuste kehtestamine piirab kauplejate ettevõtlusvabadust, mis on ette nähtud harta artiklis 16, andmata tarbijatele ühtegi eelist. Harta artikli 52 lõike 1 kohaselt ei saa ebaproportsionaalselt piirata kaupleja vabadust valida reklaamivahend. Kui kaupleja valitud sidevahend direktiivi 2011/83 artikli 8

lõike 4 kohaldamist ei mõjuta, tekib oht, et kauplejad ei saa teatavaid reklaami vorme kasutada, sest reklaami liik jääb kohustusliku teabe kogumi tõttu tagaplaanile. Samuti rõhutab Saksamaa direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 teist lauset: „Muu artikli 6 lõikes 1 osutatud teabe esitab kaupleja asjakohasel viisil vastavalt käesoleva artikli lõikele 1.“

48. *Teise küsimuse* suhtes on Saksamaa asunud seisukohale, et kui kasutatakse kaugsidevahendit, „mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tähenduses, on kauplejad kohustatud vaid teavitama tarbijaid taganemisõiguse olemasolust, ja et see ei riiva kõrgetasemelist tarbijakaitset. Koormavamad kohustused seoses teabega, mida tuleb tarbijatele taganemisõiguse kohta anda, kujutaksid endast ebaproportsionaalset reklaamiõiguse piirangut.

49. Võttes arvesse tarbijatele taganemisõiguse kohta antava teabe ulatuslikkust, eespool kirjeldatud direktiivi 2011/83 eesmärki ning tarbijate ja kauplejate huvi, asub Saksamaa seisukohale, et piiratud esitusvõimaluste korral on asjakohane teabe hulka korrigeerida.

50. Saksamaa viitab direktiivi 2011/83 põhjendusele 4, kus on muu hulgas märgitud, et tuleb saavutada tasakaal kõrgetasemelise tarbijakaitse ja ettevõtjate konkurentsivõime vahel. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 sätestatud erandis on võetud arvesse sidevahenditest tingitud ruumi- ja ajapiiranguid ning samuti reageeritud kauplejate reklaamivabaduse ebaproportsionaalsetele piirangutele. Ka siin märgib Saksamaa, et igal juhul on direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punkt a tarbijatele äärmiselt oluline.

51. Lõpuks väidab Saksamaa seoses *kolmanda küsimusega*, et kui teabe esitamise ruum ja aeg on piiratud, võib taganemisõigusest teatamine piirduda teatega selle õiguse olemasolu kohta ning alati ei ole vaja lisada kaugsidevahendi kaudu taganemisteate näidisvormi, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 I lisa B osas.

V. Hinnang

A. Ülevaade

52. Käesoleva juhtumi tuum seisneb esimeses eelotsuse küsimuses ja selles, kas kohaldada objektiivseid või subjektiivseid kriteeriume, kui liikmesriigi kohus tuvastab, kas „leping [on sõlmitud] kaugsidevahendi abil, mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tähenduses.

53. Olen jõudnud järeldusele, et liidu õiguses peab direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 suhtes paika esimene võimalus, mille eelotsusetaotluse esitanud kohus välja pakkus. See tähendab, et see, kas vaidlusalune väikest kupongi sisaldav prospekt on „kaugsidevahend[...], mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“, oleneb sellest, kas see kaugsidevahend seab teabe esitamise ruumile või ajale oma laadi tõttu (abstraktseid) piiranguid. Nagu nähtub järgnevast analüüsist, kajastab see objektiivne käsitusviis direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tähendust, mitte subjektiivset analüüsi, mis kaasneb kaalumisega, kas vaidlusaluse sidevahendi kujundus, mille kaupleja on valinud, seab konkreetsel juhul ajalisi või ruumilisi piiranguid; see on esimeses küsimuses viidatud teine võimalus.

54. Eelotsusetaotluse esitanud kohus on palunud teisele küsimusele, mis käsitleb taganemisõiguse sisu ja I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi, vastata ainult juhul, kui paika peab esimeses küsimuses välja pakutud teine võimalus. Vastan teisele ja kolmandale küsimusele üksnes juhuks, kui Euroopa Kohus ei nõustu minu vastusega esimesele küsimusele.

55. Enne seda aga sõnastan mõned sissejuhatavad märkused.

B. Sissejuhatavad märkused

56. Oluline on kõigepealt toonitada, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 ette nähtud reservatsioon sama direktiivi artikli 6 lõikega 1 kehtestatud teavitamisnõuete suhtes puudutab üksnes *vahendeid*, mille kaudu kauplejad annavad tarbijatele direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 üksikasjalikult ette nähtud teabe, enne kui need tarbijad saavad olla kauglepingu või väljaspool ärruume sõlmitud lepinguga seotud, mitte aga antava teabe *sisu*. Nagu on märgitud direktiivi 2011/83 põhjenduses 35, peaks kaupleja poolt tarbijale esitatav teave olema kohustuslik. Teabe, millele ei ole direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 viidatud kui nimetatud sättega loodud erandi kohaldamisalasse kuuluvale, peab kaupleja tarbijale esitama lihtsalt „asjakohasel viisil“ vastavalt direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 1, nagu on ette nähtud sama artikli lõike 4 viimases lauses. Arvestades direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 1 sisalduvat viidet sama direktiivi artikli 6 lõikele 1, tuleb seda teha enne tarbija sidumist kauglepingu või väljaspool ärruume sõlmitava lepinguga.

57. Liidu seadusandja otsus kehtestada erand vahendi ja mitte sisu suhtes on kooskõlas harta artiklis 38 antud tagatisega, mis puudutab kõrgetasemelist tarbijakaitset igas liidu poliitika valdkonnas, ning seda toetavad ELTL artikkel 12, artikli 114 lõige 3 ja artikkel 169. Samuti, arvestades tarbijatega sõlmitavate kauglepingute kasvavat osatähtsust, mida võimaldab digitaaltehnoloogiatega kasutuselevõtt, seisab direktiivi 2011/83 kasuliku mõju tagamisel ees järjest keerukamaid katsumusi.

58. Samuti põhinevad kostja väited olulises osas ettevõtlusvabadusel, mis on ette nähtud harta artikliga 16.¹¹ Vahel kattub see reklaami kontekstis sõna- ja teabevabadusega, mida kaitseb harta artikkel 11¹² ning mida Euroopa Kohtul on olnud võimalus kaaluda seoses pakendamise ja märgistamisega.¹³ Samamoodi puutub see õigus asjasse, kui seadusega kehtestatakse piiranguid reklaami ja turundamise suhtes ning vahendite ja tingimuste suhtes, mille kohaselt tarbijad saavad esitada tellimusi kaupadele ja teenustele, nagu käesoleval juhul põhikohtuasjas.

59. Siiski on oluline toonitada, et kui harta artiklile 16 tuginetakse kontekstis, kus tarbijakaitse on oluline, tuleb arvesse võtta ka harta artiklit 38,¹⁴ olenemata sellest, kas artikkel 38 on põhimõte – ja piirdub seega harta artikli 52 lõike 5 kohaselt liidu õigusaktide tõlgendamise rolliga – või subjektiivseid õigusi andev säte.¹⁵ Harta artiklil 38 on samasugune roll harta artikli 11 suhtes seoses sõna- ja teabevabadusega reklaami kontekstis.¹⁶

11 Selle õigusega seoses vt 14. märtsi 2017. aasta kohtuotsus G4S Secure Solutions (C-157/15, EU:C:2017:203), 26. oktoobri 2017. aasta kohtuotsus BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820), 20. detsembri 2017. aasta kohtuotsus Global Starnet (C-322/16, EU:C:2017:985), 20. detsembri 2017. aasta kohtuotsus Polkomot (C-277/16, EU:C:2017:989), 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498), 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Pillbox 38 (C-477/14, EU:C:2016:324), 21. detsembri 2016. aasta kohtuotsus AGET Iraklis (C-201/15, EU:C:2016:972), 17. detsembri 2015. aasta kohtuotsus Neptun Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823), 31. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43), 22. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus Sky Österreich (C-283/11, EU:C:2013:28) ja 12. juuli 2012. aasta kohtuotsus Association Kokopelli (C-59/11, EU:C:2012:447).

12 Vt nt järgmises joonealuses märkuses viidatud kohtuotsus Neptun Distribution.

13 4. mai 2016. aasta kohtuotsuse Philip Morris Brands punktis 147 (C-547/14, EU:C:2016:325) märkis Euroopa Kohus: „Harta artikkel 11 puudutab sõna- ja teabevabadust. See vabadus on kaitstud ka vastavalt Roomas 4. novembril 1950 allkirjastatud Euroopa inimõiguste ja põhivabaduste kaitse konventsiooni artiklile 10, mida Euroopa Inimõiguste Kohtu praktika kohaselt kohaldatakse eelkõige ettevõtjate poolt kaubandusliku teabe ja muu hulgas reklaami edastamisele. Ent kuna harta artiklis 11 ette nähtud sõna- ja teabevabadusel on harta artikli 52 lõikest 3 ja harta artikli 11 kohta antud põhiõiguste harta selgitustest nähtuvalt sama tähendus ja ulatus mis EIOks tagatud vabadusel, siis tuleb tõdeda, et see vabadus hõlmab ettevõtja poolt tubakatoodete pakendil ja märgistusel selliste väidete kasutamist, millele on viidatud direktiivi 2014/40 artikli 13 lõikes 1 (17. detsembri 2015. aasta kohtuotsus Neptun Distribution, C-157/14, EU:C:2015:823, punktid 64 ja 65).“ Vt samuti kohtujurist Jääskineni ettepanek kohtuasjas Google Spain ja Google (C-131/12, EU:C:2013:424, punktid 120–125).

14 Vt 31. jaanuari 2013. aasta kohtuotsus McDonagh (C-12/11, EU:C:2013:43, punkt 63). On huvitav, et kohtuotsuse McDonagh punktis 62 märkis Euroopa Kohus, et „kui paljud liidu õiguskorras kaitstud õigused omavahel põrkuvad, tuleb selline hinnang anda, järgides vajalikku kooskõla nõuete vahel, mis puudutavad nende erinevate õiguste kaitset ning nende vahelist õiglast tasakaalu (vt selle kohta 29. jaanuari 2008. aasta otsus kohtuasjas Promusicae, C-275/06, EU:C:2008:54, punktid 65 ja 66, ning 6. septembri 2012. aasta kohtuotsus Deutsches Weintor, C-544/10, EU:C:2012:526, punkt 47)“.

15 Vt minu ettepanek kohtuasjas OPT Bank ja OPT Faktoring (C-51/17, EU:C:2018:303, punkt 64). Tarbijakaitseõiguse mõjus annab tunnistust see, et selle tõlgendamisel saab olla määrav, et seda ei ole liidu õigusaktis eesmärgina nimetatud. Vt nt 21. mai 2015. aasta kohtuotsus El Majdoub (C-322/14, EU:C:2015:334, punktid 36–38).

16 17. detsembri 2015. aasta kohtuotsus Neptun Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823).

C. Vastused esimesele ja teisele küsimusele

1. Esimese küsimuse analüüs

60. Nagu Poola on oma kirjalikes seisukohtades osutanud, ei nähtu direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 sõnastusest, kas põhikohtuasjas vaidluse all olev reklaamprospekt kujutab endast „kaugsidevahendi[t], mis esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ sellesama artikli tähenduses. Samuti ei ole suuremat abi direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kujunemist käsitlevatest dokumentidest, nagu seda on ettevalmistavad materjalid,¹⁷ kuid panen tähele, et komisjoni juhendis direktiivi 2011/83 kohta on leheküljel 33 märgitud, et „artikli 8 lõiget 4 tuleks kohaldada eelkõige niisuguste lepingute suhtes, mille sõlmimisel on kasutatud selliseid tehnoloogiaid nagu SMS, mis seavad saadetava teabe hulgale tehnilisi piiranguid“.¹⁸

61. Direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 ja artikli 8 lõike 4 kontekst ja eesmärk on siiski kõnekamad.

62. Selles osas, mis puudutab eesmärki, nagu on märkinud Soome ja komisjon oma kirjalikes seisukohtades, kui kaupleja valitud kujunduse suhtes kasutatakse „konkreetses juhu“ kriteeriumi, see tähendab esimeses eelotsuse küsimuses nimetatud teist võimalust, jääks küsimus, millistel asjaoludel direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 sätestatud erandit kohaldada, kauplejate otsustada ning olenema sellest, millise reklaamivahendi ja kauglepingute pakkumise vahendi *nemad* valivad. See ei oleks kooskõlas direktiivi 2011/83 põhjenduses 2 sõnastatud eesmärgiga „kehtestada tüüpeeskirjad kauglepingute ja väljaspool äriruume sõlmitavate lepingute ühiste aspektide suhtes“ ning luua „üht[ne], selgelt määratletud õiguslikel printsiipidel rajane[v] regulatiivraamisti[k]“, nagu on märgitud põhjenduses 7. Samuti väheneks selle tagajärjel direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kasulik mõju ja see oleks vastuolus reegluga, et erandeid Euroopa Liidu tarbijakaitset puudutavatest õigusnormidest tuleb tõlgendada kitsalt.¹⁹

63. Samuti olen nõus, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 eesmärk, nagu see kajastub põhjenduses 36, on anda tarbijatele kogu direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikega 1 nõutav teave, isegi kui uued tehnoloogiad, mida kauplejad kasutavad kauglepingute reklaamimiseks ja pakkumiseks, muudavad selle edastamise keeruliseks. Põhjenduses 36 on mainitud vajadust kohandada teavitamisnõudeid nii, „et arvesse võetaks teatavate kommunikatsioonivahendite tehnilisi piiranguid, näiteks teatavate mobiiltelefonide ekraanidel kuvatavate tähemärkide piiratud arv“ (kohtujuristi kursiiv). Direktiivi 2011/83 suunatus (objektiivsetele) kasutatavatele sidevahenditele kajastub ka põhjenduses 20, mis kinnitab, et kauglepingu määratlus hõlmab selliste kaugsidevahendite nagu „tellimuskiri, Internet, telefon või faks“ ainukasutamist.

64. Selles osas, mis puudutab konteksti, olen ühes varasemas ettepanekus maininud, hõlmab liidu meetmete tõlgendamine mitut eri lähtepunkti. See hõlmab võrdlust kõnealusele aktile eelnenud aktiga, mis on selle aktiga kehtetuks tunnistatud. See hõlmab liidu õigusakte, mis on kõnealuse õigusaktiga mingil sisulisel viisil seotud. Ja samuti puudutab see asjaomase sätte konteksti seoses seda sisaldava liidu õigusakti teiste sätetega ja üldise ülesehitusega.²⁰

17 Vt seoses kauglepingutega 5. juuli 2012. aasta kohtuotsus Content Services Limited (C-49/11, EU:C:2012:419, punkt 32). Põhikohtuasjas asjasse puutuvate ettevalmistavate materjalidega seoses märgin siiski, et asjakohastes ettevalmistavates materjalides viidatakse „tehnoloogia arengule“. Vt nt komisjoni roheline raamat ühenduse tarbijaõigustiku läbivaatamise kohta (ELT 2007, C 61, lk 1 ja 3). Vt samuti Euroopa Liidu Nõukogu, komisjoni talituste töödokument, mis on lisatud ettepanekule võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv tarbijaõiguste kohta – lisad – 8. oktoober 2008, SEC(2008) 2547, lk 4.

18 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

19 15. aprilli 2010. aasta kohtuotsus E. Friz (C-215/08, EU:C:2010:186, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika).

20 Kohtuotsus Pinckernelle (C-535/15, EU:C:2016:996, punkt 40 ja seal viidatud kohtupraktika).

65. Selles suhtes võib olla asjakohane komisjoni tuginemine Euroopa Kohtu otsusele *Canal Digital Danmark*^{21, 22}. Nimetatud kohtuasjas küsiti Euroopa Kohtult muu hulgas, kas ebaausate kaubandustavade direktiivi artikli 7 lõikeid 1 ja 3 tuleb tõlgendada nii, et hindamaks, kas kaubandustava tuleb pidada eksitavaks tegevusetuseks, tuleb arvesse võtta kõnealuse tava konteksti, nimelt ajalisi või ruumilisi piiranguid, mida seab kasutatav kommunikatsioonivahend. Ebaausate kaubandustavade direktiivi artikli 7 lõikes 1 on sätestatud, et hinnangu andmisel selle kohta, kas kaubandustava on eksitav, tuleb arvesse võtta selle faktilist konteksti ning „kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid ning kommunikatsioonivahendiga seotud piiranguid“.

66. Kuigi ma ei saa nõustuda, et kohtuotsuse *Canal Digital Danmark* iga punkt, millele komisjon tugineb, toetab esimesele küsimusele vastamisel objektiivse lähenemisviisi eeliseid subjektiivse ees,²³ viitas Euroopa Kohus oma otsuse *Canal Digital Danmark* punktis 42, analüüsides küsimust, mida tähendab „kasutatavast kommunikatsioonivahendist [tulenevad ruumilised ja ajalised piirangud]“, ajaliste piirangutele, „millele võivad olla allutatud teatud kommunikatsioonivahendid nagu televisiooni reklaamiklipid“.²⁴ Sellepärast täheldan, et nimetatud konkreetsel juhul osutusid ebaausate kaubandustavade direktiivi artikli 7 lõike 1 tõlgendamise suhtes oluliseks mitte kaupleja subjektiivne valik, vaid teatavate sidevahendite objektiivsed omadused.

67. Pealegi ei olnud direktiivis 97/7, mis oli üks direktiivile 2011/83 eelnenud direktiividest, ühtegi sätet, mis viidanuks selle direktiivi nõuete leevendamisele seoses tavapäraste kaugside vormidega, mida kauplejate ja tarbijate vahel kasutatakse, nagu kataloogid ja ajakirjad, mis sisaldavad selliseid prospekte, nagu on põhikohtuasjas vaidluse all. Sellise meetme sätestamine järgnenud direktiivis, käesoleval juhul direktiivis 2011/83, ei oleks kooskõlas kõrgetasemelise tarbijakaitsega ja peaks olema väljendatud selges sõnastuses.

68. Sellepärast nõustun komisjoni poolt kohtuistungil väljendatud seisukohaga, et Euroopa Kohtu otsus *Verband Sozialer Wettbewerb*²⁵ käsitles niisugust paberil avaldatud reklaami, mis ei sarnanenud olukorraga käesolevas põhikohtuasjas, ja seega ei ole sellest nende konkreetsete faktiliste asjaolude põhjal abi esimesele küsimusele vastamisel. Kostja tugineb sellele kohtuotsusele ekslikult.

69. Kohtuasjas *Verband Sozialer Wettbewerb* küsiti Euroopa Kohtult, kas ebaausate kaubandustavade direktiivi artikli 7 lõike 4 punkti b tuleb tõlgendada nii, et teave ettevõtja geograafilise aadressi ja isiku kohta tuleb esitada konkreetsete toodete reklaamis, mis avaldatakse trükimeedias, kui tarbijad ostavad neid tooteid selle ettevõtja reklaamis märgitud veebisaidi kaudu, kes neid tooteid reklaamib, ja see teave on sellel veebisaidi või selle veebisaidi kaudu kergesti leitav.

70. Euroopa Kohus märkis, et „ettevõtja geograafilise aadressi ja isiku kohta käiva sellise teabe ulatust, mida ettevõtja peab ostukutse raames edastama, tuleb hinnata vastavalt selle kutse kontekstile, toote olemusele ja omadustele ning kasutatud kommunikatsioonivahendile“.²⁶

71. Seejärel lisas Euroopa Kohus, et kui „interneti ostuportaali reklaamitakse trükimeedias või eelkõige, kui seal esitatakse suurt hulka ostuvõimalusi erinevatelt ettevõtjatelt, võivad esineda ruumilised piirangud direktiivi 2005/29 artikli 7 lõike 3 tähenduses“.²⁷

21 26. oktoobri 2016. aasta kohtuotsus (C-611/14, EU:C:2016:800).

22 Nagu märkis kohtujurist Mengozzi oma ettepanekus kohtuasjas *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:126, punkt 36), võib tõlgendamisel „abi olla“ sama mõiste määratlustest teistes direktiivides peale vaidlusaluse

23 Kohtuistungil viitas komisjon punktidele 58, 63 ja 80. Oma kirjalikes seisukohtades on komisjon viidanud punktidele 62 ja 63.

24 Kohtujuristi kursiiv.

25 30. märtsi 2017. aasta kohtuotsus (C-146/16, EU:C:2017:243).

26 Sealsamas, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika.

27 Sealsamas, punkt 29.

72. Siiski ei viita kohtutoimikus miski sellele, et põhikohtuasjas vaidluse all olev prospekt viitas pakkumistele rohkem kui ühelt kauplejalt või sisaldas viiteid mitmesugustele eri platvormidel olevatele veebisaitidele.

73. Lõpuks, nagu väidab ka hageja, on reklaamivahendid tavapärastes side vormides, nagu põhikohtuasjas, sageli suunatud sellistele ühiskonnarühmadele nagu vanemad inimesed, kes ei ole harjunud käima internetis, et hankida sealt lisaandmeid pakutava lepingu kohta.

74. Direktiivi 2011/83 põhjendusest 34 nähtub, et niisuguste ühiskonnarühmade kaitse on üks direktiivi eesmärke. Selle teise lause kohaselt „peaks kaupleja võtma arvesse nende tarbijate erivajadusi, kes on eriti kaitsetud oma vaimse või füüsilise puude, psühholoogilise seisundi, vanuse või kergeusklikkuse tõttu, mille ettenägemist kauplejalt võib mõistlikult eeldada“. Ka see kontekst osutab, et selle kindlaksmääramisel, kas „kaugsidevahen[d] [...] esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale“ direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 tähenduses, ei peeta oluliseks, millise kujunduse või sidevahendi kaupleja on valinud, kuna see sunniks kõiki ühiskonnarühmasid hankima internetist sellist teavet, mida kauplejad on kohustatud direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 kohaselt andma.

2. Teise küsimuse analüüs

75. Oma teises küsimuses soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas siis, kui direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 on kohaldatav, piisab sellest, kui kaupleja teavitab tarbijat enne kauglepingu sõlmimist taganemisõiguse olemasolust, ent mitte muust.

76. Nagu eespool märgitud, vastan teisele küsimusele üksnes juhuks, kui Euroopa Kohus ei nõustu minu järeldustega esimese küsimuste kohta ning direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 ja artikli 8 lõikes 4 ette nähtud reservatsioonid on kohaldatavad põhikohtuasjas vaidluse all oleva prospekti suhtes.

77. Teise küsimuse osas olen nõus hageja, Soome, Poola ja komisjoni seisukohaga. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 sõnastus nõuab enamasti kui taganemisõiguse olemasolust teatamist. Seal on sätestatud, et kaupleja „esitab“ loetletud teabe ja et selle teabe hulgas on „lepingu lõpetamise tingimused“, ²⁸ nagu on viidatud muu hulgas direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punktis h.

78. Nagu Soome on oma kirjalikes seisukohtades osutanud, on direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikega 4 ja artikli 8 lõikega 1 ette nähtud teave, mis tuleb anda tarbijale enne lepingu sõlmimist, Euroopa Kohtu praktika kohaselt põhjapaneva tähtsusega. ²⁹ Euroopa Kohus on seoses ühe direktiivile 2011/83 eelnenud direktiiviga, nimelt direktiiviga 97/7, juba sedastanud, et „kui müüja veebilehel asuv teave on tarbijale kättesaadavaks tehtud üksnes tarbijale edastatud lingi kaudu, ei ole see teave direktiivi 97/7 artikli 5 lõike 1 tähenduses tarbijale „edastatud“ ning tarbija ei ole seda „saanud“.“ ³⁰ See on kooskõlas käesolevas ettepanekus pakutava vastusega teisele küsimusele.

79. Nagu Soome ja hageja, ³¹ ei nõustu ka mina argumentidega, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 7 ning kauplejate kohustus anda tarbijatele direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 ette nähtud teave koos „kinnituse[ga] sõlmitud lepingu kohta püsival andmekandjal mõistliku aja jooksul pärast kauglepingu sõlmimist ning hiljemalt samal ajal kauba kohaletoimetamisega või enne, kui teenuse osutamine algab“ on oluline seoses direktiivis 2011/83 kauplejatele pandud kohustusega anda andmed kauglepingust taganemise õiguse kohta enne, kui see tarbijale siduvaks muutub.

28 Kohtujuristi kursiiv.

29 Soome viitab Euroopa Kohtu 20. septembri 2017. aasta otsusele Andricuic jt (C-186/16, EU:C:2017:703, punkt 48 ja seal viidatud kohtupraktika). Taganemisõiguse tähtsuse kohta vt kohtujurist Mengozzi ettepanek kohtuasjas Content Services (C-49/11, EU:C:2012:126, punkt 28).

30 5. juuli 2012. aasta kohtuotsus Content Services (C-49/11, EU:C:2012:419, punkt 37).

31 Mõõnan, et hageja käsitles direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 7 punktiga a seotud argumente esimese küsimuse kontekstis.

80. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 7 on pandud rõhk „kinnitusele“, mis on antud enne lepingu sõlmimist, ja „püsivale andmekandjale“, kuna direktiiv 2011/83 artikli 8 lõike 7 punkti a kohaselt võimaldab anda enne lepingu sõlmimist olulist teavet niisuguse vahendi kaudu, mis ei kujuta endast püsivat andmekandjat. See on selge samas sättes kasutatud sõnastusest „kui [...] ei ole“. Asjasse puutub ka põhjendus 23, kus on märgitud, et püsival andmekandjal teabe andmise eesmärk on teabe säilitamine. Samuti, nagu hageja väidab, oleks direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 liigne juhul, kui nõustuda Saksamaa tõlgendusega.

81. Toonitan siiski, et kui Euroopa Kohus nõustub minu soovitud, mis puudutavad vastust esimesele küsimusele, on kostja igal juhul kohustatud avaldama prospektis taganemisteate näidisvormi, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 artikli 11 lõikes 1 ja I lisa B osas, sest põhikohtuasi jääb tõenäoliselt väljapoole direktiiviga 2011/83 teavitamiskohustuste suhtes tehtud muudatust.

3. Põhiõiguste olulisus seoses esimese ja teise küsimusega

82. Esimesele ja teisele küsimusele vastamiseks välja pakutud lähenemisviis riivab kostja põhiõigusi, sest selle kohaselt oleks kostja kohustatud valima kujunduse, mille puhul on direktiiviga 2011/83 kehtestatud teavitamiskohustusi võimalik täita, ja need peavad olema täidetud nii, et kogu teave antakse tarbijale „selgel ja arusaadaval viisil“, nagu on ette nähtud sama direktiivi artikli 6 lõikes 1 ja põhjenduses 34. See hõlmab taganemisõigusega seotud üksikasju, mitte ainult selle olemasolu. Kui minu ettepanekuga esimesele küsimusele vastamiseks nõustutakse, hõlmab see ka kohustust avaldada põhikohtuasjas vaidluse all olevas reklaamprospektis taganemisteate näidisvorm, mis on ette nähtud direktiivi 2011/83 I lisa B osas.

83. Kõik see piirab kostja vabadust kasutada saadaval olevaid majanduslikke, tehnilisi ja rahalisi ressursse, mida kaitseb harta artikkel 16.³² Samuti rikub see reklaami kontekstis sõna- ja teabevabadust, mis on ette nähtud harta artikliga 11, sest kauplaja on kohustatud edasi andma konkreetse teabe.

84. Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt aga ei ole harta artiklis 16 ette nähtud ettevõtlusvabadus absoluutne. Selle suhtes võib olla lubatud väga mitmesuguseid avaliku võimu sekkumisi, millega võidakse üldistes huvides seada piiranguid majandustegevusele.³³ Samuti tuleb harta artiklit 16 arvestada vastavalt selle ülesandele ühiskonnas.³⁴

85. Pealegi ei ole harta artiklitega 11 ja 16 kaitstud põhiõigused absoluutsed. Harta artikli 52 lõike 1 kohaselt võib mõlema sätte suhtes kehtestada põhjendatud piiranguid.³⁵ Seal on sätestatud, et „hartaga tunnustatud õiguste ja vabaduste teostamist tohib piirata ainult seadusega ning arvestades nimetatud õiguste ja vabaduste olemust. Proportsionaalsuse põhimõtte kohaselt võib piiranguid seada üksnes juhul, kui need on vajalikud ning vastavad tegelikult liidu poolt tunnustatud üldist huvi pakkuvatele eesmärkidele või kui on vaja kaitsta teiste isikute õigusi ja vabadusi“.

32 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, punkt 27 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Nt 26. oktoobri 2017. aasta kohtuotsus BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, punkt 36 ja seal viidatud kohtupraktika).

34 Nt 17. detsembri 2015. aasta kohtuotsus Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, punkt 66 ja seal viidatud kohtupraktika); nt 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, punkt 30 ja seal viidatud kohtupraktika).

35 Vt ettevõtlusvabaduse kohta viimati 12. juuli 2018. aasta kohtuotsus Spika jt (C-540/16, EU:C:2018:565, punkt 36) ning 26. oktoobri 2017. aasta BB construct (C-534/16, EU:C:2017:820, punkt 37). Vt samuti 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, punkt 31). Harta artikli 52 lõike 1 kohaldamise kohta sõnavabaduse suhtes vt 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Philip Morris Brands jt (C-547/14, EU:C:2016:325, punkt 149).

86. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 ja artikli 6 lõige 1 vastavad nõudele, et piirang oleks ette nähtud seadusega. Samuti ei riiva harta artikli 16 ega 11 mõtet see, et direktiiv 2011/83 ei kohusta kauplaid kasutama konkreetselt nimetatud kaugsidevahendeid. Kauplaid ei ole kohustatud kasutama tavapäraseid paberile trükitud prospekte. Kui nad seda teevad, on nad lihtsalt kohustatud järgima direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 kogu teksti. See on analoogne toodet käsitleva teabe reguleerimisega selgelt määratletud valdkonnas.³⁶

87. Euroopa Kohtu praktikas on tunnistatud, et kõrgetasemeline tarbijakaitse on üldist huvi pakkuv eesmärk, mida Euroopa Liit püüab saavutada.³⁷ Nii seisneb pooltevahelise lahkarvamuse sõlmküsimums artikli 52 lõike 1 tähenduses selles, kas seda eesmärki taotledes on peetud kinni proportsionaalsuse põhimõttest.³⁸

88. Selle kohta on väljakujunenud kohtupraktikas märgitud, et „proportsionaalsuse põhimõte [nõuab], et liidu institutsioonide aktid ei läheks kaugemale sellest, mis on asjaomaste õigusnormidega seatud legitiimsete eesmärkide saavutamiseks sobiv ja vajalik, ning juhul, kui on võimalik valida mitme sobiva meetme vahel, tuleb rakendada kõige vähem piiravat meetet, ning tekitatud ebamugavused peavad olema seatud eesmärkidega vastavuses“.³⁹

89. Nõustun komisjoni kirjalikes seisukohtades sõnastatud argumentidega, et selline kauplaja vabaduse piiramine tähendab sisuliselt kohustust valida reklaamiks alati niisugune vahend, millest piisab kogu taganemisõigust käsitleva teabe hõlmamiseks. On keeruline mõista, kuidas on direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 sätestatud kohustuste säilitamine tavapäraste paberil avaldatavate reklaamprospektide suhtes selle eesmärgi saavutamiseks halvasti sobiv või kuidas see asetab kauplajatele koormuse, mis ulatub vajalikust kaugemale. Üldistest kinnitustest, nagu need, mida sisaldavad Saksamaa kirjalikud seisukohad seoses direktiivi 2011/83 artikli 6 lõikes 1 nõutud teabega, ei piisa⁴⁰ ning kostja poolt kohtuistungil esitatud väide, et kauplajatelt seoses kauglepingutega kahekümne kuni kolmekümne protsendi reklaamipinna kulutamise nõudmine teavitamiskohustuste täitmiseks kujutab endast direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kohaldamist, on meelevaldne ega leia kinnitust direktiivi 2011/83 tekstist.

90. Paberile trükitud reklaamprospekti suhtes ei esine tehnilisi piiranguid. Põhikohtuasja asjaoludel, mille puhul ühtainsat toodet, mida müüb üksainus kauplaja, reklaamitakse tavapärase paberile trükitud reklaamprospektiga, mis sisaldab eraldatavat posti teel saadetavat tellimiskupongi, saab seda prospekti lihtsalt suurendada tagamaks, et teave esitatakse „selgel ja arusaadaval viisil“, nagu nõuab direktiivi 2011/83 artikli 6 lõige 1. Vastupidi argumentidele, mida kostja kohtuistungil esitas, ei saa ma nõustuda, et liidu seadusandja pidas ühe direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 ette nähtud piiranguna silmas „kaalu“, võttes arvesse, et selles sättes on nimetatud „piiranguid [...] ruumile või ajale“.

91. Nagu komisjon on oma kirjalikes seisukohtades märkinud, on direktiivis 2011/83 sätestatud teavitamismõõded kohaldatavad vaid kauglepingutele ja väljaspool ärruume sõlmitud lepingutele. Seetõttu ei ulatu need kaugemale sellest, mida on vaja, et saavutada eesmärk tagada tarbijakaitse seoses kauglepingutega, mille puhul tarbija ei saa asjasse puutuvaid kaupu üle vaadata ega esitada füüsiliselt poes viibides küsimusi enne lepingu sõlmimist. Nagu Soome väidab, lasuvad kauplajal kauglepingute korral eriti ranged kohustused, sest tarbija ei saa kõnealuseid tooteid enne nende ostmise otsuse tegemist isiklikult hinnata. Seda kajastab põhjendus 37.

36 4. mai 2016. aasta kohtuotsus Philip Morris Brands jt (C-547/14, EU:C:2016:325, punkt 151).

37 17. detsembri 2015. aasta kohtuotsus Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, punkt 73). Vt samuti nt 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, punkt 32).

38 Üksikasjalikku analüüsi proportsionaalsuse põhimõtte kohta ettevõtlusvabaduse kontekstis vt kohtujurist Bobeki ettepanekus kohtuasjas Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169, punktid 40–62).

39 30. juuni 2016. aasta kohtuotsus Lidl (C-134/15, EU:C:2016:498, punkt 33 ja seal viidatud kohtupraktika).

40 Vrd sellega seoses 30. märtsi 2017. aasta kohtuotsus Verband Sozialer Wettbewerb (C-146/16, EU:C:2017:243).

92. Lõpuks on liidu seadusandjal avar kaalutlusruum valdkondades, millega on seotud poliitilised, majanduslikud ja ühiskondlikud valikud ning kus tal palutakse anda keerulisi hinnanguid. Nii peaks harta artiklist 16 tulenevate kostja õiguste riive niisuguses olukorras nagu see, mis on tekkinud põhikohtuasjas, olema ilmselgelt ebaproportsionaalne,⁴¹ enne kui see ei saaks olla harta artikli 52 lõike 1 alusel põhjendatud. Käesolevas asjas ei ole seda tõendatud.

4. Vastused esimesele ja teisele küsimusele

93. Sellepärast teen ettepaneku vastata esimesele ja teisele küsimusele nii:

1. Direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 kohaldamisel oleneb vastus küsimusele, kas kaugsidevahend (käesoleval juhul reklaamprospekt koos posti teel saadetava tellimiskupongiga) esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, sellest, kas kaugsidevahend seab teabe esitamise ruumile või ajale oma laadi tõttu (abstraktselt) piiranguid.
2. Kui vastus esimesele küsimusele on selline, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esemelise kohaldamisala kindlaksmääramisel on oluline, millise kaugsidevahendi on kaupleja konkreetsel juhul valinud, ei ole direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 ja artikli 6 lõike 1 punktiga h kooskõlas see, kui teabe esitamisel taganemisõiguse kohta piirduakse viitega taganemisõiguse olemasolule.

D. Väljapakutav vastus kolmandale küsimusele

94. Vastan sellele küsimusele üksnes juhuks, kui esimesele küsimusele vastatakse erinevalt eespool tehtud ettepanekutest nii, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esemelise kohaldamisala määrab see, kas kaupleja poolt konkreetsel juhul valitud kaugsidevahendi kujundus seab piiranguid teabe esitamise ruumile ja ajale.

95. Menetlusosalised on kolmandale küsimusele antava vastuse suhtes lahkarvamusel järgmistes aspektides.

96. Ühelt poolt väidavad hageja ja komisjon, et direktiivi 2011/83 tingimuste tõttu tuleb lepingust taganemise teate näidisvorm tarbijale edastada ka juhul, kui kohaldub artikli 8 lõige 4. Hageja märgib, et see kajastub direktiivi 2011/83 I lisa B osa sõnastuses, mille kohaselt tuleb reklaami avaldanud kauplejale esitada „käesolev vorm“.

97. Komisjon väidab, et direktiivi 2011/83 artikli 6 lõike 1 punkti h kohaselt peab kaupleja enne, kui kaugleping või väljaspool äriruume sõlmitud leping saab tarbijale siduvaks muutuda, esitama tarbijale taganemisõiguse olemasolu korral selgel ja arusaadaval viisil teabe selle õiguse kasutamise tingimuste, tähtaja ja korra kohta vastavalt artikli 11 lõikele 1, *samuti* I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi.⁴² Seega on niisuguse kaugsidevahendi puhul, mis seab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, selle sätte sõnastuse kohaselt kohaldatavad mõlemad kaupleja kohustuste osad. Komisjon märgib, et I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvorm on lühike ning pealegi lubab direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 1 kauplejatel teha artikli 6 lõikes 1 ette nähtud teabe kättesaadavaks asjakohasel viisil, pidades silmas kasutatavat kaugsidevahendit. See võimaldab kauplejale veelgi paindlikkust.

⁴¹ Kohtujurist Kokott'i ettepanek kohtuasjas Poola vs. parlament ja nõukogu (C-358/14, EU:C:2015:848, punktid 87 ja 89 ning seal viidatud kohtupraktika). Vt samuti käsitleu kohtujurist Bobeki kohtuasjas Lidl (C-134/15, EU:C:2016:169) tehtud ettepaneku punktis 42.

⁴² Komisjoni seisukohtade kursiiv.

98. Teisalt väidab Soome, keda mõningal määral toetavad Poola ja Saksamaa, et taganemisteate vorm ise ei ole osa „teabest“ taganemisõiguse kohta, millele on viidatud direktiivis 2011/83, mistõttu seda ei tule esitada juhul, kui kohaldub artikli 8 lõige 4, enne, kui kaugleping tarbijale siduvaks muutub. See on hoopis dokument, mille abil tarbija saab teatada kauplejale oma soovist lepingust taganeda. Kui seadusandja soovinuks hõlmata taganemisteate näidisvormi, oleks ta selle direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikes 4 sõnaselgelt sätestanud. Taganemisteate näidisvorm ei ole „teave“, mis mõjutab ostja otsust selle kohta, kas osta kauglepingu teel pakutav või mitte.

99. Samuti viitab Soome direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 5 ning sellele, et direktiiv 2011/83 on kohaldatav telefonimüügi suhtes. Sellest nähtub, et seadusandja ei soovinud taganemisteate näidisvormi hõlmata, sest seda vormi ei ole võimalik telefoni teel saata. Soome märgib, et taganemisteate näidisvormi saab saata hiljem püsival andmekandjal vastavalt direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikele 7. Poola toob näiteks kauglepingu sõlmimise telefoni teel kui näite sidetehnoloogiast, mille puhul ei oleks taganemisteate vormi esitamine võimalik.

100. Olen jõudnud järeldusele, et kui direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4 on kohaldatav, ei ole kauplejad kohustatud esitama sama direktiivi I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi enne kauglepingu sõlmimist.

101. Ehkki tunnistan, et ootuspäraselt toetab direktiivi 2011/83 käsitlev komisjoni juhend⁴³ seisukohta, millele komisjon on põhikohtuasjas asunud, ja näiteks on seal seoses telefonikõnedega rõhutatud, et selle vormi sisu tuleb selgitada tarbijale suuliselt,⁴⁴ ei ole seda direktiivis 2011/83 selgelt niiviisi sõnastatud. Teisisõnu ei ole direktiivis 2011/83 sätet niisuguse sidevahendi kohta, mille kaudu on võimatu või keeruline taganemisteate näidisvormi esitada. See kontekst viitab, et liidu seadusandjal ei pruukinud olla kavatsust kohustada kauplejaid seda vormi niisugustel asjaoludel esitama.

102. Üldisemalt võib see, kui kohustada kauplejaid esitama taganemisteate näidisvorm ka juhul, kui kohaldub direktiivi 2011/83 artikli 8 lõige 4, olla vastuolus selle sätte ja direktiivi artikli 6 lõike 1 tekkepõhjustega, mis viitab vajadusele hoiduda kauplejaid tarbetult koormamast.⁴⁵

103. Lõpuks on tarbijal direktiivi 2011/83 artikli 11 lõike 1 punkti b kohaselt võimalus taganeda kauglepingust sellekohase ühemõttelise avaldusega. Tarbijad ei ole kohustatud I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi kasutama. See toetab Soome argumenti, et direktiivis 2011/83 kasutatud sõna „teave“ saab käsitada nii, et see ei hõlma vahendit, mille abil tarbija otsustab kauglepingust taganeda. Seega ei riiva minu pakutav lahendus kõrgetasemelist tarbijakaitset.

104. Sellepärast teen ettepaneku vastata kolmandale küsimusele järgmiselt.

„3. Kui vastus esimesele küsimusele on selline, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esemelise kohaldamisala kindlaksmääramisel on oluline, millise kaugsidevahendi on kaupleja konkreetsel juhul valinud, ei ole nõutav lisada kaugsidevahendi abil direktiivi 2011/83 I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi enne kauglepingu sõlmist.“

43 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf

44 Sealsamas, lk 34.

45 Vt „Teavitamislõuend“, eesistuja teatis, tarbijakaitse ja tarbijate teavitamise töörihm, 13. mai 2009, 9833/09, CONSOM 113, JUSTCIV 122, CODEC 720, lk 11.

VI. Ettepanek

105. Nendel kaalutlustel teen Euroopa Kohtule ettepaneku vastata Bundesgerichtshofi (Saksamaa Liitvabariigi kõrgeim üldkohus) küsimustele järgmiselt:

1. Euroopa Parlamendi ja nõukogu 25. oktoobri 2011. aasta direktiivi 2011/83/EL tarbija õiguste kohta, millega muudetakse nõukogu direktiivi 93/13/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 1999/44/EÜ ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 85/577/EMÜ ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 97/7/EÜ, artikli 8 lõike 4 kohaldamisel oleneb vastus küsimusele, kas kaugsidevahend (käesoleval juhul reklaamprospekt koos posti teel saadetava tellimiskupongiga) esitab piiranguid teabe esitamise ruumile või ajale, sellest, kas kaugsidevahend seab teabe esitamise ruumile või ajale oma laadi tõttu (abstraktselt) piiranguid.
2. Kui vastus esimesele küsimusele on selline, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esemelise kohaldamisala kindlaksmääramisel on oluline, millise kaugsidevahendi on kaupleja konkreetsel juhul valinud, ei ole direktiivi 2011/83 artikli 8 lõikega 4 ja artikli 6 lõike 1 punktiga h kooskõlas see, kui teabe esitamisel taganemisõiguse kohta piirduakse viitega taganemisõiguse olemasolule.
3. Kui vastus esimesele küsimusele on selline, et direktiivi 2011/83 artikli 8 lõike 4 esemelise kohaldamisala kindlaksmääramisel on oluline, millise kaugsidevahendi on kaupleja konkreetsel juhul valinud, ei ole nõutav lisada kaugsidevahendi abil direktiivi 2011/83 I lisa B osas ette nähtud taganemisteate näidisvormi enne kauglepingu sõlmist.