



Oikeustapauskokoelma

UNIONIN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (kymmenes jaosto)

30 päivänä maaliskuuta 2017*

Ennakkoratkaisupyyntö — Sopimattomat kaupalliset menettelyt — Painetussa mediassa oleva mainos — Olennaisten tietojen mainitsematta jättäminen — Näihin tietoihin voidaan tutustua sellaisen verkkosivuston kautta, jolla kyseisiä tuotteita myydään — Ilmoituksen julkaisseen henkilön tai kolmansien myymät tuotteet

Asiassa C-146/16,

jossa on kyse SEUT 267 artiklaan perustuvasta ennakkoratkaisupyyntöstä, jonka Bundesgerichtshof (liittovaltion ylin tuomioistuin, Saksa) on esittänyt 28.1.2016 tekemällään päätöksellä, joka on saapunut unionin tuomioistuimeen 14.3.2016, saadakseen ennakkoratkaisun asiassa

Verband Sozialer Wettbewerb eV

vastaaan

DHL Paket GmbH,

UNIONIN TUOMIOISTUIN (kymmenes jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja M. Berger sekä tuomarit A. Borg Barthet (esittelevä tuomari) ja E. Levits,

julkisasiamies: H. Saugmandsgaard Øe,

kirjaaja: A. Calot Escobar,

ottaen huomioon kirjallisessa käsittelyssä esitetyn,

ottaen huomioon huomautukset, jotka sille ovat esittäneet

— Verband Sozialer Wettbewerb eV, edustajanaan R. Welzel, Rechtsanwalt,

— DHL Paket GmbH, edustajanaan K. Hamacher, Rechtsanwalt,

— Alankomaiden hallitus, asiamiehinään M. K. Bulterman ja B. Koopman,

— Euroopan komissio, asiamiehinään D. Roussanov ja M. Kellerbauer,

päätettyään julkisasiamiestä kuultuaan ratkaista asian ilman ratkaisuehdotusta,

on antanut seuraavan

* Oikeudenkäyntikieli: saksa.

tuomion

- 1 Ennakkoratkaisupyyntö koskee sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/EY, 98/27/EY ja 2002/65/EY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta 11.5.2005 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2005/29/EY (EUVL 2005, L 149, s. 22) 7 artiklan 4 kohdan tulkintaa.
- 2 Tämä pyyntö on esitetty asiassa, jossa asianosaisina ovat Verband Sozialer Wettbewerb eV (jäljempänä VSW) ja DHL Paket GmbH (jäljempänä DHL Paket) ja jossa tuomioistuinta vaaditaan velvoittamaan DHL Paket lopettamaan mainoksen julkaiseminen painetussa mediassa.

Asiaa koskevat oikeussäännöt

Direktiivi 2005/29

- 3 Direktiivin 2005/29 johdanto-osan 15 perustelukappaleessa todetaan seuraavaa:

”Kun yhteisön lainsäädännössä asetetaan kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia koskevia tiedotusvaatimuksia, kyseistä tiedotusta pidetään tämän direktiivin mukaisesti olennaisena jäsenvaltioilla on mahdollisuus pitää voimassa tai lisätä tiedotusvaatimuksia, jotka liittyvät sopimusoikeuteen ja joilla on sopimusoikeudellisia seurauksia, jos tämä sallitaan nykyisten yhteisön lainsäädäntöön sisältyvien välineiden vähimmäislausukkeissa. Liitteessä II, joka ei ole tyhjentävä, on luettelo tällaisista yhteisön säännösten mukaisista tiedotusvaatimuksista. Ottaen huomioon, että tällä direktiivillä säädetään täydellisestä yhdenmukaistamisesta, ainoastaan yhteisön lainsäädännön mukaisia tiedotusvaatimuksia pidetään olennaisina tämän direktiivin 7 artiklan 5 kohtaa sovellettaessa. – –”

- 4 Direktiivin 2 artiklassa säädetään seuraavaa:

”Tässä direktiivissä tarkoitetaan:

– –

- i) ’ostokehotuksella’ kaupallista viestiä, jossa ilmaistaan tuotteen ominaispiirteet ja hinta käytetylle kaupallisen viestinnän keinolle asianmukaisella tavalla ja näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen;

– –”

- 5 Direktiivin 7 artiklassa säädetään seuraavaa:

”1. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana, jos sen asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet sekä viestintävälineen rajoitukset, jätetään mainitsematta olennaisia tietoja, joita keskivertokuluttaja tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen, ja jos se näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

2. Harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä, ottaen huomioon 1 kohdassa kuvatut seikat, pidetään myös sitä, jos elinkeinonharjoittaja salaa tai antaa epäselvällä, käsittämättömällä tai moniselitteisellä tavalla tai väärään aikaan kyseisessä kohdassa tarkoitettua olennaista tietoa taikka jättää mainitsematta

kaupallisen menettelyn kaupallisen tarkoituksen, ellei se ilmene asiayhteydestä, mikäli jommassakummassa tapauksessa se saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

3. Jos kaupallisen menettelyn ilmoittamisessa käytettävä väline asettaa paikkaan tai aikaan liittyviä rajoituksia, nämä rajoitukset sekä elinkeinonharjoittajan mahdollisesti toteuttamat toimenpiteet tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin otetaan huomioon päätettäessä siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta.

4. Ostokehotuksissa pidetään olennaisina seuraavia tietoja, jolleivät ne ilmene asiayhteydestä:

- a) tuotteen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin viestintävälineen ja tuotteen kannalta on asianmukaista;
- b) elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, kuten esimerkiksi hänen toiminimensä ja tarvittaessa sen elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, jonka puolesta hän toimii;
- c) hinta veroineen tai, ellei tuotteen luonteesta johtuen hintaa voida kohtuudella laskea etukäteen, hinnan laskutapa sekä tapauksen mukaan kaikki muut rahti-, toimitus- tai postimaksut tai, ellei näitä kustannuksia voida kohtuudella laskea etukäteen, se seikka, että kuluttaja voi joutua maksamaan tällaisia lisämaksuja;
- d) maksujärjestelyt, toimitus, suorittaminen ja valitusten käsittelyihin sovellettava käytäntö, mikäli ne poikkeavat huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksista;
- e) kun tuotteisiin ja liiketoimiin liittyy irtisanomis- tai peruuttamisoikeus, maininta tästä oikeudesta.

5. Yhteisön lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainonta tai markkinointi mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään olennaisina. Liitteessä II, joka ei ole tyhjentävä, on luettelo tällaisista vaatimuksista.”

Saksan oikeus

6. Direktiivi 2005/29 on saatettu osaksi Saksan oikeutta sopimattoman kilpailun estämisestä annetulla lailla (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), sellaisena kuin se on muutettuna ensin 22.12.2008 ja sitten 3.3.2010.

Pääasia ja ennakkoratkaisukysymykset

7. DHL Paket ylläpitää MeinPaket.de-nimistä verkkokauppa-alustaa, jossa elinkeinonharjoittajana toimivat myyjät tarjoavat tuotteitaan. DHL Paketin ja ostajien välillä ei synny sopimuksia näiden kauppojen johdosta.
8. VSW on yhdistys, johon kuuluu muun muassa sähkö- ja elektroniikka-tuotteiden tarjoajia sekä postimyyntiyrityksiä, jotka tarjoavat kaikenlaisia tavaroita.
9. Pääasiassa on kyse *Bild am Sonntag* -nimisessä viikkojulkaisussa DHL Paketin toimeksiannosta 2.12.2012 julkaistusta mainoksesta. Mainoksessa esitettiin viisi eri tuotetta, jotka oli mahdollista hankkia tämän yhtiön verkkokauppa-alustan kautta. Jostakin näistä tuotteista kiinnostunutta lukijaa pyydettiin käymään verkkokauppa-alustalla ja syöttämään siellä mainoksessa mainittu tuotekoodi. Lukija pääsi silloin kyseistä tuotetta koskevalle verkkosivulle, jolla ilmoitettiin, kuka oli kyseisen

tuotteen elinkeinonharjoittajana toimiva myyjä. Otsikon ”Tietoja tarjoajasta” alta lukija saattoi lisäksi saada tiedot muun muassa sopimuskumppanin toiminimestä ja maantieteellisestä osoitteesta. Mainoksessa ilmoitettiin vielä, että asiasta kiinnostuneet henkilöt saattoivat tutustua kyseisen alustan kautta yli 5 miljoonaan tuotteeseen ja olla yhteydessä yli 2 500 tukkukauppiaseen.

- 10 VSW saattoi asian Landgericht Bonnin (Bonnin alueellinen tuomioistuin, Saksa) käsiteltäväksi ja vaati kanteessaan, että DHL Paket veloitettaisiin sopimattoman kilpailun estämisestä annetun lain nojalla lopettamaan tällaisen mainoksen julkaiseminen.
- 11 VSW:n mukaan DHL Paket ei täyttänyt velvollisuuttaan ilmoittaa sen verkkokauppa-alustaa käyttävien tarjoajien henkilöllisyyttä ja maantieteellistä osoitetta.
- 12 Landgericht Bonn (Bonnin alueellinen tuomioistuin) hyväksyi 6.3.2014 antamassaan ratkaisussa kanteen ja velvoitti DHL Paketin lopettamaan riidanalaisen mainoksen julkaisemisen. Oberlandesgericht Kölnin (Kölnin alueellinen ylioikeus, Saksa) hyväksytyä tästä ratkaisusta tehdyn valituksen VSW teki Revision-valituksen Bundesgerichtshofiin (liittovaltion ylin tuomioistuin, Saksa).
- 13 Bundesgerichtshofin mukaan oikeusriidan ratkaisu riippuu siitä, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot elinkeinonharjoittajan maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä esitettävä jo konkreettisia tuotteita koskevassa painetussa mediassa julkaistussa mainoksessa silloin, kun kuluttajat voivat hankkia näitä tuotteita ainoastaan kyseisiä tuotteita mainostavan yrityksen mainoksessa mainitun verkkosivuston kautta ja saada tällaisia tietoja yksinkertaisesti tältä verkkosivustolta tai tämän verkkosivuston kautta.
- 14 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin korostaa, että pääasiassa kyseessä oleva mainos voi olla direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa tarkoitettu ostokehutus, jossa on esitettävä tämän direktiivin 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa vaadittuja lakisääteisiä mainintoja koskevat tiedot.
- 15 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin huomauttaa, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitettut olennaiset tiedot tavoittavat kuluttajan ajoissa ainoastaan siinä tapauksessa, että kuluttaja saa ne ennen kuin hän voi tehdä ostokehotuksen perusteella kaupallisen ratkaisun. Pääasiassa kyseessä olevan kaltaisessa tapauksessa tämä kaupallinen ratkaisu on se, että henkilö käy internetin myyntiportaalissa hankkiakseen mainoksessa mainostetun tuotteen tai tutustuakseen siihen tarkemmin. Nämä olosuhteet puhuvat sen puolesta, että jo tässä mainoksessa itsessään on oltava tiedot siinä mainostettujen tuotteiden myyjien henkilöllisyydestä ja maantieteellisestä osoitteesta.
- 16 Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen mukaan unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön perusteella ei voida kuitenkaan selvittää riittävällä varmuudella sitä, onko siinä tapauksessa, että painetun mainoksen tarkoituksena on saada ihmiset käymään internetin myyntiportaalissa, esitettävä direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdan mukaan vaadittavat tiedot jo painetussa mainoksessa itsessään.
- 17 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin katsoo, että – kuten fyysisessä myymälässä käynti – myös käynti verkkosivustolla liittyy välittömästi siellä kulloinkin tarjottavien tuotteiden hankintaan. Lisäksi direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot sopimuskumppanista ovat olennaisia kuluttajan kaupallisen ratkaisun tekemistä varten, koska kuluttaja pystyy niiden avulla arvioimaan yrityksen mainetta sen tarjoamien tavaroiden tai palvelujen laadun ja luotettavuuden osalta sekä arvioimaan myös yrityksen taloudellista suorituskykyä, vakavaraisuutta ja vastuita.
- 18 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin selittää, että myyjän toiminimen puuttuminen painetusta mainoksesta voi saada kuluttajan käymään verkkosivustolla, vaikka hän olisi todennäköisesti jättänyt tutustumatta mainoksessa esitettyyn tarjoukseen tarkemmin, jos hän olisi ollut tietoinen tarjoavan yrityksen henkilöllisyydestä esimerkiksi silloin, jos myyjä on saanut negatiivisia arvioita arviointiportaaleissa tai jos kuluttajalla on jo negatiivisia kokemuksia tästä yrityksestä.

- 19 Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen mukaan tässä yhteydessä merkitystä ei ole sillä, voiko asiakas hankkia mainostetut tuotteet yksinomaan mainostajan verkkosivuston kautta. Tässä vaiheessa annetut tiedot tosin tavoittavat kuluttajan vielä ennen kaupantekoa tai ovat haettavissa esille ennen sen ajankohtaa. Tiedot ovat saatavilla kuitenkin liian myöhään, jotta kuluttajan olisi mahdollista tehdä tietoinen valinta siitä, haluaako hän ylipääntään tutustua tarkemmin mainostettuihin tuotteisiin ja käydä tämän takia kyseisellä verkkosivustolla. Myöskään se, että kuluttaja voi tilata tietokoneella tavaran kaikessa rauhassa ja myyntihenkilöstön katseiden ulottumattomissa, ei muuta sitä tosiseikkaa, että kuluttajalta puuttuvat olennaiset tiedot tuotteiden myyjän maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä ennen kuin hän käy näiden tuotteiden mainostajan verkkosivustolla.
- 20 Bundesgerichtshofin mielestä direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan tarkoitus puhuu pikemminkin sen puolesta, että DHL Paketin olisi pitänyt ilmoittaa tuotteiden myyjien henkilöllisyys ja maantieteellinen osoite pääasiassa kyseessä olevassa mainoksessa.
- 21 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin muistuttaa kuitenkin siitä, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 3 kohdan mukaan on päätettäessä siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta, otettava huomioon kaupallisen menettelyn asettamat paikkaan tai aikaan liittyvät rajoitukset. Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen mukaan pääasiassa ei kuitenkaan ole sellaisia rajoituksia. Lisäksi saman säännöksen mukaan on myös mahdollisesti otettava huomioon toimenpiteet, joita pääasian vastaaja on toteuttanut tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin.
- 22 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin on vielä epävarma siitä, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdasta seuraavien velvollisuuksien laajuuden määrittämiseksi merkityksellistä se, mainostaako yritys painetussa mediassa omien tuotteiden myymistä varten ja viittaako se vaadittavien tietojen osalta suoraan omalle verkkosivustolleen vai koskeeko mainos tuotteita, joita muut yritykset myyvät tuotteita mainostavan yrityksen verkkosivustoilla, jolloin kuluttajat saavat vaaditut tiedot vasta yhden tai useamman jatkovaiheen (klikkauksen) jälkeen näiden muiden yritysten verkkosivustoille vievien sellaisten linkkien kautta, jotka on ainoastaan mainoksessa ilmoitetulla sivustolla eli verkkokauppa-alustan ylläpitäjän sivustolla.
- 23 Näissä olosuhteissa Bundesgerichtshof on päättänyt lykätä asian käsittelyä ja esittää unionin tuomioistuimelle seuraavat ennakkoratkaisukysymykset:
- ”1) Onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot elinkeinonharjoittajan maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä esitettävä jo konkreettisia tuotteita koskevassa painetussa mediassa julkaistussa mainoksessa siinäkin tapauksessa, että kuluttajat hankkivat mainostetut tuotteet yksinomaan ilmoituksessa mainitun mainostavan yrityksen verkkosivuston kautta ja voivat saada direktiivin 7 artiklan 4 kohdan mukaan vaadittavat tiedot yksinkertaisesti tältä verkkosivustolta tai tämän verkkosivuston kautta?
- 2) Onko ensimmäiseen kysymykseen annettavan vastauksen kannalta merkityksellistä se, mainostaako painetussa mediassa mainostava yritys omien tuotteiden myymistä varten ja viittaako se direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan mukaan vaadittavien tietojen osalta suoraan omalle verkkosivustolleen vai koskeeko mainos tuotteita, joita muut yritykset myyvät mainostajan verkkokauppa-alustalla, jolloin kuluttajat voivat saada direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitettut tiedot vasta yhden tai useamman jatkovaiheen (klikkauksen) jälkeen näiden muiden yritysten verkkosivustoille vievien sellaisten linkkien kautta, jotka on ainoastaan mainoksessa ilmoitetulla verkkokauppa-alustan ylläpitäjän sivustolla?”

Ennakkoratkaisukysymysten tarkastelu

- 24 Ennakkoratkaisua pyytävä tuomioistuin haluaa selvittää kahdella kysymyksellään, jotka on tutkittava yhdessä, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tulkittava siten, että tiedot elinkeinonharjoittajan maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä on esitettävä painetussa mediassa julkaistussa konkreettisia tuotteita koskevassa mainoksessa silloin, kun kuluttajat hankkivat nämä tuotteet sellaisen verkkosivuston kautta, joka on mainittu mainoksessa ja joka kuuluu mainoksen laatineelle yritykselle, ja nämä tiedot on saatavissa yksinkertaisesti tältä verkkosivustolta tai tämän verkkosivuston kautta.
- 25 Tästä on todettava ensinnäkin, että pääasiassa kyseessä olevan kaltainen mainos on direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa tarkoitettu ostokehutus, koska sen sisältämät tiedot kyseisessä mainoksessa tarkoitetuista tuotteista ja niiden hinnasta ovat riittäviä, jotta kuluttaja voi tehdä kaupallisen ratkaisun.
- 26 Seuraavaksi on palautettava mieleen, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdan mukaan elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, kuten esimerkiksi hänen toiminimensä ja tarvittaessa sen elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, jonka puolesta hän toimii, ovat olennaisia tietoja. Tätä säännöstä on kuitenkin luettava yhdessä tämän direktiivin 7 artiklan 1 kohdan kanssa, jonka mukaan asianomaista kaupallista menettelyä arvioitaessa on otettava huomioon muun muassa asiayhteys sekä käytetyn viestintävälineen rajoitukset (tuomio 12.5.2011, Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, 53 kohta).
- 27 Lisäksi direktiivin 2005/29 7 artiklan 3 kohdasta käy ilmi, että, päätettäessä siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta, huomioon otetaan käytettävän viestintävälineen asettamat paikkaan tai aikaan liittyvät rajoitukset sekä elinkeinonharjoittajan toteuttamat toimenpiteet tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin (tuomio 12.5.2011, Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, 54 kohta).
- 28 Näin ollen niiden tietojen laajuutta, jotka elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava elinkeinonharjoittajan maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä ostokehotuksen yhteydessä, on arvioitava ottamalla huomioon ostokehotuksen asiayhteys, tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä käytetty viestinnän keino (tuomio 12.5.2011, Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299, 55 kohta).
- 29 Kuitenkin silloin, kun painetussa mediassa olevassa mainoksessa mainostetaan verkkokauppa-alustaa ja erityisesti kun siinä tarjotaan runsaasti eri mahdollisuuksia tuotteiden ostamiseen eri elinkeinonharjoittajilta, direktiivin 2005/29 7 artiklan 3 kohdassa tarkoitettuja paikkaan liittyviä rajoituksia voi olla olemassa.
- 30 Tästä seuraa, että vaikka direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot elinkeinonharjoittajan maantieteellisestä osoitteesta ja henkilöllisyydestä on periaatteessa esitettävä ostokehotuksessa, näin ei kuitenkaan tarvitse olla välttämättä silloin, jos kaupallisen menettelyn ilmoittamisessa käytettävä väline asettaa paikkaan liittyviä rajoituksia, sikäli kuin kuluttajat, jotka saattavat ostaa mainostettuja tuotteita tuotteita mainostavan yrityksen painetussa mainoksessa mainitun verkkosivuston kautta, voivat yksinkertaisesti saada nämä tiedot tältä verkkosivustolta tai tämän sivuston kautta. Kansallisen tuomioistuimen tehtävänä on arvioida tapaus tapaukselta siten, että se ottaa huomioon ostokehotuksen ja käytetyn viestintävälineen, täytyykö tämä edellytys.
- 31 Lopuksi on todettava, että velvollisuus ilmoittaa ostokehotuksessa direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot ei riipu siitä, onko näiden tuotteiden tarjoaja tämän kutsun esittäjä vai joku kolmas. Näin ollen silloin, kun painetussa mediassa olevassa mainoksessa mainostetaan eri tarjoajien tuotteita, tässä säännöksessä vaaditut tiedot ovat välttämättömiä, jollei tämän tuomion 29 kohdassa mainituista paikkaan liittyvistä rajoituksista muuta johdu.

- 32 Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen tehtävänä on tutkia tapaus tapaukselta ensinnäkin, oikeuttavatko paikkaan liittyvät rajoitukset mainoksen tekstissä siihen, että tarjoajaa koskevia tietoja asetetaan kuluttajan käyttöön vasta verkkokauppa-alustalla, ja toiseksi, ilmoitetaanko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitettut tiedot verkkokauppa-alustan osalta yksinkertaisesti ja nopeasti.
- 33 Kaikkien edellä olevien seikkojen perusteella ensimmäiseen ja toiseen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohtaa on tulkittava siten, että pääasiassa kyseessä olevan kaltainen mainos, joka kuuluu tässä direktiivissä tarkoitettuun käsitteeseen ”ostokehutus”, voi täyttää tässä säännöksessä säädetyn tietojenantamisvelvollisuuden. Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen tehtävänä on tutkia tapaus tapaukselta ensinnäkin, oikeuttavatko paikkaan liittyvät rajoitukset mainostekstissä siihen, että tarjoajaa koskevia tietoja asetetaan käyttöön vasta verkkokauppa-alustalla, ja mahdollisesti toiseksi, ilmoitetaanko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdan mukaan vaadittavat tiedot verkkokauppa-alustan osalta yksinkertaisesti ja nopeasti.

Oikeudenkäyntikulut

- 34 Pääasian asianosaisten osalta asian käsittely unionin tuomioistuimessa on välivaihe kansallisessa tuomioistuimessa vireillä olevan asian käsittelyssä, minkä vuoksi kansallisen tuomioistuimen asiana on päättää oikeudenkäyntikulujen korvaamisesta. Oikeudenkäyntikuluja, jotka ovat aiheutuneet muille kuin näille asianosaisille huomautusten esittämisestä unionin tuomioistuimelle, ei voida määrätä korvattaviksi.

Näillä perusteilla unionin tuomioistuin (kymmenes jaosto) on ratkaissut asian seuraavasti:

Sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/EY, 98/27/EY ja 2002/65/EY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta 11.5.2005 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2005/29/EY 7 artiklan 4 kohdan b alakohtaa on tulkittava siten, että pääasiassa kyseessä olevan kaltainen mainos, joka kuuluu tässä direktiivissä tarkoitettuun käsitteeseen ”ostokehutus”, voi täyttää tässä säännöksessä säädetyn tietojenantamisvelvollisuuden. Ennakkoratkaisua pyytävän tuomioistuimen tehtävänä on tutkia tapaus tapaukselta ensinnäkin, oikeuttavatko paikkaan liittyvät rajoitukset mainostekstissä siihen, että tarjoajaa koskevia tietoja asetetaan käyttöön vasta verkkokauppa-alustalla, ja mahdollisesti toiseksi, ilmoitetaanko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdan mukaan vaadittavat tiedot verkkokauppa-alustan osalta yksinkertaisesti ja nopeasti.

Allekirjoitukset