

UNIONIN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (toinen jaosto)

12 päivänä toukokuuta 2011*

Asiassa C-122/10,

jossa on kyse SEUT 267 artiklaan perustuvasta ennakkoratkaisupyynnöstä, jonka Marknadsdomstolen (Ruotsi) on esittänyt 4.3.2010 tekemällään päätöksellä, joka on saapunut unionin tuomioistuimeen 8.3.2010, saadakseen ennakkoratkaisun asiassa

Konsumentombudsmannen

vastaan

Ving Sverige AB,

UNIONIN TUOMIOISTUIN (toinen jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja J. N. Cunha Rodrigues (esittelevä tuomari) sekä tuomarit A. Rosas, U. Löhmus, A. Ó Caoimh ja P. Lindh,

* Oikeudenkäyntikieli: ruotsi.

julkisasiamies: P. Mengozzi,
kirjaaja: A. Calot Escobar,

ottaen huomioon kirjallisessa käsittelyssä esitetyn,

ottaen huomioon huomautukset, jotka sille ovat esittäneet

- Konsumentombudsmannen, asiamiehenään G. Wikström,
- Ving Sverige AB, edustajanaan advokat D. Tornberg,
- Ruotsin hallitus, asiamiehinään C. Meyer-Seitz ja S. Johannesson,
- Saksan hallitus, asiamiehenään T. Henze,
- Espanjan hallitus, asiamiehenään F. Díez Moreno,
- Alankomaiden hallitus, asiamiehinään C.M. Wissels ja B. Koopman,
- Puolan hallitus, asiamiehenään M. Szpunar,

- Yhdistyneen kuningaskunnan hallitus, asiamiehenään F. Penlington,
- Norjan hallitus, asiamiehinään J. T. Kaasin ja I. Thue,
- Euroopan komissio, asiamiehinään W. Wils ja J. Enegren,

kuultuaan julkisasiamiehen 3.2.2011 pidetyssä istunnossa esittämän ratkaisuehdotuksen,

on antanut seuraavan

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 (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) (EUVL L 149, s. 22) 2 artiklan i alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan tulkintaa.

- 2 Tämä pyyntö on esitetty asiassa, jossa asianosaisina ovat Konsumentombudsmannen (kuluttaja-asiamies) ja Ving Sverige AB (jäljempänä Ving) ja jossa on kyse kaupallisen viestin yhteensoveltuvuudesta kansallisen markkinointilainsäädännön kanssa.

Asiaa koskevat oikeussäännöt

Unionin oikeus

- 3 Direktiivin 2005/29 johdanto-osan kuudennessa perustelukappaleessa todetaan, että direktiivillä ”lähennetään jäsenvaltioiden lait, jotka koskevat kuluttajien taloudellisia etuja välittömästi vahingoittavia ja siten laillisesti toimivien kilpailijoiden taloudellisia etuja välillisesti vahingoittavia sopimattomia kaupallisia menettelyjä, sopimaton mainonta mukaan lukien”.
- 4 Johdanto-osan seitsemännen perustelukappaleen mukaan direktiivissä 2005/29 ”puututaan kaupallisiin menettelyihin, joilla pyritään välittömästi vaikuttamaan kuluttajien kaupallisiin ratkaisuihin suhteessa tuotteisiin”.
- 5 Tämän direktiivin johdanto-osan 14 perustelukappaleessa todetaan harhaanjohtavista mainitsematta jättämisistä, että tässä direktiivissä yksilöidään ”rajoitettu joukko keskeisiä tietoja, joita kuluttaja tarvitsee perustellun kaupallisen ratkaisun

tekemiseen. Tällaisia tietoja ei tarvitse antaa mainoksissa, vaan ainoastaan silloin, jos elinkeinonharjoittaja tekee ostokehotuksen”.

- 6 Kyseisen direktiivin 15 perustelukappaleessa täsmennetään, että ”kun yhteisön lainsäädännössä asetetaan kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia koskevia tiedotusvaatimuksia, kyseistä tiedotusta pidetään tämän direktiivin mukaisesti olennaisena”.
- 7 Saman direktiivin 18 perustelukappaleesta käy ilmi, että ”suhteellisuusperiaatteen mukaisesti ja direktiiviin sisältyvän suojelun tehokkaan soveltamisen mahdollistamiseksi tässä direktiivissä otetaan mittapuuksi yhteisöjen tuomioistuimen tulkinnan mukainen valistunut, kohtuullisen tarkkaavainen ja huolellinen keskivertokuluttaja, ottaen huomioon sosiaaliset, kulttuuriset ja kielelliset tekijät”.
- 8 Direktiivin 2005/29 1 artiklassa säädetään seuraavaa:

”Tämän direktiivin tarkoituksena on tukea sisämarkkinoiden moitteetonta toimintaa ja saavuttaa korkeatasoinen kuluttajansuoja lähentämällä jäsenvaltioiden lait, asetukset ja hallinnolliset määräykset, jotka koskevat kuluttajien taloudellisia etuja vahingoittavia sopimattomia kaupallisia menettelyjä.”

- 9 Tämän direktiivin 2 artiklan c alakohdan mukaan ”tuotteella” tarkoitetaan ”tavaraa tai palvelua, kiinteä omaisuus, oikeudet ja velvoitteet mukaan luettuina”.

- 10 Kyseisen direktiivin 2 artiklan d alakohdan mukaan tarkoitetaan ”elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisillä kaupallisilla menettelyillä – – elinkeinonharjoittajan tointa, mainitsematta jättämistä, käyttäytymistä tai edustamista, kaupallista viestintää, mukaan lukien mainontaa ja markkinointia, joka liittyy välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille”.
- 11 Direktiivin 2 artiklan i alakohdan mukaan ”ostokehoksella” tarkoitetaan ”kaupallista viestiä, jossa ilmaistaan tuotteen ominaispiirteet ja hinta käytetylle kaupallisen viestinnän keinolle asianmukaisella tavalla ja näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen”.
- 12 Direktiivin 2005/29 2 artiklan k alakohdan mukaan ”kaupallisella ratkaisulla” tarkoitetaan ”ratkaisua, jonka kuluttaja tekee siitä, aikooko hän ostaa sekä miten ja millä ehdoilla hän ostaa, maksaa kokonaisuudessaan tai osittain, pitää tuotteen tai luopua siitä tai käyttää sopimuksesta johtuvaa tuotteeseen kohdistuvaa oikeutta, tai siitä, päättääkö kuluttaja toimia tai pidättäytyä toimimasta”.
- 13 Direktiivin 2005/29 7 artiklan sanamuoto on seuraava:

”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, mainintaa tästä oikeudesta.

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

Kansallinen lainsäädäntö

- ¹⁴ Direktiivi 2005/29 on saatettu osaksi Ruotsin oikeusjärjestystä markkinointilailla (marknadsföringslagen 2008:486), jonka 12 §:ssä säädetään seuraavaa:

”Markkinointi on harhaanjohtavaa, jos elinkeinonharjoittaja ilmoituksessaan tarjoaa kuluttajille tiettyä tuotetta ja ilmoittaa hinnan mutta ei seuraavia olennaisia tietoja:

- 1) tuotteen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin viestintävälineen ja tuotteen kannalta on asianmukaista

- 2) hinta ja vertailuhinta ilmaistuna hintojen ilmoittamisesta annetun lain [prisinformationslagen 2004:347] 7–10 §:ssä säädetyllä tavalla

- 3) elinkeinonharjoittajan henkilöllisyys ja maantieteellinen osoite

- 4) maksuehdot, toimitus, valitusten tekeminen ja käsittely, mikäli ne poikkeavat siitä, mikä on kyseisen alan tai tuotteen yhteydessä tavanomaista

- 5) kuluttajalle lain mukaan annettava tieto irtisanomis- tai peruuttamisoikeudesta.

Markkinointi on harhaanjohtavaa myös, jos elinkeinonharjoittaja ilmoituksessaan tarjoaa kuluttajille useita tiettyjä tuotteita ilmoittaen niiden yhteishinnan siten, ettei tarjoukseen sisälly 1 momentin 1–5 kohdassa tarkoitettuja olennaisia tietoja.”

Pääasia ja ennakkoratkaisukysymykset

- 15 Ving on matkanjärjestäjä, joka järjestää tilaus- ja reittilennoilla toteutettavia matkapaketteja. Se myy myös lentolippuja ja hotellivaroituksia niille, jotka haluavat matkustaa omatoimisesti. Matkat myydään joko internetissä, puhelimitse, yrityksen myyntipisteissä tai valikoiduissa matkatoimistoissa kaikkialla Ruotsissa.

- 16 Ving julkaisi 13.8.2008 ruotsalaisessa päivälehdessä ilmoituksen, jossa tarjottiin matkoja New Yorkiin (Yhdysvallat) syyskuun ja joulukuun 2008 välisenä aikana. Kyseisessä ilmoituksessa oli erilaisia tietoja, kuten lihavoiduin kirjaimin kirjoitettu teksti ”New York alkaen 7 820 kruunua”, sen alapuolella pienemmällä kirjaimilla teksti ”Lennot Arlandasta British Airways -lentoyhtiöllä ja kaksi yötä hotelli Bedfordissa. Hinta per henkilö kahden hengen huoneessa, sisältää lentokenttäverot. Lisäyö alkaen 1 320 kruunua. Koskee tiettyjä lähtöjä syys–jouluukuussa. Paikkoja on rajoitettu määrä” ja ilmoituksen vasemmassa alalaidassa ”Vingflex.se Puh. 0771-995995”.
- 17 Konsumentombudsmannen nosti 27.2.2009 ennakkoratkaisua pyytäneessä tuomioistuimessa Vingiä vastaan kanteen sillä perusteella, että tämä kaupallinen viesti oli harhaanjohtavan mainitsematta jättämisen sisältävä ostokehotus, koska matkan pääominaisuuksia ja erityisesti sen hintaa koskevat tiedot olivat riittämättömiä tai ne puuttuivat. Konsumentombudsmannen vaati, että tämä matkanjärjestäjä veloitetaan mainitsemaan ilmoituksessaan kiinteä hinta ja että siltä kielletään alkaen-hintojen ilmoittaminen sakon uhalla. Lisäksi Konsumentombudsmannen vaati, että matkanjärjestäjä veloitetaan täsmentämään, miltä osin ja miten matkan pääominaisuudet, kuten esimerkiksi päivämäärät, kuluttajille tarjottavat vaihtoehdot tai vastaavat ominaispiirteet, saattavat vaikuttaa kaupallisessa viestissä ilmoitettuun alkaen-hintaan.
- 18 Ving kiistää, että kyseessä oleva kaupallinen viesti olisi ostokehotus. Toissijaisesti se väittää, että tuotteen pääominaisuudet on kuvattu viestintävälineen ja tuotteen kannalta asianmukaisessa laajuudessa ja että hinta on mainittu hintojen ilmoittamisesta annetun lain 2004:347 mukaisesti.

19 Ving kiistää myös sen, että kaupallinen viesti merkitsisi sopimatonta menettelyä tai että se olisi jättänyt mainitsematta olennaisia ja selkeitä tietoja. Toissijaisesti Ving väittää, että riidanalaiten tietojen mainitsematta jättäminen ei ole vaikuttanut eikä saattanut vaikuttaa kuluttajan kykyyn tehdä perusteltu kaupallinen ratkaisu.

20 Näissä olosuhteissa Marknadsdomstolen on katsonut, että sen käsiteltävänä olevan riita-asian ratkaisu riippuu direktiivin 2005/29 tulkinnasta, ja se on päättänyt lykätä asian käsittelyä ja esittää unionin tuomioistuimelle seuraavat ennakkoratkaisukysymykset:

”1) Onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaan sisältyvää edellytystä ’näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen’ tulkittava siten, että kyseessä on ostokehoitus jo silloin, kun tiedot ilmoitetusta tuotteesta ja sen hinnasta ovat kuluttajalle riittäviä ostopäätöksen tekemiseksi, vai edellytetäänkö, että kaupallisessa viestissä myös annetaan tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus (esim. tilauskuponki) tai että ilmoitus esitetään sellaisen mahdollisuuden yhteydessä (esim. mainos liikkeen ulkopuolella)?

2) Jos [ensimmäiseen] kysymykseen vastataan siten, että tosiasiallista mahdollisuutta tuotteen ostamiseen edellytetään, onko sellaisen mahdollisuuden katsottava olevan olemassa jo silloin, jos kaupallisessa viestissä viitataan puhelinnumeroon tai internetsivustoon, josta tuote voidaan tilata?

- 3) Onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaa tulkittava siten, että hintaa koskeva edellytys täyttyy, jos kaupalliseen viestiin sisältyy alkaen-hinta eli alin hinta, jolla ilmoitettua tuotetta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvia tuotteita voidaan ostaa, mutta ilmoitetusta tuotteesta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvista tuotteista on samanaikaisesti olemassa muunlaisia tai muunsisältöisiä vaihtoehtoja, joiden hintoja ei mainita?

- 4) Onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaa tulkittava siten, että tuotteen ominaispiirteitä koskeva edellytys täyttyy jo, kun tuotteesta on sanallinen tai kuvallinen esitys – eli kun tuote yksilöidään mutta sitä ei kuvata tarkemmin?

- 5) Jos [neljänten] kysymykseen vastataan myöntävästi, koskeeko tämä myös tilannetta, jossa ilmoitettua tuotetta tarjotaan erilaisina vaihtoehtoina mutta kaupallisessa viestissä ainoastaan viitataan niihin yhteistä nimitystä käyttäen?

- 6) Jos kyseessä on ostokehottus, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohtaa tulkittava siten, että on riittävää, että tuotteen pääominaisuuksista mainitaan vain joitakin ja elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, edellyttäen, että internetsivustolla on 7 artiklan 4 kohdassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista?

- 7) Onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohtaa tulkittava siten, että alkaen-hinnan ilmoittaminen riittää siihen, että hintaa koskevan edellytyksen on katsottava täyttyvän?”

Ennakkoratkaisukysymysten tarkastelu

Alustavat huomautukset

- 21 Direktiivin 2005/29 tavoitteena on lähentää jäsenvaltioiden lakeja, jotka koskevat kuluttajien taloudellisia etuja välittömästi vahingoittavia ja siten laillisesti toimivien kilpailijoiden taloudellisia etuja välillisesti vahingoittavia sopimattomia kaupallisia menettelyjä, sopimaton mainonta mukaan lukien.
- 22 Direktiivin 2005/29 säännösten tulkitsemisessa kuluttajan käsite on ensiarvoisen tärkeä. Tässä direktiivissä mittapuuksi otetaan tavanomaisesti valistunut, kohtuullisen tarkkaavainen ja huolellinen keskivertokuluttaja, ja huomioon otetaan sosiaaliset, kulttuuriset ja kielelliset tekijät.
- 23 Unionin tuomioistuin on jo aiemmin katsonut harhaanjohtavan mainonnan osalta, että kansallisen tuomioistuimen on otettava huomioon se, miten tavanomaisesti valistunut ja kohtuullisen tarkkaavainen ja huolellinen keskivertokuluttaja mieltää asian (ks. vastaavasti asia C-356/04, Lidl Belgium, tuomio 19.9.2006, Kok., s. I-8501, 78 kohta ja asia C-159/09, Lidl, tuomio 18.11.2010, Kok., s. I-11761, 47 kohta).
- 24 Lisäksi on todettava, että ainoastaan sellainen kaupallinen menettely, jonka on ensin todettu olevan ostokehotus, kuuluu direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan soveltamisalaan, kun taas kaikki kaupalliset menettelyt, mukaan lukien ostokehotukset, kuuluvat tämän direktiivin 7 artiklan 1, 2, 3 ja 5 kohdan soveltamisalaan. Kyseisen direktiivin 2 artiklan i alakohdassa määritellystä ostokehotuksesta on käytävä ilmi saman direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa luetellut olennaiset tiedot, joita kuluttaja

tarvitsee perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen. Tällaisten edellä mainitussa säännöksessä olennaisiksi luokiteltujen tietojen puuttuessa ostokehutus on direktiivin 2005/29 5 artiklan 4 kohdan ja 7 artiklan mukaan harhaanjohtava ja näin ollen sopimaton.

- 25 Lopuksi on huomautettava, että – kuten direktiivin 2005/29 johdanto-osan 15 perustelukappaleesta ja 7 artiklan 5 kohdasta käy ilmi – unionin lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään myös olennaisina. Näitä unionin säännöksiä koskevaan, direktiivin 2005/29 liitteessä II olevaan luetteloon, joka ei ole tyhjentävä, sisältyy muun muassa matkapaketeista, pakettilomista ja pakettikiertomatkoista 13.6.1990 annetun neuvoston direktiivin 90/314/ETY (EYVL L 158, s. 59) 3 artikla.
- 26 Näin ollen kansallisen tuomioistuimen olisi tutkittava tämän viimeksi mainitun säännöksen merkityksellisyys, vaikka siihen liittyviä kysymyksiä ei ole otettu esille eikä niitä ole käsitelty unionin tuomioistuimessa.

Ensimmäinen kysymys

- 27 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin tiedustele ensimmäisellä kysymyksellään, onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaan sisältyvää ilmaisua ”näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen” tulkittava siten, että kyseessä on ostokehutus sillä edellytyksellä, että kaupallisessa viestissä myös annetaan tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus, vai siten, että ostokehutus on olemassa jo silloin, kun

tiedot ilmoitetusta tuotteesta ja sen hinnasta ovat kuluttajalle riittäviä ostopäätöksen tekemiseksi.

- 28 Kuten julkisasiamies on korostanut ratkaisuehdotuksensa 22 kohdassa, ostokehutus on direktiivin 2005/29 mukaan mainonnan erityinen muoto, johon liittyy kyseisen direktiivin 7 artiklan 4 kohdan nojalla tehostettu tietojenantovelvollisuus.
- 29 Ainoastaan ostokehotuksen käsitteen tulkinta, joka ei ole suppea, on sopusoinnussa direktiivin 1 artiklan mukaisen tavoitteen eli korkeatasoisen kuluttajansuojan saavuttamisen kanssa.
- 30 Näiden täsmennysten valossa ei voida katsoa, että ilmaisu ”näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen” sisältäisi lisäedellytyksen ostokehotukseksi luokittelulle, vaan se osoittaa tuotteen ominaispiirteitä ja hintaa koskevien sellaisten vaatimusten tarkoituksen, joiden takia kuluttajalla on riittävästi tietoa ostoksen tekemiseen.
- 31 Tätä päätelmää tukee adverbien ”näin” käyttöön perustuva sanamuodon mukainen tulkinta, ja päätelmä vastaa direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdan teleologista tulkintaa.
- 32 Jotta kaupallinen viesti voidaan määritellä ostokehotukseksi, ei näin ollen ole tarpeen, että siinä annetaan tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus tai että kaupallinen viesti esitetään sellaisen mahdollisuuden yhteydessä.
- 33 Tässä tilanteessa ensimmäiseen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa olevaa ilmaisua ”näin mahdollistetaan kuluttajalle

ostoksen tekeminen” on tulkittava niin, että kyseessä on ostokehottus silloin, kun tiedot ilmoitetusta tuotteesta ja sen hinnasta ovat kuluttajalle riittäviä ostopäätöksen tekemiseksi, eikä ole tarpeellista, että kaupallisessa viestissä annetaan myös tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus tai että kaupallinen viesti esitetään tällaisen mahdollisuuden yhteydessä.

Toinen kysymys

- 34 Kun otetaan huomioon ensimmäiseen kysymykseen annettu vastaus, toiseen kysymykseen ei ole tarpeen vastata.

Kolmas kysymys

- 35 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin tiedustelee kolmannella kysymyksellään, onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaa tulkittava niin, että hinnan ilmoittamista koskeva edellytys täyttyy, jos kaupalliseen viestiin sisältyy alkaen-hinta eli alin hinta, jolla ilmoitettua tuotetta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvia tuotteita voidaan ostaa, mutta ilmoitetusta tuotteesta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvista tuotteista on samanaikaisesti olemassa muunlaisia tai muunsisältöisiä vaihtoehtoja, joiden hintoja ei mainita.
- 36 Koska direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa ei edellytetä lopullisen hinnan ilmoittamista, ei voida suoralta kädeltä sulkea pois sitä mahdollisuutta, että tuotteen hinnan ilmoittamista koskeva edellytys täyttyy alkaen-hinnan mainitsemisella.

- 37 Kyseisessä säännöksessä säädetään, että ostokehutuksessa on ilmaistava tuotteen hinta käytetylle kaupallisen viestinnän keinolle asianmukaisella tavalla. On kuitenkin mahdollista, että käytettävällä viestinnän keinolla on vaikeaa ilmaista tuotteen kaikkia vaihtoehtoja koskevat hinnat.
- 38 Lisäksi direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohdassakin todetaan harhaanjohtavasta mainitsematta jättämisestä, että elinkeinonharjoittaja ei tuotteen luonteen vuoksi voi välttämättä kohtuudella ilmoittaa lopullista hintaa etukäteen.
- 39 On myös niin, että mikäli katsottaisiin, että alkaen-hinnan ilmoittaminen ei täytä direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdan mukaista hinnan ilmaisemista koskevaa edellytystä, elinkeinonharjoittajille olisi helppoa ilmoittaa ainoastaan alkaen-hinta niin, että kyseessä olevaa kaupallista viestiä ei määriteltäisi ostokehutukseksi ja että siihen ei sovellettaisi tämän direktiivin 7 artiklan 4 kohdan säännöksiä. Tällaisella tulkinnalla haitattaisiin tämän tuomion 28 ja 29 kohdassa todettua tämän direktiivin tehokasta vaikutusta.
- 40 Edellä esitetystä seuraa, että alkaen-hinta voi täyttää direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdan mukaisen hinnan ilmaisemista koskevan edellytyksen, jos – tuotteen luonteen ja ominaispiirteiden sekä kaupallisen viestinnän keinon mukaan – kuluttaja voi tämän hinnan ilmaisemisen perusteella tehdä kaupallisen ratkaisun.
- 41 Näin ollen kolmanteen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaa on tulkittava niin, että tuotteen hinnan ilmoittamista koskeva edellytys voi täytyä, jos kaupallinen viesti sisältää alkaen-hinnan eli alimman hinnan, jolla ilmoitettua tuotetta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvia tuotteita voidaan ostaa, mutta ilmoitetusta tuotteesta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvista tuotteista on samanaikaisesti olemassa muunlaisia tai muunsisältöisiä vaihtoehtoja, joiden hintoja ei mainita.

Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on tutkia tuotteen luonteen ja ominaispiirteiden sekä kaupallisen viestinnän keinon perusteella, voiko kuluttaja tehdä alkaen-hinnan mainitsemisen perusteella kaupallisen ratkaisun.

Neljäs ja viides kysymys

- 42 Neljännellä ja viidennellä kysymyksellään, joita on syytä käsitellä yhdessä, ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin haluaa tietää, onko direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdasta tulkittava niin, että tuotteen ominaispiirteiden ilmaisemista koskeva edellytys täyttyy, kun tuotteesta on sanallinen tai kuvallinen esitys, siinäkin tapauksessa, että samaa sanallista tai kuvallista esitystä käytetään osoittamaan erilaisina vaihtoehtoina tarjottua tuotetta.
- 43 Tuotteella, sellaisena kuin se on määritelty kyseisen direktiivin 2 artiklan c alakohdassa, tarkoitetaan tavaraa tai palvelua, kiinteä omaisuus, oikeudet ja velvoitteet mukaan luettuina.
- 44 Tuotteen ominaispiirteitä koskevat tiedot voivat kuitenkin vaihdella huomattavasti tuotteen luonteen mukaan.
- 45 Siltä osin kuin direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa edellytetään, että tuotteen ominaispiirteet on ilmaistava käytetylle keinolle asianmukaisella tavalla, käytetty kaupallisen viestinnän keino on tässä otettava huomioon. Tuotteen kuvaukselta ei voida

vaatia samanlaista tarkkuutta välittämättä siitä, missä muodossa – radiossa, televisiossa, elektronisesti vai painetussa muodossa – kaupallinen viesti esitetään.

- 46 Sanallisen tai kuvallisen esityksen avulla kuluttaja voi muodostaa käsityksen tuotteen luonteesta ja ominaispiirteistä tehdäkseen kaupallisen ratkaisun siinäkin tapauksessa, että tämä sama esitys kuvaa tarjottua tuotetta erilaisina vaihtoehtoina.
- 47 Kuten julkisasiamies on todennut ratkaisuehdotuksensa 29 kohdassa, alkaen-hinta voi myös antaa kuluttajalle mahdollisuuden ymmärtää, että tuotetta, jonka hän on kyennyt tunnistamaan, on olemassa erilaisina vaihtoehtoina.
- 48 Kansallisen tuomioistuimen asiana on määritellä tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä käytetty viestinnän keino, onko kuluttajalla kaupallisen ratkaisun tekemistä varten riittävät tiedot tuotteen tunnistamiseen ja erottamiseen.
- 49 Näin ollen neljänteen ja viidenteen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohtaa on tulkittava niin, että tuotteen ominaispiirteiden ilmaisemista koskeva edellytys täyttyy, kun tuotteesta on sanallinen tai kuvallinen esitys, siinäkin tapauksessa, että samaa sanallista tai kuvallista esitystä käytetään osoittamaan erilaisina vaihtoehtoina tarjottua tuotetta. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on määritellä tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä käytetty viestinnän keino, onko kuluttajalla kaupallisen ratkaisun tekemistä varten riittävät tiedot tuotteen tunnistamiseen ja erottamiseen.

Kuudes kysymys

- 50 Kansallinen tuomioistuin tiedustelee kuudennella kysymyksellään, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohdasta tulkittava niin, että on riittävää, että tuotteen pääominaisuuksista mainitaan vain joitakin ja elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, edellyttäen, että internetsivustolla on tämän direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista.
- 51 On aiheellista huomauttaa, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdassa esitettyjä kaupallisia menettelyjä on arvioitava tapauskohtaisesti, kun taas kyseisen direktiivin liitteessä I tarkoitettuja kaupallisia menettelyjä pidetään kaikissa olosuhteissa sopimattomina (ks. vastaavasti yhdistetyt asiat C-261/07 ja C-299/07, VTB-VAB, tuomio 23.4.2009, Kok., s. I-2949, 56 kohta ja asia C-304/08, Plus Warenhandelsgesellschaft, tuomio 14.1.2010, Kok., s. I-217, 45 kohta).
- 52 Direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohdassa viitataan tuotteen pääominaisuuksiin, mutta ei määritellä tätä käsitettä eikä anneta sitä koskevaa tyhjentävää lueteloa. Kohdassa täsmennetään kuitenkin, että on otettava huomioon käytetty viestintäväline ja kyseessä oleva tuote.
- 53 Tätä säännöstä on luettava yhdessä tämän direktiivin 7 artiklan 1 kohdan kanssa, jonka mukaan kaupallista menettelyä arvioitaessa on otettava huomioon muun muassa asiayhteys sekä käytetyn viestintävälineen rajoitukset.

- 54 Lisäksi on todettava, että kyseisen direktiivin 7 artiklan 3 kohdassa todetaan nimenomaisesti, että päätettäessä siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta, otetaan huomioon käytettävän viestintävälineen asettamat paikkaan tai aikaan liittyvät rajoitukset sekä elinkeinonharjoittajan toteuttamat toimenpiteet tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin.
- 55 Näin ollen niiden tietojen laajuutta, jotka elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava tuotteen pääominaisuuksista ostokehoutuksen yhteydessä, on arvioitava ottamalla huomioon ostokehoutuksen asyayhteys, tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä käytetty viestinnän keino.
- 56 Edellä esitetystä seuraa, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohta ei ole esteenä sille, että ainoastaan tietyt tuotteen pääominaisuudet mainitaan ostokehoutuksessa, mikäli elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, edellyttäen, että internetsivustolla on tämän direktiivin 7 artiklassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista.
- 57 On kuitenkin huomautettava, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 5 kohdan mukaan unionin lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään olennaisina, ja tämän direktiivin liitteessä II on tällaisista vaatimuksista luettelo, joka ei ole tyhjentävä. Tässä liitteessä viitattuihin teksteihin sisältyy muun muassa matkapaketeista, pakettilomista ja pakettikiertomatkoista annetun direktiivin 90/314 3 artikla, jonka 2 kohdassa luetellaan tietyt tiedot, joiden on käytävä ilmi tämäntyyppisiä matkoja, lomiam ja kiertomatkoja koskevista esitteistä.

- 58 Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on selvittää tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon ostokehotuksen asiayhteys, käytetty viestintäväline sekä tuotteen luonne ja ominaispiirteet, voiko kuluttaja tehdä perustellun kaupallisen ratkaisun pelkästään tuotteen tiettyjen pääominaisuuksien maininnan perusteella.
- 59 Edellä esitettyjen seikkojen perusteella kuudenteen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohtaa on tulkittava niin, että voi olla riittävää mainita tuotteen pääominaisuuksista vain joitakin, mikäli elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, jos internetsivustolla on tämän direktiivin 7 artiklassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on selvittää tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon ostokehotuksen asiayhteys, käytetty viestintäväline sekä tuotteen luonne ja ominaispiirteet, voiko kuluttaja tehdä perustellun kaupallisen ratkaisun pelkästään tuotteen tiettyjen pääominaisuuksien maininnan perusteella.

Seitsemäs kysymys

- 60 Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin tiedustelee seitsemännellä kysymyksellään, onko direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohtaa tulkittava niin, että alkaenhinnan ilmoittaminen riittää siihen, että hintaa koskevan edellytyksen on katsottava täyttyvän.
- 61 Tätä kysymystä on tarkasteltava eri tavalla kuin kolmatta kysymystä.

- 62 Direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohdassa näet määritellään ostokehutus, kun taas direktiivin 7 artiklan 4 kohdan c alakohdassa määritellään ostokehotuksissa olennaisina pidettävät tiedot.
- 63 Vaikka on totta, että hintoja koskevia tietoja pidetään kyseisen direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa pääsääntöisesti olennaisina, tämän säännöksen c alakohdassa säädetään kuitenkin, että mikäli tuotteen luonteen vuoksi hintaa ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tiedoista on käytävä ilmi 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.
- 64 Se, että mainitaan ainoastaan alkaen-hinta, voidaan näin ollen perustella tapauksissa, joissa hintaa ei voida kohtuudella laskea etukäteen, kun otetaan huomioon muun muassa tuotteen luonne ja ominaispiirteet. Asiakirjojen tiedoista käy ilmi, että matkan lopullisen hinnan määrittämiseksi voidaan ottaa huomioon tietyt muuttuvat tekijät, kuten varauksen tekohetki, uskonnollisista ja taiteellisista tapahtumista tai urheilutapahtumista johtuva matkakohteen houkuttelevuus, vuodenaajoista aiheutuvat erityispiirteet sekä matkan päivämäärät ja kellonajat.
- 65 On kuitenkin niin, että kun ostokehotuksesta käy ilmi ainoastaan alkaen-hinta mutta siitä eivät ilmene lopullisen hinnan laskemistapa tai mahdolliset lisäkustannukset tai maininta siitä, että kuluttaja vastaa näistä kustannuksista, on syytä pohtia, riittääkö tällainen tieto kuluttajan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen vai onko katsottava, että kyse on direktiivin 2005/29 7 artiklan mukaisista harhaanjohtavista mainitsematta jättämisistä.

- 66 On todettava, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 3 kohdassa täsmennetään, että jos kaupallisen menettelyn ilmoittamisessa käytettävä väline asettaa paikkaan tai aikaan liittyviä rajoituksia, nämä rajoitukset sekä elinkeinonharjoittajan toteuttamat toimenpiteet tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin otetaan huomioon ratkaisussa siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta.
- 67 Tästä säännöksestä ilmenevää ohjetta, joka koskee huomioon otettavia seikkoja määriteltäessä sitä, onko kaupallinen menettely katsottava harhaanjohtavaksi mainitsematta jättämiseksi, voidaan soveltaa kyseisen direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitettuihin ostokehotuksiin.
- 68 Hintaan liittyvien tietojen laajuus määräytyy tuotteen luonteen ja ominaispiirteiden mutta myös ostokehotukseen käytetyn viestintävälineen perusteella ja ottamalla huomioon elinkeinonharjoittajan mahdollisesti antamat lisätiedot.
- 69 Sen, että ostokehotuksessa ilmoitetaan ainoastaan alkaen-hinta, ei näin ollen voida katsoa sellaisenaan muodostavan harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä.
- 70 Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on määrittää, riittääkö alkaenhinnan mainitseminen siihen, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan mukaisten hinnan ilmoittamista koskevien edellytysten voidaan katsoa täyttyvän.
- 71 Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen on erityisesti tutkittava, estääkö lopullisen hinnan laskemistavan mainitsematta jättäminen kuluttajaa tekemästä perusteltua kaupallista ratkaisua ja näin ollen saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on niin ikään ottaa huomioon käytetyn viestinnän keinon rajoitukset, tuotteen

luonne ja ominaispiirteet sekä muut keinot, joita elinkeinonharjoittaja on tosiasiallisesti käyttänyt saattaakseen tiedot kuluttajan saataville.

- 72 Näin ollen seitsemänteen kysymykseen on vastattava, että direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohtaa on tulkittava niin, että sitä, että ostokehoutuksessa ilmoitetaan ainoastaan alkaen-hinta, ei voida itsessään pitää harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on ratkaista, riittääkö alkaen-hinnan ilmoittaminen siihen, että hinnan ilmoittamista koskevien edellytysten, sellaisina kuin niistä on säädetty mainitussa säännöksessä, voidaan katsoa täyttyvän. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen on erityisesti tutkittava, estääkö lopullisen hinnan laskemistavan mainitsematta jättäminen kuluttajaa tekemästä perusteltua kaupallista ratkaisua ja näin ollen saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on niin ikään ottaa huomioon käytetyn viestinnän keinon rajoitukset, tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä muut keinot, joita elinkeinonharjoittaja on tosiasiallisesti käyttänyt saattaakseen tiedot kuluttajan saataville.

Oikeudenkäyntikulut

- 73 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 (toinen jaosto) on ratkaissut asian seuraavasti:

- 1) 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 ”näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen” on tulkittava niin, että kyseessä on ostoehotus silloin, kun tiedot ilmoitetusta tuotteesta ja sen hinnasta ovat kuluttajalle riittäviä ostopäätöksen tekemiseksi, eikä ole tarpeellista, että kaupallisessa viestissä annetaan myös tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus tai että kaupallinen viesti esitetään tällaisen mahdollisuuden yhteydessä. (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) 2 artiklan i alakohdassa olevaa ilmaisua

- 2) Direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohta on tulkittava niin, että tuotteen hinnan ilmoittamista koskeva edellytys voi täytyä, jos kaupallinen viesti sisältää alkaen-hinnan eli alimman hinnan, jolla ilmoitettua tuotetta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvia tuotteita voidaan ostaa, mutta ilmoitetusta tuotteesta tai ilmoitettuun ryhmään kuuluvista tuotteista on samanaikaisesti olemassa muunlaisia tai muunsisältöisiä vaihtoehtoja, joiden hintoja ei mainita. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on tutkia tuotteen luonteen ja ominaispiirteiden sekä kaupallisen viestinnän keinon perusteella, voiko kuluttaja tehdä alkaen-hinnan mainitsemisen perusteella kaupallisen ratkaisun.

- 3) Direktiivin 2005/29 2 artiklan i alakohta on tulkittava niin, että tuotteen ominaispiirteiden ilmaisemista koskeva edellytys täyttyy, kun tuotteesta on

sanallinen tai kuvallinen esitys, siinäkin tapauksessa, että samaa sanallista tai kuvallista esitystä käytetään osoittamaan erilaisina vaihtoehtoina tarjottua tuotetta. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on määrittellä tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon tuotteen luonne ja ominaispiirteet sekä käytetty viestinnän keino, onko kuluttajalla kaupallisen ratkaisun tekemistä varten riittävät tiedot tuotteen tunnistamiseen ja erottamiseen.

- 4) Direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan a alakohtaa on tulkittava niin, että voi olla riittävää mainita tuotteen pääominaisuuksista vain joitakin, mikäli elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, jos internetsivustolla on tämän direktiivin 7 artiklassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on selvittää tapauskohtaisesti ja ottaen huomioon ostoehotuksen asiayhteys, käytetty viestintäväline sekä tuotteen luonne ja ominaispiirteet, voiko kuluttaja tehdä perustellun kaupallisen ratkaisun pelkästään tuotteen tiettyjen pääominaisuuksien maininnan perusteella.

- 5) Direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan c alakohtaa on tulkittava niin, että sitä, että ostoehotuksessa ilmoitetaan ainoastaan alkaen-hinta, ei voida itsessään pitää harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on ratkaista, riittääkö alkaen-hinnan ilmoittaminen siihen, että hinnan ilmoittamista koskevien edellytysten, sellaisina kuin niistä on säädetty mainitussa säännöksessä, voidaan katsoa täyttyvän. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen on erityisesti tutkittava, estääkö lopullisen hinnan laskemistavan mainitsematta jättäminen kuluttajaa tekemästä perusteltua kaupallista ratkaisua ja näin ollen saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen asiana on niin ikään ottaa huomioon käytetyn viestinnän keinon rajoitukset, tuotteen luonne ja ominaispiirteet

sekä muut keinot, joita elinkeinonharjoittaja on tosiasiallisesti käyttänyt saattaakseen tiedot kuluttajan saataville.

Allekirjoitukset