



Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (šesto vijeće)

19. prosinca 2013.*

„Zahtjev za prethodnu odluku – Zaštita potrošača – Nepoštena poslovna praksa poslovnog subjekta prema potrošaču – Direktiva 2005/29/EZ – Članak 6. stavak 1. – Pojam ‚zavaravajuće radnje‘ – Kumulativni učinak uvjeta navedenih u predmetnoj odredbi“

U predmetu C-281/12,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Consiglio di Stato (Italija), odlukom od 13. prosinca 2011., koju je Sud zaprimio 6. lipnja 2012., u postupku

Trento Sviluppo srl,

Centrale Adriatica Soc. coop. arl

protiv

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato,

SUD (šesto vijeće),

u sastavu: A. Borg Barthet (izvjestitelj), predsjednik vijeća, E. Levits i M. Berger, suci,

nezavisna odvjetnica: J. Kokott,

tajnik: A. Impellizzeri, administrator,

uzimajući u obzir pisani postupak i nakon rasprave održane 26. rujna 2013.,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

- za Trento Sviluppo srl i Centrale Adriatica Soc. coop. arl, M. Pacilio, *avvocato*,
- za talijansku vladu, G. Palmieri, u svojstvu agenta, uz asistenciju S. Varone i P. Garofoli, *avvocati dello Stato*,
- za litavsku vladu, D. Kriaučiūnas i V. Kazlauskaitė-Švenčionienė, u svojstvu agenata,
- za mađarsku vladu, M. Fehér i K. Szijjártó, u svojstvu agenata,
- za Europsku komisiju, L. Pignataro-Nolin i M. van Beek, u svojstvu agenata,

odlučivši, nakon saslušanja nezavisne odvjetnice, da u predmetu odluči bez njezina mišljenja,

* Jezik postupka: talijanski

donosi sljedeću

Presudu

- 1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 6. stavka 1. 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 („Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi”) (SL L 149, str. 22.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 8., str. 101.).
- 2 Zahtjev je upućen u okviru postupka između Trento Sviluppo srl (u daljnjem tekstu: Trento Sviluppo) i Centrale Adriatica Soc. coop. arl (u daljnjem tekstu: Centrale Adriatica) protiv Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Tijelo za tržišno natjecanje i tržište, u daljnjem tekstu: AGCM) u kojem se raspravlja o poslovnoj praksi tih dvaju društava koju je AGCM označio „zavaravajućom”.

Pravni okvir

Pravo Unije

- 3 U uvodnoj izjavi 7. Direktive 2005/29 navodi se da se ona odnosi na poslovnu praksu koja neposredno utječe na potrošačeve odluke o transakcijama vezanim za proizvode.
- 4 Prema točki 11. uvodne izjave te direktive, direktivom se utvrđuje jedinstvena opća zabrana nepoštene poslovne prakse kojom se narušava gospodarsko ponašanje potrošača.
- 5 Uvodna izjava 13. navedene direktive glasi kako slijedi:
„[...] Jedinstvena i zajednička opća zabrana utvrđena ovom direktivom obuhvaća nepoštenu poslovnu praksu koja narušava gospodarsko ponašanje potrošača. [...] Opća zabrana razrađena je pravilima o dvije vrste poslovne prakse koje su nesumnjivo najčešće, a to su zavaravajuća poslovna praksa i agresivna poslovna praksa.”
- 6 Sukladno uvodnoj izjavi 14. iste direktive:
„Poželjno je da se zavaravajućom poslovnom praksom smatra i praksa, uključujući zavaravajuće oglašavanje, pri kojoj se zavaravanjem sprečava potrošača da izvrši izbor temeljen na informacijama, odnosno učinkoviti izbor. [...]”
- 7 Članak 2. točka (e) Direktive 2005/29 pojam „bitno narušavanje gospodarskog ponašanja potrošača” definira kao „korištenje poslovne prakse s ciljem bitnog narušavanja potrošačeve sposobnosti da donese informiranu odluku, što potrošača navodi na donošenje odluke o transakciji koju inače ne bi donio”.
- 8 Članak 2. točka (k) te direktive pojam „odluka o poslu” definira kao „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 vezano uz proizvod, kao i odluči li djelovati ili suzdržati se od djelovanja”.

9 Članak 6. stavak 1. navedene direktive predviđa:

„Poslovna praksa smatra se zavaravajućom ako sadrži lažne informacije te je stoga neistinita ili ako na bilo koji način, uključujući sveukupno predstavljanje, zavarava ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača, čak i ako je informacija činjenično točna, i to u odnosu na jedan ili više sljedećih čimbenika, te ako u bilo kojem od spomenutih slučajeva potrošača navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio:

[...]

b) glavna obilježja proizvoda kao što su njegova raspoloživost [...];

[...]”

Talijansko pravo

- 10 Zakonodavna uredba br. 206. - Zakonik o zaštiti potrošača (decreto legislativo n. 206 - Codice del consumo) od 6. rujna 2005. (redovni dodatak GURI-ju, br. 162 od 8. listopada 2005.) sadrži članak 21. stavak 1. točku (b) koji je unesen na temelju Zakonodavne uredbe br. 146. od 2. kolovoza 2007. kojom je Direktiva 2005/29 prenesena u talijansko unutarnje pravo. Taj članak propisuje:

„Poslovna praksa smatra se zavaravajućom ako sadrži informacije koje ne odgovaraju istini ili informacije koje, čak i ako su činjenično točne, na bilo koji način uključujući sveukupno predstavljanje, dovode ili su takve da bi mogle dovesti u zabludu prosječnog potrošača, i to u odnosu na jedan ili više sljedećih čimbenika te koje u svakom slučaju navode ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio:

[...]

b) glavna obilježja proizvoda kao što su njegova raspoloživost, [...]”

Glavni postupak i prethodno pitanje

- 11 Trento Sviluppo upravlja većim brojem velikih supermarketa u pokrajini Trento (Italija). Ti su supermarketi povezani trgovačkim lancem COOP Italia, čiji je Trento Sviluppo član.
- 12 Centrale Adriatica pruža usluge društvima članovima grupacije COOP Italia, čiji je i sam član.
- 13 U ožujku 2008. Centrale Adriatica organizirala je posebnu promidžbenu akciju na nekoliko prodajnih mjesta COOP Italia, u sklopu koje su neki proizvodi bili nuđeni po povoljnim cijenama.
- 14 Promidžbena akcija trajala je od 25. ožujka do 9. travnja 2008. U promidžbenom letku navodilo se „sniženje do 50 % i mnoge druge posebne ponude”.
- 15 Među proizvodima koji su po promotivnoj cijeni bili nuđeni u promidžbenom letku nalazilo se i prijenosno računalo.
- 16 Dana 10. travnja 2008. jedan je potrošač podnio AGCM-u pritužbu o tome da je promidžbeni oglas po njegovom mišljenju bio netočan jer, kada je došao u supermarket u Trento za vrijeme trajanja promidžbene akcije, taj informatički proizvod nije bio dostupan.

- 17 Povodom te pritužbe AGCM je pokrenuo postupak protiv Trento Sviluppo i Centrale Adriatica zbog nepoštene poslovne prakse u smislu članaka 20., 21. i 23. Zakonodavne uredbe br. 206. od 6. rujna 2005. – Zakonika o zaštiti potrošača. U tom je postupku dana 22. siječnja 2009. donesena odluka o izricanju novčane kazne tim dvama društvima.
- 18 Oba su društva protiv te odluke podnijela tužbu Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Regionalni upravni sud Lazio), koji je obje tužbe odbio.
- 19 Trento Sviluppo i Centrale Adriatica nakon toga su protiv odluka navedenog suda podnijeli žalbu Consiglio di Stato.
- 20 Sud koji je uputio zahtjev ima dvojbe oko domašaja pojma „zavaravajuće radnje”, u smislu članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29. U tom pogledu pita se mora li predmetna poslovna praksa, da bi se smatrala zavaravajućom, udovoljavati uvjetu iz posljednjeg dijela uvodne rečenice članka 6. stavka 1., prema kojemu ta poslovna praksa mora biti takva da utječe na potrošačevu odluku o poslu. Pita se mora li se taj uvjet dodati dvama alternativnim uvjetima navedenim u prvom dijelu tog uvodnog stavka, odnosno da su istaknute informacije lažne ili da su takve da bi vjerojatno zavarale potrošača, ili je navedeni uvjet drugi primjer zavaravajuće poslovne prakse.
- 21 Prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev problem tumačenja članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29 nalazi se u razlikama njegovih drugih jezičnih verzija. Naime, gledajući verzije na talijanskom (u kojoj se koristi izraz „e in ogni caso”) i na njemačkom jeziku (u kojoj se koristi izraz „und [...] in jedem Fall”), čini se da se one odnose na opću odredbu prema kojoj je sama činjenica da poslovna praksa može utjecati na potrošačevu odluku o poslu dovoljna da bi je se označilo zavaravajućom. Nasuprot tome, verzije na engleskom (u kojoj se navodi izraz „and in either case”) i na francuskom jeziku („et dans un cas comme dans l’autre”) upućivale bi na zaključak da zavaravajuća poslovna praksa može postojati samo kada su ispunjeni, s jedne strane, jedan od dva alternativna uvjeta navedena u prvom dijelu uvodnog stavka tog članka i, s druge strane, uvjet prema kojemu poslovna praksa mora biti takva da utječe na potrošačevu odluku o poslu.
- 22 U tim je uvjetima Consiglio di Stato odlučio prekinuti postupak i postaviti Sudu sljedeće prethodno pitanje:

„Trebali li članak 6. stavak 1. Direktive 2005/29, u dijelu u kojemu se u talijanskoj verziji toga članka koristi izraz „e in ogni caso”, tumačiti na način da je, da bi se smatralo da postoji zavaravajuća poslovna praksa, dovoljno da se utvrdi jedan od dvaju uvjeta iz prvog dijela navedenog stavka ili je, da bi se smatralo da postoji zavaravajuća poslovna praksa, potreban i drugi uvjet, a taj je činjenica da je poslovna praksa takve naravi da utječe odluku o poslu potrošača?”

O prethodnom pitanju

- 23 Svojom pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li označiti „zavaravajućom”, u smislu članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29, poslovnu praksu samo zato što sadrži lažne informacije ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača, ili je potrebno i da navedena praksa bude takve naravi da navodi potrošača da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.
- 24 Članak 6. stavak 1. Direktive 2005/29 predviđa da se poslovna praksa smatra zavaravajućom ako sadrži lažne informacije, pa je stoga neistinita, ili ako na bilo koji način, uključujući i svojim općim prikazivanjem, zavarava ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača, i to u odnosu na glavna obilježja nekog proizvoda, te ako u bilo kojem od spomenutih slučajeva potrošača navodi ili je vjerojatno da će ga navesti da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.

- 25 U tom pogledu valja navesti da se u verziji na talijanskom jeziku koristi izraz „e in ogni caso” koji, prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev, uključuje izraze koji uvode jednu vrstu „završne odredbe” prema kojoj je sama činjenica da je poslovna praksa takva da je vjerojatno da će utjecati na gospodarsko ponašanje potrošača dovoljna da bi se takva praksa označila zavaravajućom, dok se, s druge strane, u verzijama na španjolskom, engleskom i francuskom jeziku navedenog članka 6. stavka 1. koriste izrazi „y en cualquiera de estos casos”, „and in either case” i „et dans un cas comme dans l’autre”. U odnosu na dvije hipoteze zavaravajuće naravi predmetne poslovne prakse, tri potonje jezične verzije ukazuju na to da poslovna praksa mora navesti potrošača da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.
- 26 Prema ustaljenoj sudskoj praksi, izričaj koji se koristi u jednoj od jezičnih verzija neke odredbe prava Unije nije jedina osnova za tumačenje te odredbe, niti mu se u tom pogledu daje prednost u odnosu na druge jezične verzije. Takav pristup ne bi, u stvari, bio kompatibilan sa zahtjevom jednakosti primjene prava Unije. U slučaju razlika između različitih jezičnih verzija, spornu odredbu treba tumačiti u skladu s općom sistematikom i ciljem uredbe koje je ona sastavni dio (vidjeti presudu od 12. studenoga 1998., *Institute of the Motor Industry*, C-149/97, Zb., str. I-7053., t. 16. i presudu od 25. ožujka 2010., *Helmut Müller*, C-451/08, Zb., str. I-2673., t. 38.).
- 27 Kao prvo, u odnosu na opću sistematiku članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29, valja podsjetiti na to da zavaravajuća poslovna praksa u smislu članka 6. Direktive 2005/29 predstavlja točno određenu vrstu nepoštenih poslovnih praksi koja je zabranjena člankom 5. iste (vidjeti u tom smislu presudu od 23. travnja 2009., *VTB-VAB i Galatea*, C-261/07 i C-299/07, Zb., str. I-2949., t. 55. i presudu od 19. rujna 2013., *CHS Tour Services*, C-435/11, t. 37.).
- 28 Sukladno članku 5. stavku 2. te direktive, poslovna praksa je nepoštena ako je u suprotnosti sa zahtjevima u pogledu poslovne prakse i ako bitno narušava ili može bitno narušiti gospodarsko ponašanje prosječnog potrošača u odnosu na proizvod (gore navedene presude *VTB-VAB i Galatea*, t. 54. i *CHS Tour Services*, t. 36.).
- 29 Prema izričaju članka 2. točka (e) Direktive 2005/29, „bitno narušavanje gospodarskog ponašanja” znači korištenje poslovne prakse s ciljem bitnog narušavanja potrošačeve sposobnosti da donese informiranu odluku, što potrošača navodi na donošenje odluke o transakciji koju inače ne bi donio. Iz navedenog proizlazi da je potrebno, da bi se praksa smatrala nepoštenom u smislu članka 5. Direktive 2005/29, da ona bude takve naravi da navodi potrošača na donošenje odluke o transakciji koju inače ne bi donio.
- 30 Budući da zavaravajuća poslovna praksa iz članka 6. Direktive 2005/29 predstavlja posebnu vrstu nepoštenih poslovnih praksi iz članka 5. stavka 2. navedene direktive, ona mora obavezno sadržavati sve konstitutivne elemente nepoštenosti i, posljedično, element koji se odnosi na prikladnost prakse da bitno narušava gospodarsko ponašanje potrošača, navodeći ga na donošenje odluke o transakciji koju inače ne bi donio.
- 31 Kao drugo, u odnosu na cilj koji se člankom 6. stavkom 1. Direktive 2005/29 želi postići, valja navesti da se on temelji na članku 169. UFEU-a i da je njegova namjena osiguranje visokog stupnja zaštite potrošača približavanjem propisa država članica koji se odnose na nepoštenu poslovnu praksu koja dovodi do kršenja ekonomskih interesa potrošača. U uvodnoj izjavi 7. Direktive 2005/29 ukazuje se na to da se ona odnosi na poslovnu praksu koja izravno utječe na poslovne odluke potrošača u svezi s proizvodima. U uvodnoj izjavi 11. te direktive navodi se da se njome utvrđuje jedinstvena opća zabrana nepoštenih poslovnih praksi kojom se narušava gospodarsko ponašanje potrošača. Iz uvodne izjave 13. navedene direktive proizlazi da dvije vrste poslovne prakse koje su nesumnjivo najčešće, a to su zavaravajuća poslovna praksa i agresivna poslovna praksa, opravdavaju donošenje posebnih pravila za borbu protiv njih. U skladu s uvodnom izjavom 14. iste direktive, poželjno je da se pojmom „zavaravajuća poslovna praksa” smatra i ona praksa pri kojoj se zavaravanjem sprečava potrošača da izvrši izbor temeljen na informacijama, odnosno učinkoviti izbor.

- 32 Iz navedenog proizlazi da Direktiva 2005/29, s ciljem osiguranja visokog stupnja zaštite potrošača, uspostavlja opću zabranu nepoštena poslovne prakse koja utječe na njegovo gospodarsko ponašanje.
- 33 Iz toga slijedi da poslovna praksa, da bi se smatrala „zavaravajućom” u smislu članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29, mora biti takve naravi da navodi potrošača da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio.
- 34 Osim toga, takvo je tumačenje potkrijepljeno sudskom praksom Suda. Naime, iz točke 47. presude od 15. ožujka 2012., Pereničová (C-453/10), i iz točke 42. gore navedene presude CHS Tour Services proizlazi da se zavaravajućom, u smislu članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29, smatra ona poslovna praksa koja sadrži lažne informacije i za koju je vjerojatno da će navesti potrošača da donese odluku o poslu koju ne bi donio da takva praksa ne postoji.
- 35 Također, kako bi se sudu koji je uputio zahtjev dalo sve elemente koji su mu potrebni za rješenje spora koji se vodi pred njim, valja utvrditi doseg pojma „odluke o poslu” u smislu članka 2. točke (k) Direktive 2005/29. Budući da se poslovna praksa u glavnom postupku odnosi na informacije o dostupnosti proizvoda po povoljnoj cijeni u određenom vremenskom razdoblju, potrebno je utvrditi mogu li se pripremne radnje za eventualnu kupnju proizvoda, kao što je dolazak potrošača do trgovine ili činjenica njegova ulaska u trgovinu, smatrati da predstavljaju odluku o poslu u smislu navedene direktive.
- 36 Iz izričaja članka 2. točke (k) Direktive 2005/29 proizlazi da je pojam „odluke o poslu” široko definiran. Naime, prema toj odredbi odluka o poslu je „svaka odluka koju donosi potrošač, a tiče se načina i uvjeta kupnje”. Taj pojam, dakle, uključuje ne samo odluku o kupnji proizvoda, već i odluku koja je neposredno vezana s time, a to je ona o ulasku u trgovinu.
- 37 Članak 3. stavak 1. te direktive podupire tumačenje prema kojemu se, sukladno toj odredbi, navedena direktiva primjenjuje na nepoštena poslovna praksa poslovnog subjekta prema potrošaču prije, tijekom i nakon poslovne transakcije u vezi s proizvodom.
- 38 Valja stoga odgovoriti na postavljeno pitanje tako da se poslovna praksa mora smatrati „zavaravajućom” u smislu članka 6. stavka 1. Direktive 2005/29 kada takva praksa, s jedne strane, sadrži lažne informacije ili za koju je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača te, s druge strane, kada je takve naravi da navodi potrošača da donese odluku o poslu koju inače ne bi donio. Članak 2. točku (k) te direktive treba tumačiti tako da pojam „odluke o poslu” znači svaka odluka koja je u neposrednoj vezi s onom o kupnji proizvoda.

Troškovi

- 39 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 naknađuju se.

Slijedom navedenog, Sud (šesto vijeće) odlučuje:

Poslovna praksa mora se smatrati „zavaravajućom” u smislu članka 6. stavka 1. 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 („Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi”), kada takva praksa, s jedne strane, sadržava lažne informacije ili za koju je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača te, s druge strane, kada je takve naravi da navodi potrošača da

donese odluku o poslu koju inače ne bi donio. Članak 2. točku (k) te direktive treba tumačiti tako da pojam „odluka o poslu” znači svaka odluka koja je u neposrednoj vezi s onom o kupnji proizvoda.

Potpisi