



## Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (peto vijeće)

12. lipnja 2019.\*

„Zahtjev za prethodnu odluku – Zaštita potrošača – Direktiva 2005/29/EZ – Nepoštena poslovna praksa poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču – Pojam ‚agresivna poslovna praksa‘ – Obveza potrošača da konačnu odluku o poslu donese u prisutnosti dostavljača koji mu uruči opće uvjete ugovora”

U predmetu C-628/17,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Sąd Najwyższy (Vrhovni sud, Poljska), odlukom od 14. rujna 2017., koju je Sud zaprimio 8. studenoga 2017., u postupku

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

protiv

**Orange Polska S. A.,**

SUD (peto vijeće),

u sastavu: E. Regan, predsjednik vijeća, C. Lycourgos, E. Juhász (izvjestitelj), M. Ilešić i I. Jarukaitis, suci, nezavisni odvjetnik: M. Campos Sánchez-Bordona,

tajnik: K. Malacek, administrator,

uzimajući u obzir pisani postupak i nakon rasprave održane 28. studenoga 2018.,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

- za Orange Polska S. A., K. Szczepanowska-Kozłowska, *radca prawny*, i M. Gajdus, *adwokat*,
- za poljsku vladu, B. Majczyna, S. Żyrek i E. Borawska-Kędzierska, u svojstvu agenata,
- za Europsku komisiju, N. Ruiz García i A. Szymkowska, u svojstvu agenata,

saslušavši mišljenje nezavisnog odvjetnika na raspravi održanoj 30. siječnja 2019.,

donosi sljedeću

\* Jezik postupka: poljski

## Presudu

- 1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 2. točke (j) te članaka 8. i 9. Direktive 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu i o izmjeni Direktive Vijeća 84/450/EEZ, direktiva 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća (SL 2005., L 149, str. 22.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 8., str. 101. i ispravak SL 2016., L 332, str. 25.).
- 2 Zahtjev je upućen u okviru spora između Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (predsjednik Ureda za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača, Poljska) i društva Orange Polska S. A. u vezi s poslovnom praksom koja je kvalificirana kao „agresivna poslovna praksa”.

### Pravni okvir

#### *Pravo Unije*

- 3 Uvodne izjave 7., 16. i 17. Direktive 2005/29 glase:
  - „7. [...] U primjeni ove Direktive, a posebno njezinih općih odredaba, u potpunosti bi trebalo uzeti u obzir kontekst svakog pojedinačnog slučaja.
  - [...]
  16. Odredbe o agresivnoj poslovnoj praksi trebale bi obuhvaćati praksu koja u znatnoj mjeri narušava potrošačevu slobodu izbora. To je praksa pri kojoj se koristi uznemiravanje, prisila, uključujući uporabu fizičke sile te nedopušteni utjecaj.
  17. Kako bi se osigurala veća pravna sigurnost, poželjno je utvrditi poslovnu praksu koja se u svim okolnostima smatra nepoštenom. Prilog I. stoga sadrži cjelovit popis postupaka koji predstavljaju takvu praksu. To su jedina poslovna postupanja koja se mogu smatrati nepoštenima a da se ne poduzima ocjenjivanje svakog pojedinog slučaja s obzirom na odredbe članaka 5. do 9. Popis se može izmijeniti jedino revizijom ove Direktive.”
- 4 U skladu s člankom 2. te direktive naslovljenim „Definicije”:
  - „Za potrebe ove Direktive:
    - [...]
    - (e) ‚bitno narušavanje gospodarskog ponašanja potrošača’ znači korištenje poslovne prakse s ciljem bitnog narušavanja potrošačeve sposobnosti da donese informiranu odluku, što potrošača navodi na donošenje odluke o poslu koju inače ne bi donio;
    - [...]
    - (j) ‚nedopušteni utjecaj’ znači iskorištavanje položaja moći u odnosu na potrošača, i to korištenjem pritiska, čak i bez uporabe fizičke sile ili prijetnje fizičkom silom, na način kojim se u znatnoj mjeri ograničava potrošačeva sposobnost donošenja informirane odluke;

(k) „odluka o poslu” znači svaka odluka koju donosi potrošač, bilo da se ona tiče načina i uvjeta kupnje, plaćanja u cijelosti ili djelomično, zadržavanja proizvoda ili raspolaganja proizvodom, odnosno izvršenja prava iz ugovora u vezi s proizvodom, bez obzira na to je li se potrošač odlučio djelovati ili suzdržati se od djelovanja;

[...]”

5 Člankom 5. navedene direktive, naslovljenim „Zabrana nepoštene poslovne prakse”, koji se nalazi u njezinu poglavlju 2., naslovljenom „Nepoštena poslovna praksa”, određuje se:

„1. Nepoštena poslovna praksa se zabranjuje.

2. Poslovna praksa je nepoštena:

(a) ako je u suprotnosti sa zahtjevima u pogledu profesionalne pažnje;

i

(b) ako bitno narušava ili je vjerojatno da će bitno narušiti gospodarsko ponašanje prosječnog potrošača do kojeg dopire odnosno kojem je namijenjena, u odnosu na proizvod, odnosno gospodarsko ponašanje prosječnog člana skupine ako je poslovna praksa usmjerena određenoj skupini potrošača.

3. Poslovna praksa, za koju je vjerojatno da će bitno narušiti gospodarsko ponašanje samo jasno prepoznatljive skupine potrošača koji su u odnosu na praksu odnosno predmetni proizvod posebno ranjivi zbog duševne ili tjelesne nemoći, dobi ili lakovjernosti, na način koji bi trgovac u razumnoj mjeri mogao predvidjeti, ocjenjuju se sa stajališta prosječnog člana te skupine. Time se ne dovodi u pitanje uobičajena i zakonita praksa oglašavanja koja se sastoji od iznošenja preuveličanih izjava ili izjava koje ne treba shvaćati doslovno.

4. Nepoštenom poslovnom praksom smatra se posebno:

(a) zavaravajuća poslovna praksa kako je određena u člancima 6. i 7.;

ili

(b) agresivna poslovna praksa kako je određena u člancima 8. i 9.

5. Prilog I. sadrži popis postupaka koji predstavljaju takvu praksu, a koji se u svim okolnostima smatraju nepoštenima. Isti jedinstven popis primjenjuje se u svim državama članicama i može se izmijeniti jedino revizijom ove Direktive.”

6 U istom poglavlju 2. Direktive 2005/29, odjeljak 2., naslovljen „Agresivna poslovna praksa”, sadržava članke 8. i 9. te direktive.

7 Članak 8. navedene direktive, naslovljen „Agresivna poslovna praksa”, glasi:

„Poslovna praksa smatra se agresivnom ako u danom činjeničnom okviru, uzimajući u obzir sva njegova obilježja i okolnosti, uznemiravanjem, prisilom, uključujući uporabu fizičke sile te nedopuštenim utjecajem u znatnoj mjeri narušava ili je vjerojatno da će u znatnoj mjeri narušiti slobodu izbora prosječnog potrošača odnosno njegovo postupanje u vezi s proizvodom, te ga na taj način navodi ili je vjerojatno da će ga navesti na donošenje odluke o poslu koju inače ne bi donio.”

- 8 Članak 9. iste direktive, naslovljen „Primjena uznemiravanja, prisile i nedopuštenog utjecaja”, glasi:  
„Pri utvrđivanju koristi li se u poslovnoj praksi uznemiravanje, prisila, uključujući uporabu fizičke sile, ili nedopuštenim utjecajem, u obzir se uzima:
- (a) njezina vremenska dimenzija, mjesto, priroda odnosno trajanje;
  - (b) uporaba prijetećeg ili pogrdnog jezika ili ponašanja;
  - (c) slučaj kada trgovac iskorištava specifičnu nesreću ili okolnosti takve težine koja narušava potrošačevo prosuđivanje, čega je trgovac svjestan, kako bi utjecao na potrošačevu odluku vezanu uz proizvod;
  - (d) sve teške ili nerazmjerne neugovorne prepreke koje trgovac uvodi u slučaju kada potrošač želi iskoristiti prava prema ugovoru, uključujući prava na raskid ugovora ili prelazak na drugi proizvod odnosno drugog trgovca;
  - (e) svaka prijetnja poduzimanjem radnje koja se ne može zakonski poduzeti.”
- 9 U Prilogu I. Direktivi 2005/29, naslovljenom „Poslovna praksa koja se u svim okolnostima smatra nepoštenom”, u točkama 24. do 31., navode se i utvrđuju „Agresivne poslovne prakse”.

### ***Poljsko pravo***

- 10 U skladu s člankom 8. stavcima 1. i 2. ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Zakon o suzbijanju nepoštene poslovne prakse) od 23. kolovoza 2007. (Dz. U. br. 171, pozicija 1206), u verziji primjenjivoj na činjenice u glavnom postupku:
- „1. Poslovna praksa smatra se agresivnom ako nedopuštenim utjecajem stvarno osjetno narušava ili je vjerojatno da će osjetno narušiti slobodu izbora prosječnog potrošača odnosno njegovo postupanje u vezi s proizvodom, te ga na taj način stvarno navodi ili je vjerojatno da će ga navesti na donošenje odluke o ugovoru koju inače ne bi donio.
2. Nedopuštenim utjecajem smatra se svaki oblik iskorištavanja položaja moći u odnosu na potrošača, a osobito primjena ili prijetnja fizičkom ili psihičkom prisilom na način kojim se znatno ograničava sposobnost prosječnog potrošača da donese informiranu odluku u odnosu na određeni ugovor.”

### **Glavni postupak i prethodno pitanje**

- 11 Poduzetnik čiji je pravni sljednik društvo Orange Polska sklapao je s potrošačima ugovore o pružanju telekomunikacijskih usluga i dodacima mijenjao ugovorne uvjete, u okviru prodaje na daljinu putem internetske odnosno telefonske prodaje.
- 12 Proces sklapanja odnosno izmjene ugovorâ putem internetske trgovine uključivao je sljedeće faze:
- posjećivanje internetske stranice i upoznavanje potrošača s ponudom trgovca, uz mogućnost pristupa predloženim modelima ugovora putem poveznice;
  - potrošačev odabir proizvoda ili ugovora;
  - naručivanje, a da pritom potrošač ne daje izjavu o tome da je upoznat s odabranim modelom ugovora;

- potvrda narudžbe potrošača;
  - izvršavanje narudžbe putem dostavne službe čiji dostavljač uručuje potrošaču nacrt ugovora ili dodatak kao i dokumente koji su njihov sastavni dio, odnosno priloge, uvjete poslovanja i cjenike, koje je prethodno potpisao trgovac;
  - sklapanje ugovora ili dodatka i eventualno isporuka proizvoda; prilikom potpisivanja ugovora ili dodatka, u prisutnosti dostavljača, potrošač izjavljuje da je upoznat s dokumentima koji su mu uručeni i da prihvaća njihov sadržaj, pri čemu potrošač u slučaju nepotpisivanja ugovora ili dodatka mora posjetiti fizičko prodajno mjesto ili izvršiti novu narudžbu internetskim ili telefonskim putem,
  - ugovor stupa na snagu.
- 13 Postupak sklapanja odnosno izmjene ugovora putem telefonske prodaje odvija se na sličan način, pri čemu on uključuje telefonsku komunikaciju između potrošača i operatera trgovca.
- 14 Odlukom od 30. prosinca 2010., predsjednik Ureda za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača utvrdio je da predmetna praksa predstavlja nepoštenu poslovnu praksu kojom se nanosi šteta kolektivnim interesima potrošača, u smislu Zakona o suzbijanju nepoštenih poslovnih praksi, u verziji koja se primjenjuje na činjenice u glavnom postupku, te je naložio da se ta praksa okonča. Prema toj odluci, navedena je praksa obvezivala potrošače da odluku o ugovoru i modelima ugovorâ donesu u prisutnosti dostavljača, pri čemu im nije omogućeno da se neometano upoznaju s njihovim sadržajem.
- 15 Presudom od 27. listopada 2014., Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Okružni sud u Varšavi – Sud za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača, Poljska) poništio je navedenu odluku.
- 16 Predsjednik Ureda za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača je protiv te presude podnio žalbu, koja je bila odbijena presudom od 4. ožujka 2017. Sąda Apelacyjnego w Warszawie (Žalbeni sud u Varšavi, Poljska).
- 17 Predsjednik Ureda za zaštitu tržišnog natjecanja i potrošača podnio je žalbu protiv te presude Sądu Najwyższy (Vrhovni sud, Poljska).
- 18 Smatrajući da je za rješenje spora koji se pred njim vodi potrebno tumačenje odredaba Direktive 2005/29, Sąd Najwyższy (Vrhovni sud) odlučio je prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeće prethodno pitanje:
- „Trebali li članak 8. [Direktive 2005/29] u vezi s [njezinim] člankom 9. i člankom 2. točkom (j) [...] tumačiti na način da primjenu modela sklapanja ugovorâ na daljinu o pružanju telekomunikacijskih usluga, pri čemu potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača koji mu uruči model ugovora [opće uvjete poslovanja], treba smatrati agresivnom poslovnom praksom na temelju nedopuštenog utjecaja:
- (a) uvijek zato što se potrošač prilikom posjeta dostavljača ne može neometano upoznati sa sadržajem uručenih modela [ugovorâ];
  - (b) samo onda kada potrošač nije unaprijed i na individualizirani način (na primjer, na svoju adresu elektroničke pošte ili adresu stanovanja) primio sve modele ugovorâ, čak i ako je imao mogućnost da se prije posjeta samog dostavljača upozna s njihovim sadržajem na internetskoj stranici trgovca;

- (c) samo onda kada dodatna utvrđenja upućuju na to da je taj trgovac poduzeo nepoštene radnje ili su iste poduzete po njegovu nalogu radi toga da se ograniči sloboda izbora potrošača u pogledu odluke o poslu koju treba donijeti?”

### O prethodnom pitanju

- 19 Svojim pitanjem, sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li članak 2. točku (j) te članke 8. i 9. Direktive 2005/29 tumačiti na način da primjena od strane trgovca modela sklapanja odnosno izmjene ugovorâ o pružanju telekomunikacijskih usluga, poput onog iz glavnog postupka, u okviru kojeg potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača koji mu uruči model ugovora, a da se potrošač ne može neometano upoznati sa sadržajem potonjeg u trenutku prisutnosti tog dostavljača.
- predstavlja agresivnu poslovnu praksu u svim okolnostima;
  - predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, ako potrošaču nisu unaprijed i na individualiziran način, među ostalim, na njegovu adresu elektroničke pošte ili adresu stanovanja, poslani svi modeli ugovorâ, čak i ako je taj potrošač imao mogućnost da se prije posjeta dostavljača upozna s njihovim sadržajem, i/ili
  - predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, kada su trgovac ili dostavljač poduzeli nepoštene radnje kojima se ograničava sloboda izbora potrošača.
- 20 Kad je riječ, kao prvo, o tome predstavlja li model sklapanja ugovorâ iz glavnog postupka agresivnu poslovnu praksu u svim okolnostima, valja podsjetiti na to da se poglavlje 2. Direktive 2005/29, naslovljeno „Nepoštena poslovna praksa”, sastoji od dvaju odjeljaka, odnosno odjeljka 1., koji se odnosi na zavaravajuću poslovnu praksu, i odjeljka 2., koji se odnosi na agresivnu poslovnu praksu.
- 21 Stavkom 1. članka 5. te direktive, koji se nalazi u njezinu poglavlju 2., zabranjuje se nepoštena poslovna praksa, a u njegovu stavku 2. određuju se kriteriji za utvrđivanje je li određena poslovna praksa nepoštena.
- 22 U stavku 4. tog članka 5. pojašnjava se da su nepoštene, osobito, poslovne prakse koje su „zavaravajuće”, u smislu članaka 6. i 7. Direktive 2005/29, i one koje su „agresivne”, u smislu članaka 8. i 9. te direktive.
- 23 Usto je stavkom 5. navedenog članka 5. predviđeno da Prilog I. Direktivi 2005/29 sadržava popis postupaka koji predstavljaju takvu praksu, a koji se u svim okolnostima smatraju nepoštenima i da se taj popis primjenjuje u svim državama članicama te da se može izmijeniti jedino revizijom te direktive
- 24 U tom se pogledu u uvodnoj izjavi 17. Direktive 2005/29 navodi da, kako bi se osigurala veća pravna sigurnost, jedino se postupci navedeni u tom Prilogu I. u svim okolnostima smatraju nepoštenima, a da se u svakom pojedinom slučaju ne mora provesti njihovo ocjenjivanje s obzirom na odredbe članaka 5. do 9. te direktive.
- 25 S obzirom na to da Prilog I. Direktivi 2005/29 sadržava cjelovit i iscrpan popis, poslovnu praksu iz glavnog postupka se u smislu te direktive može okvalificirati kao agresivnu poslovnu praksu u svim okolnostima samo pod uvjetom da odgovara jednoj od situacija koje su navedene u točkama 24. do 31. tog priloga.
- 26 Međutim, već se iz samog teksta točaka 24. do 31. može utvrditi da nije riječ o takvoj situaciji, što se u glavnom postupku nije niti tvrdilo.



- 27 Stoga valja zaključiti da primjena od strane trgovca modela sklapanja ugovorâ o pružanju telekomunikacijskih usluga u okviru kojeg potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača koji mu uruči model ugovora, a da se potrošač ne može neometano upoznati sa sadržajem potonjeg u trenutku prisutnosti tog dostavljača, ne predstavlja praksu koja se u svim okolnostima može okvalificirati kao agresivna poslovna praksa.
- 28 Kad je riječ, kao drugo, o tome predstavlja li model sklapanja ugovorâ iz glavnog postupka agresivnu poslovnu praksu u okolnostima navedenim u drugoj i trećoj alineji prethodnog pitanja, iz članka 8. Direktive 2005/29 proizlazi da se poslovna praksa smatra agresivnom ako uznemiravanjem, prisilom, uključujući uporabu fizičke sile te nedopuštenim utjecajem u znatnoj mjeri narušava ili je vjerojatno da će u znatnoj mjeri narušiti slobodu izbora prosječnog potrošača odnosno njegovo postupanje u vezi s proizvodom, te ga na taj način navodi ili je vjerojatno da će ga navesti na donošenje odluke o poslu koju inače ne bi donio.
- 29 Člankom 9. te direktive utvrđen je niz elemenata koje treba uzeti u obzir pri utvrđivanju upotrebljava li se u poslovnoj praksi uznemiravanje, prisila ili nedopušten utjecaj.
- 30 Valja dodati da bi, u skladu s uvodnom izjavom 7. Direktive 2005/29, u primjeni te direktive u potpunosti trebalo uzeti u obzir kontekst svakog pojedinačnog slučaja, što se u članku 8. navedene direktive odražava u obvezi uzimanja u obzir svih obilježja ponašanja trgovca u danom činjeničnom okviru. Valja također podsjetiti na to da pojam potrošača ima presudnu važnost u svrhu tumačenja odredaba Direktive 2005/29 te da se, u skladu s njezinom uvodnom izjavom 18., u toj direktivi kao mjerilo postavlja prosječan potrošač koji je u razumnoj mjeri obaviješten, pažljiv i oprezan, uzimajući u obzir socijalne, kulturne i jezične čimbenike (presuda od 13. rujna 2018., Wind Tre i Vodafone Italia, C-54/17 i C-55/17, EU:C:2018:710, t. 51. i navedena sudska praksa).
- 31 Slijedom toga, poslovna praksa može se okvalificirati kao agresivna, u smislu Direktive 2005/29, tek nakon konkretne i posebne ocjene njezinih elemenata, koja se provodi na temelju kriterija utvrđenih u člancima 8. i 9. te direktive.
- 32 U tom pogledu, s jedne strane, valja utvrditi da se u ovom slučaju, od svih razloga koji su navedeni u članku 8. Direktive 2005/29, zahtjev za prethodnu odluku odnosi samo na nedopušteni utjecaj.
- 33 Pojam „nedopušteni utjecaj”, utvrđen u članku 2. točki (j) Direktive 2005/29 obuhvaća iskorištavanje položaja moći u odnosu na potrošača, i to korištenjem pritiska, čak i bez uporabe fizičke sile ili prijetnje fizičkom silom, na način kojim se u znatnoj mjeri ograničava potrošačeva sposobnost donošenja informirane odluke. Kao što je to istaknuo nezavisni odvjetnik u točki 45. svojeg mišljenja, nedopušteni utjecaj nije nužno nezakoniti utjecaj, nego, ne dovodeći u pitanje njegovu zakonitost, aktivni utjecaj kojim se korištenjem pritiska prisilno uvjetuje volja potrošača.
- 34 S druge strane, valja podsjetiti na to da se člankom 8. Direktive 2005/29 pojam „agresivna poslovna praksa” definira, među ostalim, činjenicom da u znatnoj mjeri narušava ili je vjerojatno da će u znatnoj mjeri narušiti slobodu izbora prosječnog potrošača odnosno njegovo postupanje u vezi s proizvodom. Iz toga slijedi da zahtjev za uslugu ili proizvod mora sadržavati slobodan potrošačev odabir. To osobito pretpostavlja da trgovac potrošaču pruži jasnu i odgovarajuću informaciju (vidjeti u tom smislu presudu od 13. rujna 2018., Wind Tre i Vodafone Italia, C-54/17 i C-55/17, EU:C:2018:710, t. 45.).
- 35 Informacije koje se prije sklapanja ugovora pruže u pogledu ugovornih uvjeta i posljedica navedenog sklapanja od temeljne su važnosti za potrošača (presuda od 13. rujna 2018., Wind Tre i Vodafone Italia, C-54/17 i C-55/17, EU:C:2018:710, t. 46. i navedena sudska praksa).

- 36 Također valja uzeti u obzir činjenicu da je cilj kojemu teži Direktiva 2005/29 među ostalim osigurati visoku razinu zaštite potrošača od nepoštene poslovne prakse i da taj cilj počiva na okolnosti da se potrošač nalazi u podređenom položaju u odnosu na trgovca, posebice kada je riječ o razini obaviještenosti, i to još i više u području koje je tehnički tako složeno kao što je to područje telekomunikacija, u kojemu se ne može poreći postojanje znatne asimetričnosti u informiranosti i tehničkim sposobnostima između tih strana (vidjeti u tom smislu presudu od 13. rujna 2018., Wind Tre i Vodafone Italia, C-54/17 i C-55/17, EU:C:2018:710, t. 54.).
- 37 Iako je u konačnici na sudu koji je uputio zahtjev da odluči o prirodi poslovne prakse iz glavnog postupka, Sud mu može dati, na temelju informacija dostavljenih u zahtjevu za prethodnu odluku, elemente koji bi mogli biti korisni za kvalifikaciju navedene prakse.
- 38 Kad je riječ, kao prvo, o pitanju, navedenom u drugoj alineji prethodnog pitanja, predstavlja li poslovna praksa koja uključuje sklapanje odnosno izmjenu ugovorâ tijekom posjeta dostavljača, poput one iz glavnog postupka, agresivnu praksu samo zato što potrošač nije unaprijed i na individualiziran način primio sve modele ugovora, valja istaknuti sljedeće.
- 39 Iz opisa sadržanog u odluci kojom se upućuje prethodno pitanje proizlazi da su potrošači, u okviru poslovne prakse iz glavnog postupka, na internetskoj stranici trgovca imali pristup raspoloživim ponudama kao i modelima ugovorâ te da je, u slučaju telefonske prodaje, telefonska komunikacija između dotičnog potrošača i operatera trgovca također omogućavala dobivanje tih informacija.
- 40 Iz toga slijedi da, s obzirom na to da je potrošač imao mogućnost, prije posjeta dostavljača, upoznati se sa sadržajem modela ugovorâ dostupnih na internetskoj stranici trgovca, tom je potrošaču bilo omogućeno da neometano odabere svoj ugovor. Stoga se okolnost da potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača, a da mu unaprijed nisu bili dostavljeni svi modeli ugovorâ, ne može smatrati agresivnom praksom.
- 41 Zato je na sudu koji je uputio zahtjev da provjeri je li navedeni potrošač mogao donijeti informiranu odluku te da se uvjeri da je stvarno imao mogućnost pristupa sadržaju različitih modela ugovorâ prije posjeta dostavljača, bilo putem informacija dostupnih na internetskoj stranici trgovca bilo na neki drugi način.
- 42 U tom pogledu, u skladu s načelima navedenima u točki 30. ove presude, u obzir valja uzeti specifičnosti svakog prodajnog kanala trgovca. Osobito, kao što je to nezavisni odvjetnik istaknuo u točki 62. svojeg mišljenja, u slučaju telefonske prodaje nije sigurno da se kvaliteta informacija koje je određeni potrošač prikupio tijekom telefonskog razgovora može izjednačiti s informacijama dostupnima na internetu. Stoga je potrebno osigurati da su informacije kojima je mogao pristupiti potrošač koji se koristio tim prodajnim kanalom takve da mogu zajamčiti njegov neometan izbor.
- 43 Međutim, valja dodati da sama okolnost da potrošač zapravo nije imao pristup navedenim informacijama ne može sama po sebi dovesti do toga da se model sklapanja ugovora iz glavnog postupka okvalificira kao agresivna praksa. Naime, za utvrđenje da postoji takva praksa, i dalje je potrebno utvrditi ponašanje trgovca koje se može smatrati nedopuštenim utjecajem u smislu točke 33. ove presude.
- 44 Stoga, model sklapanja odnosno izmjene ugovorâ tijekom posjeta dostavljača, poput onog iz glavnog postupka, ne predstavlja agresivnu poslovnu praksu samo zato što potrošaču nisu unaprijed i na individualiziran način, među ostalim, na njegovu adresu elektroničke pošte ili adresu stanovanja, dostavljeni svi modeli ugovorâ.
- 45 Nadalje, kad je riječ o okolnostima navedenima u trećoj alineji prethodnog pitanja, valja istaknuti da, ako se postupak za sklapanje odnosno izmjenu ugovora odvija na način kako je u ovom slučaju opisao sud koji je uputio zahtjev, što uključuje činjenicu da je potrošaču zapravo bilo omogućeno da se



upozna s modelima ugovorâ, sama okolnost da dostavljač od potrošača zahtijeva da donese konačnu odluku o poslu, a da ne raspolaže vremenom za proučavanje dokumenata koje mu je taj dostavljač uručio, ne može predstavljati agresivnu poslovnu praksu.

- 46 Međutim, određene dodatne prakse koje bi trgovac ili njegov dostavljač usvojili u okviru postupka sklapanja odnosno izmjene dotičnih ugovora i koje bi za cilj imale ograničiti izbor potrošača također mogu dovesti do toga da se poslovna praksa smatra agresivnom, ako predstavljaju ponašanja kojima se vrši takav pritisak na potrošača da je njegova sloboda izbora u znatnoj mjeri narušena.
- 47 Tako dostavljačevo ustrajanje na potrebi da potrošač potpiše ugovor odnosno dodatak koji mu je uručio može predstavljati agresivnu praksu u mjeri u kojoj takvo ponašanje potrošaču uzrokuje nelagodu i time ga ometa u prosudbi glede odluke o poslu koju mora donijeti.
- 48 Na primjer, tom kategorijom ponašanja može biti obuhvaćeno, s jedne strane, navođenje da svako zakašnjenje s potpisivanjem ugovora odnosno dodatka podrazumijeva da bi naknadno sklapanje ugovora odnosno dodatka bilo moguće samo pod nepovoljnijim uvjetima, ili da bi potrošač morao platiti ugovornu kaznu ili, u slučaju izmjene ugovora, da bi mu trgovac obustavio pružanje usluge. S druge strane, tom bi istom kategorijom ponašanja moglo biti obuhvaćeno to da dostavljač obavijesti potrošača da bi u slučaju nepotpisivanja ili zakašnjenja s potpisivanjem ugovora odnosno dodatka koji mu je uručio, od svojeg poslodavca mogao dobiti nepovoljnu ocjenu.
- 49 S obzirom na prethodno navedeno, na postavljeno pitanje valja odgovoriti da članak 2. točku (j) te članke 8. i 9. Direktive 2005/29 treba tumačiti na način da primjena od strane trgovca modela sklapanja odnosno izmjene ugovorâ o pružanju telekomunikacijskih usluga, poput onog iz glavnog postupka, u okviru kojeg potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača koji mu uruči model ugovora, a da se ne može neometano upoznati sa sadržajem potonjeg u trenutku prisutnosti tog dostavljača,
- ne predstavlja agresivnu poslovnu praksu u svim okolnostima;
  - ne predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, samo zbog činjenice da potrošaču nisu unaprijed i na individualiziran način, među ostalim, na njegovu adresu elektroničke pošte ili adresu stanovanja, poslani svi modeli ugovorâ, ako je taj potrošač imao mogućnost da se prije posjeta dostavljača upozna s njihovim sadržajem, i
  - predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, među ostalim kada trgovac ili dostavljač poduzimaju nepoštene radnje kojima se vrši takav pritisak na potrošača da je njegova sloboda izbora u znatnoj mjeri narušena, poput radnji koje potrošaču uzrokuju nelagodu ili ga ometaju u prosudbi glede odluke o poslu koju mora donijeti.

## Troškovi

- 50 Budući da ovaj postupak ima značaj prethodnog pitanja za stranke glavnog postupka pred sudom koji je uputio zahtjev, na tom je sudu da odluči o troškovima postupka. Troškovi podnošenja očitovanja Sudu, koji nisu troškovi spomenutih stranaka, ne nadoknađuju se.

Slijedom navedenog, Sud (peto vijeće) odlučuje:

**Članak 2. točku (j) te članke 8. i 9. Direktive 2005/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu i o izmjeni Direktive Vijeća 84/450/EEZ, direktiva 97/7/EZ, 98/27/EZ i 2002/65/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, kao i Uredbe (EZ) br. 2006/2004 Europskog parlamenta i Vijeća treba tumačiti na način da primjena od strane trgovca modela sklapanja**

**odnosno izmjene ugovorâ o pružanju telekomunikacijskih usluga, poput onog iz glavnog postupka, u okviru kojeg potrošač mora donijeti konačnu odluku o poslu u prisutnosti dostavljača koji mu uruči model ugovora, a da se ne može neometano upoznati sa sadržajem potonjeg u trenutku prisutnosti tog dostavljača,**

- **ne predstavlja agresivnu poslovnu praksu u svim okolnostima;**
- **ne predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, samo zbog činjenice da potrošaču nisu unaprijed i na individualiziran način, među ostalim, na njegovu adresu elektroničke pošte ili adresu stanovanja, poslani svi modeli ugovorâ, ako je taj potrošač imao mogućnost da se prije posjeta dostavljača upozna s njihovim sadržajem, i**
- **predstavlja agresivnu poslovnu praksu na temelju nedopuštenog utjecaja, među ostalim kada trgovac ili dostavljač poduzimaju nepoštene radnje kojima se vrši takav pritisak na potrošača da je njegova sloboda izbora u znatnoj mjeri narušena, poput radnji koje potrošaču uzrokuju nelagodu ili ga ometaju u prosudbi glede odluke o poslu koju mora donijeti.**

Potpisi