



## Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA J. TANČEVA  
[E. TANCHEV] SECINĀJUMI,  
sniegti 2018. gada 20. septembrī<sup>1</sup>

**Lieta C-430/17**

***Walbusch Walter Busch GmbH&Co KG***  
**pret**

***Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV***

(*Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Patērētāju tiesību aizsardzība – Direktīvas 2011/83/ES 6. panta 1. punkts un 8. panta 4. punkts – Informēšanas prasības distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem – Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta darbības joma un grozījumi informēšanas prasībās, ja līgumus noslēdz, izmantojot tālsaziņas līdzekli, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai – Reklāmas buklets, kurā ir norādīta hipersaite uz informāciju par atteikuma tiesībām – Pienākums nodrošināt atteikuma veidlapas paraugu, kas norādīts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā un I pielikuma B daļā – Hartas 16. pants un darījumdarbības brīvība – Vārda un informācijas brīvība reklāmas kontekstā saskaņā ar Hartas 11. pantu

### I. Ievads

1. Būtībā šī lieta attiecas uz to, ko Direktīvas 2011/83/ES<sup>2</sup> 8. panta 4. punktā nozīmē frāze “tālsaziņas līdzeklis, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai”, un līdz ar to uz apstākļiem, kādos tiek grozītas Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta prasības attiecībā uz informāciju, kas tirgotājiem ir jāsniedz patērētājam, pirms pēdējais minētais ir uzņēmies distances līguma vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma saistības.

2. Ar Direktīvu 2011/83 atcēla un aizstāja gan Padomes Direktīvu 85/577/EEK (1985. gada 20. decembris) par patērētāju aizsardzību attiecībā uz līgumiem, kas noslēgti ārpus uzņēmuma telpām<sup>3</sup>, gan Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK (1997. gada 20. maijs) par patērētāju aizsardzību saistībā ar distances līgumiem<sup>4</sup>, tādējādi vienkāršojot un atjauninot abu minēto direktīvu

1 Orģinālvaloda – angļu.

2 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK, OV 2011, L 304, 64. lpp.

3 OV 1985, L 372, 31. lpp.

4 OV 1997, L 144, 19. lpp.

aizsargātās tiesības vienā maksimāli saskaņotā tiesiskajā regulējumā<sup>5</sup>. Tā rezultātā tapa Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts, un tādējādi Tiesa tiek lūgta pirmo reizi interpretēt frāzi “tālsaziņas līdzeklis, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai”, ciktāl tā attiecas uz distanču līgumiem.

3. Proti, tirgotājs, kas žurnālos ievietojis reklāmas bukletus par ūdensnecaurlaidīgu jaku pārdošanu (kuros ietverta atdalāma pastkarte pasūtījuma veikšanai), apgalvo, ka viņš ir tiesīgs atsaukties uz Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu. Tādējādi tiek apgalvots, ka pirms distanču līguma noslēgšanas par jaku pārdošanu tirgotāja pienākums ir tikai informēt patērētājus par atteikuma tiesību pastāvēšanu, nevis sniegt sīkāku informāciju, kas minēta Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā. Šo Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta interpretāciju ir apstrīdējis Vācijas *Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs eV* (Negodīgas konkurences apkarotājas pārvalde), kas šajā dalībvalstī ierosināja tiesvedību, kura ir pamatlietas priekšmets.

4. Gadījumā, ja tirgotājs var atsaukties uz Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu, pamatlieta attieksies arī uz to, vai tirgotājam informācija par atteikuma tiesībām ir jāsniedz pašā bukletā vai arī pietiek norādīt adresi internetā, kur šāda informācija atrodama. Tas pats jautājums rodas attiecībā uz atteikuma veidlapas paraugu, kas dots Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā un kas ir minēts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā un 11. panta 1. punktā.

## II. Atbilstošās tiesību normas

### A. Savienības tiesības

#### 1. Eiropas Savienības Pamattiesību harta

5. Hartas 11. panta nosaukums ir “Vārda un informācijas brīvība”. Tā 1. punktā ir noteikts:

“Ikvienai personai ir tiesības uz vārda brīvību. Šīs tiesības ietver uzskatu brīvību un brīvību saņemt un izplatīt informāciju vai idejas bez valsts iestāžu iejaukšanās un neatkarīgi no valstu robežām.”

6. Hartas 16. pantā “Darījumdarbības brīvība” ir noteikts:

“Darījumdarbības brīvību atzīst saskaņā ar Savienības tiesību aktiem un valstu tiesību aktiem un praksi.”

7. Hartas 38. pantā “Patērētāju tiesību aizsardzība” ir noteikts:

“Savienības politika nodrošina augstu patērētāju tiesību aizsardzības līmeni.”

<sup>5</sup> Skat. Weatherill, S. “The Consumer Rights Directive: how and why a quest for “coherence” has (largely) failed”, 49 (2012) *Common Market Law Review*, 1279, 1290. lpp. Taču, kā teikts Direktīvas 2011/83 2. apsvērumā, dalībvalstīm ir jāatļauj paturēt spēkā vai pieņemt valsts noteikumus attiecībā uz konkrētiem aspektiem. Direktīvā 2011/83 ietverti arī mazāki grozījumi Padomes Direktīvā 93/13/EEK (1993. gada 5. aprīlis) par negodīgiem noteikumiem patērētāju līgumos, OV 1993, L 95, 29. lpp., un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 1999/44/EK (1999. gada 25. maijs) par dažiem patēriņa preču pārdošanas aspektiem un saistītajām garantijām, OV 1999, L 171, 12. lpp.

## 2. Direktīva 2011/83

8. Direktīvas 2011/83 1. pantā “Priekšmets” ir noteikts:

“Šīs direktīvas mērķis ir, panākot augstu patērētāju aizsardzības līmeni, veicināt iekšējā tirgus sekmīgu darbību, tuvinot konkrētus aspektus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos, kas attiecas uz līgumiem, kuri noslēgti starp patērētājiem un tirgotājiem.”

9. Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta a)–h) apakšpunktā ir noteikts:

“1. Pirms patērētājs ir uzņēmies ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma vai distances līguma, vai arī jebkāda tamlīdzīga piedāvājuma saistības, tirgotājs skaidrā un saprotamā veidā patērētājam sniedz šādu informāciju:

- a) preču vai pakalpojumu galvenās īpašības tādā mērā, cik tas ir piemēroti informācijas nesējam un precēm vai pakalpojumiem;
- b) tirgotāja identitāte, piemēram, viņa tirdzniecības nosaukums;
- c) fiziskā adrese, kurā tirgotājs ir reģistrēts, kā arī tirgotāja tālruņa numurs, faksa numurs un elektroniskā pasta adrese, ja tāda ir, lai patērētājs varētu ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, un attiecīgā gadījumā tā tirgotāja fiziskā adrese un identitāte, kura uzdevumā viņš rīkojas;
- d) tirgotāja uzņēmējdarbības vietas fiziskā adrese, ja tā atšķiras no adreses, kas norādīta saskaņā ar c) apakšpunktu, un attiecīgā gadījumā tā tirgotāja fiziskā adrese, kura uzdevumā viņš rīkojas, uz kuru patērētājs var adresēt sūdzības;
- e) preču vai pakalpojumu kopējā cena, ietverot visus nodokļus, vai, ja preču vai pakalpojumu īpašību dēļ cenu nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, cenas aprēķināšanas veids, kā arī attiecīgā gadījumā visi papildu pārvadāšanas, piegādes vai pasta izdevumi un jebkādas citas izmaksas, vai, ja tādus izdevumus nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, fakts, ka šādi papildu maksājumi var būt jāmaksā. Ja tas ir līgums uz nenoteiktu laiku vai līgums, kas ietver abonēšanu, kopējā cenā iekļauj kopējās izmaksas par vienu rēķina sagatavošanas laikposmu. Ja saskaņā ar šādiem līgumiem, tiek maksāta fiksēta summa, kopējā cena nozīmē kopējās mēneša izmaksas. Ja kopējās izmaksas nevar pamatoti aprēķināt iepriekš, norāda cenas aprēķināšanas veidu;
- f) attiecīgā gadījumā līguma noslēgšanai izmantotā distances saziņas līdzekļu izmantošanas maksa, ja to neaprēķina pēc pamata tarifa;
- g) noteikumi par maksāšanu, piegādi, izpildi, laiku, līdz kuram tirgotājs apņemas piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus, un attiecīgā gadījumā kārtība, kādā tirgotājs izskata sūdzības;
- h) ja pastāv atteikuma tiesības – nosacījumi, termiņš un kārtība atteikuma tiesību izmantošanai saskaņā ar 11. panta 1. punktu, kā arī I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs.”

10. Direktīvas 2011/83 8. panta 1. punktā un 4.–7. punktā ir noteikts:

“1. Attiecībā uz distances līgumiem tirgotājs sniedz 6. panta 1. punktā paredzēto informāciju vai dara minēto informāciju pieejamu patērētājam izmantotajiem distances saziņas līdzekļiem atbilstīgā veidā, vienkāršā un skaidri saprotamā valodā. Ciktāl minēto informāciju sniedz uz pastāvīga informācijas nesēja, tā ir salasāma.

[..]

4. Ja līgumu noslēdz, izmantojot tālsaziņas līdzekli, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai, tirgotājs pirms šāda līguma noslēgšanas konkrētajā līdzeklī sniedz vismaz informāciju par preču vai pakalpojumu galvenajām īpašībām, tirgotāja identitāti, kopējo cenu, atteikuma tiesībām, līguma termiņu un, ja tas ir līgums uz nenoteiktu laiku, līgumu izbeigšanas nosacījumus, kā minēts 6. panta 1. punkta a), b), e), h) un o) apakšpunktā. Pārējo 6. panta 1. punktā minēto informāciju tirgotājs patērētājam sniedz atbilstīgā veidā saskaņā ar šā panta 1. punktu.

5. Neskarot 4. punktu, ja tirgotājs piezvana patērētājam, lai noslēgtu distances līgumu, viņš sarunas sākumā ar patērētāju atklāj savu identitāti un attiecīgā gadījumā tās personas identitāti, kuras uzdevumā viņš zvana, un zvana komerciālo nolūku.

6. Ja distances līgums jānoslēdz, izmantojot telefonu, dalībvalstis var noteikt, ka tirgotājam ir jāapstiprina piedāvājums patērētājam, kurš uzņemas saistības tikai tad, kad viņš piedāvājumu ir parakstījis vai ir nosūtījis rakstisku piekrišanu. Dalībvalstis var arī paredzēt, ka šādus apstiprinājumus veic uz pastāvīga informācijas nesēja.

7. Tirgotājs uz pastāvīga informācijas nesēja samērīgā termiņā pēc distances līguma noslēgšanas un ne vēlāk kā preču piegādes brīdī vai pirms sākas pakalpojuma izpilde patērētājam sniedz apstiprinājumu par noslēgto līgumu. Šis apstiprinājums ietver:

- a) visu 6. panta 1. punktā minēto informāciju, ja vien tirgotājs informāciju patērētājam jau nav sniedzis uz pastāvīga informācijas nesēja pirms distances līguma noslēgšanas; un
- b) attiecīgā gadījumā apstiprinājumu patērētāja skaidrai iepriekšējai piekrišanai un apliecinājumu saskaņā ar 16. panta m) apakšpunktu.”

11. Direktīvas 2011/83 11. panta nosaukums ir “Atteikuma tiesību izmantošana”. 11. panta 1. punktā ir noteikts:

“Pirms atteikuma termiņa beigām patērētājs informē tirgotāju par lēmumu atteikties no līguma. Šim nolūkam patērētājs var vai nu:

- a) izmantot I pielikuma B daļā doto standarta atteikuma paraugu; vai
- b) sniegt jebkādu citu nepārprotamu paziņojumu, kurā izklāstīts viņa lēmums atteikties no līguma.

Dalībvalstis nenosaka nekādas formālas prasības, kas būtu piemērojamas atteikuma veidlapas paraugam, izņemot tās, kuras noteiktas I pielikuma B daļā.”

## **B. Valsts tiesības**

12. *Bürgerliches Gesetzbuch* (Civilkodekss, turpmāk tekstā – “BGB”) 355. panta nosaukums ir “Atteikuma tiesības patērētāju līgumos”. BGB 355. panta 1. punktā ir noteikts:

“Ja atbilstoši tiesību aktiem patērētājiem ir nodrošinātas atteikuma tiesības, tad patērētājam un tirgotājam vairs nav saistošas to nodomu deklarācijas par līguma noslēgšanu, ja patērētājs noteiktajā laikposmā atsakās no savas nodomu deklarācijas. Atteikumu izsaka tirgotājam iesniegtā deklarācijā. Deklarācijā nepārprotami jāatspoguļo patērētāja lēmums atteikties no līguma. Atteikumā nav jānorāda nekādi iemesli. Ar atteikuma nosūtīšanu atbilstīgā laikā pietiek, lai nodrošinātu atbilstību laika ierobežojumam.”

13. *BGB* 312.d panta nosaukums ir “Informēšanas prasības”. *BGB* 312.d panta 1. punktā ir noteikts:

“Ārpus uzņēmuma telpām noslēgtu līgumu un distances līgumu gadījumā tirgotāja pienākums ir informēt patērētāju atbilstīgi Civilt kodeksa ievadlikuma (*Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche*, turpmāk tekstā – “*EGBGB*”) 246.a panta noteikumiem. Ja vien līgumslēdzējas puses nav skaidri vienojušās citādi, informācija, ko tirgotājs sniedz, pildot šīs saistības, kļūst par līguma priekšmeta sastāvdaļu.”

14. *BGB* 312.g panta nosaukums ir “Tiesības uz atteikumu”. *BGB* 312.g panta 1. punktā ir noteikts:

“Ārpus uzņēmuma telpām noslēgtu līgumu un distances līgumu gadījumā patērētājam ir atteikuma tiesības saskaņā ar 355. pantu.”

15. *EGBGB* 246.a panta nosaukums ir “Informēšanas prasības ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem un distances līgumiem, kas nav līgumi par finanšu pakalpojumiem”. Tā 1. punkta nosaukums ir “Informēšanas prasības”, un tajā ir noteikts:

[..]

(2) Ja patērētājam ir atteikuma tiesības saskaņā ar *BGB* 312.g panta 1. daļu, tirgotāja pienākums ir informēt patērētāju

1. par nosacījumiem, termiņiem un kārtību, kādā īstenot atteikuma tiesības saskaņā ar *BGB* 355. panta 1. daļu, kā arī par 2. pielikumā doto atteikuma veidlapas paraugu,

[..].”

16. *EGBGB* 246.a panta 3. punkta nosaukums ir “Atvieglotas informēšanas prasības ierobežotu parādīšanas iespēju gadījumā”, un tajā ir noteikts:

“Ja distances līgumu noslēdz, izmantojot distances saziņas līdzekli, kurā ir ierobežota telpa vai laiks patērētājam sniedzamās informācijas nodošanai, tirgotāja pienākums ir sniegt patērētājam vismaz šādu informāciju, izmantojot šo distances saziņas līdzekli:

[..]

4. attiecīgā gadījumā, vai pastāv atteikuma tiesības, un

[..]

Papildu informācijai atbilstīgi šā panta 1. punktam ir jābūt pieejamai patērētājam piemērotā veidā saskaņā ar 4. punkta 3. daļu.”

17. *EGBGB* 246.a panta 4. punkta nosaukums ir “Formālās prasības informēšanas prasību izpildei”. Tajā ir noteikts:

“(1) Tirgotājam jāsniedz patērētājam 1.–3. punktā minētā informācija skaidrā un saprotamā veidā pirms patērētājs piekrīt līguma slēgšanai.

[..]

(3) Distances līguma gadījumā tirgotājam ir jāsniedz patērētājam informācija tādā veidā, kas ir pielāgots izmantotajiem distances saziņas līdzekļiem. Ciktāl informācija ir sniegta uz pastāvīga informācijas nesēja, tai jābūt salasāmai un ir jānorāda tirgotājs. Neatkarīgi no tā, kas norādīts pirmajā teikumā, tirgotājs šā panta 3. punkta otrajā teikumā minēto informāciju var padarīt pieejamu patērētājam piemērotā veidā.”

### III. Pamatlietas fakti un prejudiciālais jautājums

18. Negodīgas konkurences apkarošanas pārvalde Frankfurtē pie Mainas ir prasījusi pamatlīti un atbildētāja apelācijas tiesvedībā (turpmāk tekstā – “prasītāja”). Apelācija tiek izskatīta Vācijā, *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, turpmāk tekstā – “iesniedzējtiesa”).

19. 2014. gadā *Walbusch Walter Busch*, atbildētāja pamatlīti un apelācijas sūdzības iesniedzējtiesā iesniedzēja (turpmāk tekstā – “atbildētāja”) kā vairāku žurnālu un laikrakstu pielikumu izplatīja salokāmu reklāmas bukletu, kurš ietver sešas lapaspuses un kura lapaspušu formāts bija 19 x 23,7 cm (turpmāk tekstā – “buklets”). Bukleta labajā pusē esošās salokāmās lapaspuses apakšdaļā atradās atdalāma pastkarte pasūtījuma veikšanai. Gan uz pastkartes priekšpusi, gan uz tās mugurpusi tika norādīts uz likumā paredzētajām atteikuma tiesībām. Lapaspuses daļā blakus pastkartes pasūtījuma veikšanai priekšpusē zem virsraksta “So bestellen Sie bei [...]” (Pasūtījums ir veicams šādi [...]) bija norādīts atbildētājas telefona un faksa numurs, interneta adrese un pasta adrese, savukārt salocītā bukleta priekšpusē un mugurpusē apakšējā daļā zem virsraksta “Bestellservice” (Pasūtījumu apkalpošana) bija norādīts atbildētājas telefona numurs un interneta adrese. Ievadot interneta adresi, parādījās atbildētājas interneta vietnes sāklapa. Izmantojot saiti uz vispārējiem noteikumiem un nosacījumiem, zem virsraksta “Rechtliches” (Juridiska rakstura informācija) bija atrodami norādījumi par atteikumu un atteikuma veidlapas paraugs.

20. Prasītāja kritizēja bukletu, jo neesot sniegti pareizi norādījumi par atteikumu un neesot pievienots atteikuma veidlapas paraugs, bet tas ir pieejams tīmekļa vietnē. Pēc oficiālas brīdinājuma vēstules nesekmīgas nosūtīšanas prasītāja cēla prasību par tiesas aizlieguma izdošanu un pirmstiesas izdevumu par oficiālas brīdinājuma vēstules nosūtīšanu 246,10 EUR apmērā, pieskaitot procentus.

21. Šī prasība, kas tika celta *Landgericht* (apgabaltiesa), būtībā bija sekmīga. Taču apelācijas tiesa šo spriedumu daļēji grozīja un *inter alia* nolēma, ka atbildētājai tiek piespriests pārtraukt uzņēmējdarbības ietvaros sniegt patērētājiem iespēju noslēgt distances līgumus par preču iegādi ar drukāta plašsaziņas līdzekļa starpniecību, šajā drukātajā plašsaziņas līdzeklī tieši nesniedzot šādu informāciju: nosacījumi, termiņš un kārtība atteikuma tiesību izmantošanai, it īpaši tās personas vārds un adrese, kurai jāpaziņo par atteikumu, un nepievienojot drukātajam plašsaziņas līdzeklī atteikuma veidlapas paraugu.

22. Iesniedzot apelācijas sūdzību par tiesību jautājumu iesniedzējtiesā, atbildētāja turpina uzturēt spēkā savu prasījumu noraidīt prasību pilnībā. Prasītāja lūdz šo apelācijas sūdzību par tiesību jautājumu noraidīt.

23. Iesniedzējtiesa uzskata, ka tas, vai apelācijas sūdzība par tiesību jautājumu tiks apmierināta, ir atkarīgs no Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunkta un 8. panta 4. punkta interpretācijas. Iesniedzējtiesa norāda, ka vispirms rodas jautājums, kas ir jāņem vērā, izvērtējot, vai tālsaziņas līdzeklī (šajā gadījumā bukletā ar pastkarti pasūtījuma veikšanai) informācijas parādīšanai saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta pirmo teikumu ir ierobežota telpa vai laiks. Vai atbilde uz šo jautājumu ir atkarīga 1) no tā, vai tālsaziņas līdzeklī (abstrakti), ņemot vērā tā veidu, ir ierobežota telpa vai laiks, vai arī 2) no tā, vai tajā (konkrēti) tirgotāja izvēlētajā noformējumā ir ierobežota telpa vai laiks (pirmais prejudiciālais jautājums)?

24. Iesniedzējtiesa arī vēlas zināt, vai tirgotāja rīcības brīvība veidot reklāmu atbilstoši savām vēlmēm un ar Hartas 16. pantu aizsargātā darījumdarbības brīvība, kā arī tehniska rakstura ierobežojumi, kas raksturīgi attiecīgajiem tālsaziņas līdzekļiem, ir saistīti ar pamattiesvedībā radušos juridisko problēmu atrisināšanu. Iesniedzējtiesa vēlas zināt, vai patērētāju intereses būtu aizstāvētas labāk, ja viņi nevarētu saņemt pilnīgu informāciju par atteikuma tiesību īstenošanu un par atteikuma veidlapas paraugu līdz distances līguma noslēgšanas brīdim.

25. Papildu jautājums rodas par to, vai ierobežotas informācijas parādīšanas iespējas gadījumā Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta izpratnē ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu ir saderīga informācijas par atteikuma tiesībām ierobežošana, norādot vienīgi informāciju par atteikuma tiesību esamību. Vai atbilde uz šo jautājumu var ietekmēt nepieciešamība nepieļaut brīvības izplatīt reklāmu nesamērīgu ierobežošānu? Iesniedzējtiesa tostarp norāda, ka saskaņā ar Direktīvas 2011/83 4. apsvērumu direktīvas mērķis ir nodrošināt pareizu samēru starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju.

26. Visbeidzot, ja ir ierobežotas parādīšanas iespējas un informācija saistībā ar atteikuma tiesībām nedrīkst tikt ierobežota, norādot vienīgi informāciju par šo tiesību pastāvēšanu, rodas vēl viens jautājums par to, vai saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu pirms distances līguma noslēgšanas arī ierobežotas parādīšanas iespējas gadījumā tālsaziņas līdzeklim vienmēr obligāti ir jāpievieno atteikuma veidlapas paraugs atbilstoši Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļai (trešais prejudiciālais jautājums)?

27. Tiesvedība tika apturēta, un Tiesai tika uzdoti šādi prejudiciālie jautājumi:

“1) Vai Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta piemērošanā attiecībā uz jautājumu, vai tālsaziņas līdzekli (šajā lietā – reklāmas buklets ar pastkarti pasūtījuma izdarīšanai) ir ierobežota telpa vai laiks informācijas parādīšanai, noteicošais ir tas,

a) ka tālsaziņas līdzeklī ir ierobežota telpa vai laiks (abstrakti), ņemot vērā tā veidu,

vai

b) ka tajā ir ierobežota telpa vai laiks (konkrēti) tirgotāja izvēlētā noformējuma dēļ?

2) Vai ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu ierobežotas informācijas parādīšanas iespējas gadījumā Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta izpratnē ir saderīga informācijas par atteikuma tiesībām ierobežošana, norādot vienīgi informāciju par atteikuma tiesību esamību?

3) Vai saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu pirms distances līguma noslēgšanas arī ierobežotas parādīšanas iespējas gadījumā tālsaziņas līdzeklim vienmēr obligāti ir jāpievieno atteikuma veidlapas paraugs atbilstoši Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļai?”

28. Rakstveida apsvērumus Tiesai iesniedza prasītāja, Vācijas, Somijas un Polijas valdības, kā arī Komisija. Prasītāja, Vācija un Komisija, kā arī atbildētāja sniedza mutvārdu apsvērumus tiesas sēdē, kas notika 2018. gada 7. jūnijā.

#### IV. Rakstveida apsvērumu kopsavilkums

29. Attiecībā uz *pirmo prejudiciālo jautājumu* Polija apgalvo, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta burtiska interpretācija nesniedz nekādu risinājumu problēmai, kas ir radusies, un norāda, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, interpretējot Savienības tiesību normu, ir jāņem vērā ne tikai tās teksts, bet arī tās konteksts un šo normu ietverošā tiesiskā regulējuma mērķi<sup>6</sup>.

30. Prasītāja, Somija, Polija un Komisija attiecībā uz *pirmo prejudiciālo jautājumu* apgalvo, ka, *inter alia* ņemot vērā to, ka Direktīvas 2011/83 mērķis ir nodrošināt augstu patērētāju aizsardzības līmeni, tieši tālsaziņas līdzekļu abstraktais raksturs ir noteicošais. Citiem vārdiem sakot, tās atbalsta pirmo alternatīvu, ko piedāvā iesniedzējtiesa.

31. Visas četras turklāt apgalvo, ka šāda interpretācija atbilst arī Direktīvas 2011/83 36. apsvērumam, kurā ir noteikts, ka distances līgumu gadījumā prasības par informācijas sniegšanu “jāpielāgo, ņemot vērā konkrētu saziņas līdzekļu lietošanas tehniskos ierobežojumus”<sup>7</sup>. Prasītāja norāda, ka 36. apsvērumā ir minēts, piemēram, parādīšanas iespēju ierobežojums mobilo tālrunu ekrānā. Tādējādi Savienības likumdevējs ir vēlējis uzsvērt tehniskos ierobežojumus, kas raksturīgi konkrētu veidu saziņas līdzekļiem.

32. Prasītāja un Komisija uzskata, ka visi atbildētājas pamattiesību pārkāpumi ir samērīgi un ka pamattiesības jebkurā gadījumā tiek garantētas patērētāju aizsardzības kontekstā, kas tiek nodrošināta ar Hartas 38. pantu.

33. Somija un Komisija apgalvo, ka tad, ja 8. panta 4. punktā minētie “tālsaziņas līdzekļi” tiktu attiecināti uz saziņas līdzekļiem, ko tirgotājs ir izraudzījies konkrētajā gadījumā, tirgotājs izvēlēto tālsaziņas līdzekļu dēļ varētu apiet Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā paredzētos pienākumus. Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkts varētu zaudēt tā juridisko noteiktību un *effet utile*.

34. Komisija piebilst, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā noteiktā norma attiecas uz situācijām, kurās saziņas līdzekļi saskaras ar tādiem tehniskiem ierobežojumiem, kas nepieļauj garāku tekstu iekļaušanu, piemēram, mobilajā tālrunī parādāmo rakstzīmju skaita ierobežojums vai laika ierobežojums televīzijas reklāmas klipā. Šādos gadījumos Direktīva 2011/83 atļauj nodrošināt patērētājam piekļuvi daļai no šīs informācijas, izmantojot hipersaiti, vai norādot bezmaksas tālruna numuru, uz kuru piezvanot, šo informāciju var saņemt. Ja sakarā ar tehnoloģiju attīstību šādi ierobežojumi tiek likvidēti, Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts vairs nav piemērojams.

35. Komisija uzskata, ka tirgotāja brīvības ierobežojumi, kas izpaužas kā pienākums vienmēr izvēlēties tādus reklāmas veidus, kuri ir pietiekami, lai iekļautu visu informāciju par atteikšanos no līguma un citu obligāto informāciju, ir pamatoti ar patērētāju aizsardzību un nav nesamērīgi. Tas pats attiecas uz Hartas 16. pantu. Turklāt Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā paredzētie pienākumi attiecas tikai uz distances līgumiem, kas definēti Direktīvas 2011/83 2. panta 7. punktā.

36. Komisija turklāt atsaucas uz Tiesas spriedumu *Canal Digital Danmark*<sup>8</sup>, apgalvojot, ka minētā sprieduma atsevišķi punkti, kuros tiek interpretēta Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktam līdzīga norma, kas ietverta Direktīvā 2005/29/EK<sup>9</sup>, ir attiecināmi arī uz šo lietu<sup>10</sup>.

6 Polija atsaucas uz 2016. gada 17. marta spriedumu *Liffers* (C-99/15, EU:C:2016:173, 14. punkts un tajā minētā judikatūra).

7 Mans izcēlums.

8 Spriedums, 2016. gada 26. oktobris (C-611/14, EU:C:2016:800).

9 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2005. gada 11. maijs), kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (“Negodīgas komercprakses direktīva”), OV 2005, L 149, 22. lpp.

10 Skat. turpmāk tekstā 65. un 66. punktu.



37. Prasītāja piebilst, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunkts nemaina tās ierosināto atbildi uz pirmo prejudiciālo jautājumu. Ar to tirgotājam tiek uzlikts pienākums uz pastāvīga informācijas nesēja samērīgā termiņā pēc distances līguma noslēgšanas un ne vēlāk kā preču piegādes brīdī vai pirms sākas pakalpojuma izpilde patērētājam sniegt apstiprinājumu par noslēgto līgumu, ieskaitot Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā paredzēto informāciju, izņemot, ja tā jau ir sniegta pastāvīgā informācijas nesējā. Ja 8. panta 7. punkta a) apakšpunkts tiktu interpretēts citādi, tad 8. panta 4. punkts būtu lieks.

38. Visbeidzot, prasītāja, Somija un Komisija apgalvo, ka 8. panta 4. punkts ir izņēmums, kas ir jāinterpretē šauri.

39. Attiecībā uz *otro prejudiciālo jautājumu* prasītāja, Somija, Polija un Komisija apgalvo, ka nepietiek ar sniegtās informācijas ierobežošanu līdz vienkāršai informēšanai par atteikuma tiesību esamību bez nepieciešamības paziņot papildu informāciju par šo tiesību istenošanas līdzekļiem, kas norādīta Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā.

40. Prasītāja norāda, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta pirmajā teikumā ir skaidri norādīts, ka noteikta minimālā informācija ir jāsniedz visos gadījumos. Šajā normā ir atsauce uz Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu, saskaņā ar kuru šī minimālā informācija ir “nosacījumi, termiņš un kārtība atteikuma tiesību izmantošanai”. Tādējādi ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu Savienības likumdevējs ir paredzējis skaidru un konkrētu sistēmu attiecībā uz informāciju, kas ir jāsniedz neatkarīgi no tehniskiem ierobežojumiem (skat. Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un vārdus “konkrētajā līdzeklī”). Somijai un Polijai ir līdzīga nostāja.

41. Prasītāja turklāt apgalvo, ka piebilde rīkojumā par prejudiciālā jautājuma uzdošanu attiecībā uz darījumdarbības brīvību šajā kontekstā ir jāuztver tāpat, kā tas tika darīts attiecībā uz pamattiesībām un pirmo prejudiciālo jautājumu; patērētāju tiesību aizsardzības intereses ir primāras.

42. *Otrā prejudiciālā jautājuma* kontekstā Somija piebilst, ka no Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunkta, kurā ir norādīta konkrēta informācija, kas vēlāk jāsniedz tirgotājiem uz “pastāvīga informācijas nesēja”, nevar spriest ne par kādu atbalstu par pirms līguma noslēgšanas sniedzamās informācijas attiecībā uz atteikuma tiesībām ierobežošanu. Somija arī apgalvo, ka informācijai, kas tiek sniegta patērētājam, kurš apsver distances līguma noslēgšanu, ir būtiska nozīme, jo, tieši pamatojoties uz to, patērētājs izlemj, slēgt vai neslēgt līgumu.

43. Attiecībā uz *trešo prejudiciālo jautājumu* prasītāja un Komisija apgalvo, ka saskaņā ar Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu patērētājam ir jānodrošina atteikuma veidlapas paraugs pat tad, ja 8. panta 4. punkts tiek piemērots. Tomēr *Somija* ar zināmu Polijas atbalstu apgalvo, ka atteikuma veidlapa pati par sevi nav daļa no “informācijas” par Direktīvā 2011/83 minētajām atteikuma tiesībām, tāpēc tā nav jānodrošina patērētājam, kas ir noslēdzis distances līgumu.

44. *Vācija* iesaka uz uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem sniegt atšķirīgu atbildi, nekā ierosina prasītāja, Somija, Polija un Komisija. Attiecībā uz *pirmo prejudiciālo jautājumu* Vācija tostarp apgalvo, ka tirgotāja izvēlētais konkrētais saziņas veids ir noteicošais faktors, lemjot par to, vai uz distances līgumu attiecas Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts, tātad – ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā paredzētais pienākums sniegt informāciju samazinātā apmērā attiecas uz pamatlietā aplūkojamo bukletu.

45. Vācija apgalvo, ka ne Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta formulējumā, ne tās apsvērumos nav atbalstīta normas ierobežošana, attiecinot to tikai uz atsevišķiem tālsaziņas līdzekļiem. 36. apsvērumā minētie saziņas līdzekļi ir tikai piemēri.

46. Vācija apgalvo, ka Direktīvas 2011/83 mērķis neuzliek tirgotājiem pienākumu vienmēr sniegt visaptverošu informāciju par atteikuma tiesībām pirms līguma noslēgšanas. Direktīvas 2011/83 mērķis ir nodrošināt augstu patērētāju aizsardzības līmeni un radīt stabilu tiesisko regulējumu kā patērētājiem, tā arī tirgotājiem. Šis mērķis tāpat ir nodrošināts ar Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunktu. Reāli domājot, nevar izslēgt, ka daudzi patērētāji pēc pasūtījumu veikšanas nesaglabā reklāmas bukletus. Tāpēc ir būtiski darīt zināmu sīki izstrādātu informāciju par atteikuma tiesībām ne vēlāk kā piegādes brīdī, lai nodrošinātu, ka patērētāji par šīm tiesībām ir informēti. Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunktā tiek garantēta patērētāju tiesību pilnīga ievērošana.

47. Tādu pienākumu uzlikšana, kas pārsniedz Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā paredzētās prasības par informēšanu samazinātā apjomā, ierobežo tirgotāju brīvību veikt darījumdarbību Hartas 16. panta izpratnē, nesniedzot nekādas priekšrocības patērētājiem. Saskaņā ar Hartas 52. panta 1. punktu tirgotāja reklamēšanas līdzekļu izvēles brīvību nedrīkst ierobežot nesamērīgi. Ja attiecībā uz tirgotāja izvēlēto saziņas līdzekli Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts netiek piemērots, tad pastāv risks, ka tirgotāji nevarēs izmantot noteiktas reklāmas formas, jo attiecīgais reklāmas veids netiks izmantots lielā obligātās informācijas daudzuma dēļ. Vācija arī uzsver Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta otro teikumu, kurā noteikts, ka “pārējo 6. panta 1. punktā minēto informāciju tirgotājs patērētājam sniedz atbilstīgā veidā saskaņā ar šā panta 1. punktu”.

48. Attiecībā uz *otro prejudiciālo jautājumu* Vācija uzskata, ka gadījumos, kad tiek izmantoti tālsaziņas līdzekļi, “kuros ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai” Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta izpratnē, tirgotājiem ir pienākums tikai informēt patērētājus par atteikuma tiesību esamību un ka tas nemazina augstu patērētāju aizsardzības līmeni. Vēl apgrūtinošāks pienākums attiecībā uz patērētājiem sniedzamo informāciju par atteikuma tiesībām būtu tiesību reklamēt nesamērīgs ierobežojums.

49. Ņemot vērā informācijas daudzumu par tiesībām uz atsaukšanu, kas jāpaziņo patērētājiem, iepriekš minēto Direktīvas 2011/83 mērķi un patērētāju un tirgotāju intereses, Vācija uzskata, ka gadījumos, kad ir ierobežotas informācijas norādīšanas iespējas, ir atbilstīgi veikt izmaiņas informācijas apjomā.

50. Vācija atsaucas uz Direktīvas 2011/83 4. apsvērumu, kurā *inter alia* ir noteikts, ka ir jāatrod pareizais samērs starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju. Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā minētajā izņēmumā ir ņemta vērā atbilstīgi izmantotajam tālsaziņas līdzeklim ierobežotā telpa un laiks un tiek arī novērsti nesamērīgi ierobežojumi attiecībā uz tirgotāju brīvību reklamēt. Arī šajā gadījumā Vācija norāda, ka jebkurā gadījumā patērētājam būtisks ir Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunkts.

51. Visbeidzot, attiecībā uz *trešo prejudiciālo jautājumu* Vācija apgalvo, ka tad, ja ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai, informēšana par atteikuma tiesībām var ietvert tikai informēšanu par šo tiesību esamību, un ne vienmēr tālsaziņas līdzeklim ir nepieciešams pievienot Direktīvas 2011/83 I pielikuma B punktā doto atteikuma veidlapas paraugu.

## V. Analīze

### A. Pārskats

52. Šajā lietā galvenais ir pirmais prejudiciālais jautājums un jautājums par to, vai gadījumā, ja “līgumu noslēdz, izmantojot tālsaziņas līdzekli, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai” saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu, dalībvalsts tiesai ir jālemj, vai piemērot objektīvus vai subjektīvus kritērijus.

53. Esmu nonācis pie secinājuma, ka saskaņā ar Savienības tiesībām iesniedzējtiesas ierosinātā pirmā alternatīva attiecas uz Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta interpretāciju. Tas nozīmē, ka noteikšana, vai konkrētais buklets, kam pievienots neliels kupons, ir “tālsaziņas līdzeklis, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai”, ir atkarīga no tā, vai (abstrakti) šajā tālsaziņas līdzeklī ir tikai ierobežota telpa un laiks, ņemot vērā tā veidu. Kā var redzēt turpmāk sniegtajā analizē, šī objektīvā pieeja atspoguļo Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta nozīmi, nevis subjektīvu analīzi, kas raksturīga apsvēršanai, vai konkrētajā gadījumā attiecīgajā saziņas līdzeklī ir ierobežota telpa vai laiks tirgotāja izvēlēta noformējuma dēļ, kas bija otrā alternatīva, kura minēta pirmajā prejudiciālajā jautājumā.

54. Iesniedzējtiesa lūdz atbildēt uz šo otro prejudiciālo jautājumu par atteikuma tiesību saturu par I pielikuma B daļā doto atteikuma veidlapas paraugu tikai tad, ja tiek apstiprināta pirmajā prejudiciālajā jautājumā minētā otrā alternatīva. Es atbildēšu uz otro un trešo prejudiciālo jautājumu tikai tādā gadījumā, ja Tiesa nepiekritīs manis ierosinātajai atbildei uz pirmo prejudiciālo jautājumu.

55. Pirms tam sniegšu dažas ievadpiezīmes.

### **B. Ievadpiezīmes**

56. Vispirms ir svarīgi uzsvērt, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā ietvertie grozījumi attiecībā uz šīs direktīvas 6. panta 1. punktā noteiktajām informēšanas prasībām attiecas tikai uz tiem *līdzekļiem*, kurus izmantojot, tirgotāji patērētājiem sniedz Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā norādīto informāciju, pirms šiem patērētājiem var kļūt saistošas distances līguma vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma saistības, bet nevis uz *saturu*, kas ir jādara zināms. Kā noteikts Direktīvas 2011/83 35. apsvērumā, patērētājam sniedzamajai tirgotāja informācijai vajadzētu būt obligātai. Informāciju, kas Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā nav minēta kā tāda, kura ietverta šīs normas radītajā grozījumā, tirgotājs patērētājam sniedz vienkārši, kā norādīts Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta pēdējā teikumā, “atbilstīgā veidā” saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 1. punktu. Ņemot vērā Direktīvas 2011/83 8. panta 1. punktā ietverto atsauci uz Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktu, tas jādara, pirms patērētājs noslēdz distances līgumu vai līgumu ārpus uzņēmuma telpām.

57. Savienības likumdevēja lēmumus izdarīt izņēmumu attiecībā uz līdzekļiem, nevis saturu ir atbilstīgs augstam patērētāju aizsardzības līmenim visās Savienības politikas jomās saskaņā ar Hartas 38. pantu un atbalstīts LESD 12. pantā, 114. panta 3. punktā un 169. pantā. Turklāt, ņemot vērā to, ka patērētāji aizvien biežāk noslēdz distances līgumus, kas ir iespējams, izmantojot digitālās tehnoloģijas, nodrošināt Direktīvas 2011/83 *effet utile* kļūst aizvien sarežģītāk.

58. Turklāt atbildētājas lietas ievērojama daļa ir balstīta uz Hartas 16. pantā paredzēto darījumdarbības brīvību<sup>11</sup>. Tā dažbrīd pārklājas ar vārda un informācijas brīvību saistībā ar reklāmu, kas ir aizsargāta ar Hartas 11. pantu<sup>12</sup> un ko tiesai jau ir bijusi izdevība aplūkot saistībā ar iepakošanu un marķēšanu<sup>13</sup>. Šīs tiesības ir vienlīdz atbilstīgas, ja tiesiskajā regulējumā tiek noteikti ierobežojumi attiecībā uz publicitāti un mārketingu, kā arī līdzekļi un nosacījumi, saskaņā ar kuriem patērētāji var veikt preču vai pakalpojumu pasūtījumus, kā tas ir pamatlietā.

59. Taču ir svarīgi uzsvērt, ka, ja Hartas 16. pants tiek piesaukts situācijā, kurā patērētāju aizsardzība ir būtiska, ir jāņem vērā arī Hartas 38. pants<sup>14</sup> neatkarīgi no tā, vai 38. pants ir princips – un tādējādi saskaņā ar Hartas 52. panta 5. punktu ir piemērojams tikai kā noteikums Savienības tiesību aktu interpretācijai – vai norma, ar kuru tiek piešķirtas subjektīvas tiesības<sup>15</sup>. Hartas 38. pantam ir tāda pati nozīme, ja Hartas 11. pants ir būtisks attiecībā uz vārda un informācijas brīvību saistībā ar reklāmu<sup>16</sup>.

### C. Atbilde uz pirmo un otro prejudiciālo jautājumu

#### 1. Pirmā prejudiciālā jautājuma analīze

60. Kā norādīts Polijas rakstveida apsvērumos, Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta formulējumā nav norādes par to, vai pamatlietā aplūkojamā brošūra ir vai nav “tālsaziņas līdzeklis, kurā ir ierobežota telpa un laiks informācijas parādīšanai” saskaņā ar minēto pantu. Nekādi nepalīdz arī tas, ka nav dokumentu, kas attiektos uz Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta pirmavotiem, piemēram, *travaux préparatoires*<sup>17</sup>, tomēr jāatzīmē, ka Komisijas Pamatnostādņu dokumentā par Direktīvu 2011/83, 33. lappusē ir norādīts, ka “8. panta 4. punkts pirmām kārtām būtu jāattiecinā uz līgumiem, kas noslēgti, izmantojot tādas tehnoloģijas kā SMS, kuras uzliek tehniskus ierobežojumus attiecībā uz informācijas daudzumu, ko var nosūtīt”<sup>18</sup>.

11 Attiecībā uz šīm tiesībām skat. spriedumus, 2017. gada 14. marts, *G4S Secure Solutions* (C-157/15, EU:C:2017:203); 2017. gada 26. oktobris, *BB construct* (C-534/16, EU:C:2017:820); 2017. gada 20. decembris, *Global Starnet* (C-322/16, EU:C:2017:985); 2017. gada 20. decembris, *Polkomtel* (C-277/16, EU:C:2017:989); 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498); 2016. gada 4. maijs, *Pillbox 38* (C-477/14, EU:C:2016:324); 2016. gada 21. decembris, *AGET Iraklis* (C-201/15, EU:C:2016:972); 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution* (C-157/14, EU:C:2015:823); 2013. gada 31. janvāris, *McDonagh* (C-12/11, EU:C:2013:43); 2013. gada 22. janvāris, *Sky Österreich* (C-283/11, EU:C:2013:28), un 2012. gada 12. jūlijs, *Association Kokopelli* (C-59/11, EU:C:2012:447).

12 Skat., piemēram, *Neptune Distribution*, turpat.

13 Tiesas 2016. gada 4. maija sprieduma *Philip Morris Brands* (C-547/14, EU:C:2016:325) 147. punktā tika nolemts, ka “Hartas 11. pants ir veltīts vārda un informācijas brīvībai. Šī brīvība ir aizsargāta arī ar Romā 1950. gada 4. novembrī parakstītās Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 10. pantu, kurš, kā izriet no Eiropas Cilvēktiesību tiesas judikatūras, it īpaši ir piemērojams uzņēmēja veiktai komerciāla rakstura informācijas izplatīšanai, kas notiek tostarp reklāmas tekstu veidā. Tā kā Hartas 11. pantā paredzētajai vārda un informācijas brīvībai, kā tas izriet no tās 52. panta 3. punkta, kā arī no paskaidrojumiem attiecībā uz Hartu saistībā ar tās 11. pantu, ir tāda pati nozīme un darbības joma, kāda garantēta ECPAK, ir jāatzīst, ka minētajā brīvībā ietilpst, ka uzņēmējs uz tabakas izstrādājumu iepakošanas un etiķetēm izmanto norādes, uz kurām attiecas Direktīvas 2014/40 13. panta 1. punkts (skat. spriedumu, 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution*, C-157/14, EU:C:2015:823, 64. un 65. punkts)”. Skat. arī ģenerālvokāta N. Jēskinenā [N. Jääskinen] secinājumus lietā *Google Spain un Google* (C-131/12, EU:C:2013:424, 120.–125. punkts).

14 Skat. spriedumu, 2013. gada 31. janvāris, *McDonagh* (C-12/11, EU:C:2013:43, 63. punkts). Interesanti atzīmēt, ka sprieduma *McDonagh* 62. punktā Tiesa nosprieda – “kad saduras vairākas Savienības tiesību sistēmā aizsargātas tiesības, šis vērtējums ir jāveic, ievērojot prasību par nepieciešamo šo dažādo pamattiesību saskaņošanu un taisnīgu līdzsvaru starp šīm tiesībām (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2008. gada 29. janvāris, *Promusicae*, C-275/06, EU:C:2008:54, 65. un 66. punkts, un 2012. gada 6. septembris, *Deutsches Weintor*, C-544/10, EU:C:2012:526, 47. punkts)”.

15 Skat. manus secinājumus lietā *OTP Bank un OTP Faktoring* (C-51/17, EU:C:2018:303, 64. punkts). Uz to, kāda ir tiesību uz patērētāju aizsardzību ietekme, norāda fakts, ka tad, ja konkrētajā Savienības tiesību aktā tā nav iekļauta kā mērķis, tas var atsaukties uz šī akta interpretāciju. Skat., piemēram, spriedumu, 2015. gada 21. maijs, *El Majdoub* (C-322/14, EU:C:2015:334, 36.–38. punkts).

16 Spriedums, 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution* (C-157/14, EU:C:2015:823).

17 Saistībā ar distances līgumiem skat. spriedumu, 2012. gada 5. jūlijs, *Content Services Limited* (C-49/11, EU:C:2012:419, 32. punkts). Kas attiecas uz *travaux préparatoires*, kas ir būtiski pamatlietā, es tomēr norādu, ka dažbrīd ir veikta atsauce uz “tehnoloģisko attīstību” attiecīgajos sagatavojošajos dokumentos. Skat., piemēram, Komisija, Zaļā grāmata par patērētāju *acquis* pārskatīšanu (OV 2007, C 61, 1. lpp., 3. lpp.). Skat. līdzīgi – Eiropas savienības Padome, Komisijas dienestu darba dokuments, kas pievienots priekšlikumam Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai par patērētāju tiesībām [*Commission Staff Working Document accompanying the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on consumer rights*] – Pielikumi – 2008. gada 8. oktobris, *Doc. SEC (2008) 2547*, 4. lpp.

18 [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd\\_guidance\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf).

61. Tomēr Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta un 8. panta 4. punkta konteksts un mērķis pastāsta vairāk.

62. Attiecībā uz mērķi, kā rakstveida apsvērumos uzsvērusi Somija un Komisija, ja “konkrētajā gadījumā” tiktu izmantoti kritēriji attiecībā uz tirgotāja izvēlēto noformējumu, proti, iesniedzējtiesas pirmajā prejudiciālajā jautājumā minētā otrā alternatīva, tas nozīmētu atstāt novārtā jautājumu par apstākļiem, kādos Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā paredzētais izņēmums sāk attiekties uz tirgotājiem un *viņu* izvēli attiecībā uz reklāmu un distances līgumu slēgšanas iespēju piedāvāšanu. Tas būtu pretrunā Direktīvas 2011/83 2. apsvērumā norādītajam mērķim “noteikt standarta noteikumus par distances līgumu un ārpus uzņēmuma telpām noslēgto līgumu kopīgajiem aspektiem” un tās 7. apsvērumā paredzētajai “vienotas reglamentējošo noteikumu sistēmas, kura būs balstīta uz skaidri definētiem juridiskiem jēdzieniem” izveidei. Tas arī samazinātu Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta *effet utile* un būtu neētiski saistībā ar normu, ka atkāpes no Savienības tiesību normām, kas attiecas uz patērētāju aizsardzību, ir jāinterpretē šauri<sup>19</sup>.

63. Turklāt es piekritu, ka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta mērķis, kā norādīts 36. apsvērumā, ir nodrošināt patērētājiem visu Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā prasīto informāciju pat tad, ja jaunās tehnoloģijas, ko tirgotāji izmanto, lai reklamētu un piedāvātu distances līgumus, šo informācijas paziņošanu sarežģī. 36. apsvērumā minēta nepieciešamība pielāgot prasības par informācijas sniegšanu, “ņemot vērā *konkrētu saziņas līdzekļu* lietošanas tehniskos ierobežojumus, piemēram, zīmju skaita ierobežojumus dažu mobilo tālrunu ekrānā” (mans izcēlums). Direktīvas 2011/83 koncentrēšanās uz izmantotajiem (objektīvajiem) saziņas līdzekļiem ir atspoguļota arī 20. apsvērumā, kurā apstiprināts, ka distances līguma definīcija attiecas tikai uz tādu tālsaziņas līdzekļu izmantošanu kā “pasta pasūtījums, internets, telefons vai telefakss”.

64. Kas attiecas uz kontekstu, kā jau minēju kādos iepriekšējos secinājumos, Savienības pasākumu interpretācijā konteksts aptver virkni dažādu elementu. Tas ietver salīdzinājumu ar tiesību aktiem, kas izdoti pirms attiecīgā pasākuma, bet ko šis pasākums ir atcēlis. Tas ietver Savienības tiesību aktus, kas kādā būtiskā veidā attiecas uz attiecīgo pasākumu vai ir ar to saistīti. Tas arī raksturo attiecīgās tiesību normas kontekstu saistībā ar tā Savienības tiesību akta citām normām, kurā tas atrodas un pēdējā plašo struktūru<sup>20</sup>.

65. Šajā nozīmē Komisijas atsaucei uz Tiesas nolēmumu *Canal Digital Danmark*<sup>21</sup>, iespējams, ir nozīme<sup>22</sup>. Tajā Tiesai tostarp tika jautāts, vai Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 1. un 3. punkts ir interpretējams tādējādi, ka, lai novērtētu, vai komercprakse ir uzskatāma par maldinošu noklusēšanu, ir jāņem vērā konteksts, kādā notiek šī prakse, it īpaši ierobežojumi laikā un telpā, ko nosaka izmantotais saziņas līdzeklis. Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 1. punktā noteikts, ka, novērtējot, vai komercprakse uzskatāma par negodīgu, ir jāņem vērā tās faktiskais konteksts un “visas īpašības un apstākļi un saziņas līdzekļa nepilnības”.

66. Lai gan nevaru piekrist, ka kāds no punktiem spriedumā *Canal Digital Danmark*, uz kuriem atsaucās Komisija, var kalpot par atbalstu mērķim izmantot subjektīvu pieeju, lai atbildētu uz pirmo prejudiciālo jautājumu<sup>23</sup>, sprieduma *Canal Digital Danmark* 42. punktā, apsverot, ko nozīmē “ierobežojumi telpā un laikā, kas būtu saistīti ar izmantoto saziņas līdzekli”, Tiesa atsaucās uz

19 Spriedums, 2010. gada 15. aprīlis, *E. Friz* (C-215/08, EU:C:2010:186, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).

20 *Pinckernelle* (C-535/15, EU:C:2016:996, 40. punkts un tajā minētā judikatūra).

21 Spriedums, 2016. gada 26. oktobris (C-611/14, EU:C:2016:800).

22 Kā norādīts ģenerāladvokāta P. Mengoci [*P. Mengozzi*] secinājumu lietā *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:126) 36. punktā, definīcijas, kuras citās direktīvās, kas nav šajā lietā aplūkojamā direktīva, attiecas uz to pašu jēdzienu, interpretācijas procesā var būt “noderīgas”.

23 Tiesas sēdē Komisija atsaucās uz 80., 58. un 63. punktu. Rakstveida apsvērumos Komisija atsauca uz 62. un 63. punktu.

ierobežojumiem laikā, “kam var būt pakļauti *daži saziņas līdzekļi, piemēram, reklāmas paziņojumi televīzijā*”.<sup>24</sup> Tāpēc jānorāda, ka, interpretējot Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 1. punktu, būtiska nav tirgotāja subjektīvā izvēle konkrētajā gadījumā, bet gan konkrētā saziņas līdzekļa objektīvās īpašības.

67. Turklāt Direktīvā 97/7, kas ir viena no Direktīvas 2011/83 priekšgājējām, nav normas, kura liecinātu par vājākām tās prasībām attiecībā uz tādām tālsaziņas tradicionālajām formām starp tirgotājiem un patērētājiem kā katalogi un žurnāli ar tāda veida brošūrām, kāda ir aplūkota pamatlietā. Šāda pasākuma ietveršana aizstājējdirektīvā, konkrētajā gadījumā – Direktīvā 2011/83, nebūtu saderīga ar augsta līmeņa patērētāju aizsardzību un prasītu runāt skaidru valodu.

68. Tādēļ es piekritu Komisijas tiesas sēdē paustajiem apsvērumiem par reklāmas izvietojuma uz papīra ietekmi, kura tika aplūkota Tiesas nolēmumā *Verband Sozialer Wettbewerb*<sup>25</sup>, kam nav līdzības ar pamatlietu, un tādējādi, pamatojoties uz šiem atšķirīgajiem faktiem, nav noderīga, lai atbildētu uz pirmo prejudiciālo jautājumu. Atbildētājas veiktā norāde uz šo nolēmumu ir nevietā.

69. Lietā *Verband Sozialer Wettbewerb* Tiesai tika jautāts, vai Negodīgas komercprakses direktīvas 7. panta 4. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka informācija par tirgotāja identitāti un adresi ir jānorāda jau konkrētu preču reklāmā iespiestā izdevumā gadījumā, ja patērētāji šos produktus iegādājās, tikai izmantojot tā sludinājumā norādīto reklāmas devēja uzņēmuma, kurš bija šīs reklāmas autors, interneta vietni, un patērētāji šajā interneta vietnē vai ar tās starpniecību šādu informāciju viegli varēja iegūt.

70. Tiesa nolēma, ka informācijas apjoms, kas tirgotājam ir jāpaziņo par tirgotāja adresi un identitāti, izsakot uzaicinājumu veikt pirkumu, ir jānovērtē saistībā ar šāda uzaicinājuma kontekstu atkarībā no produkta veida un īpašībām, kā arī atkarībā no izmantotā saziņas līdzekļa<sup>26</sup>.

71. Pēc tam Tiesas piebilda, ka gadījumā, kur “iegādes tiešsaistē platforma ir iespiestas reklāmas pamatā un kurā it īpaši ir attēlots liels skaits iegādes iespēju pie dažādiem tirgotājiem, var būt novērojami telpas ierobežojumi Direktīvas 2005/29 7. panta 3. punkta izpratnē”<sup>27</sup>.

72. Tomēr nekas lietas materiālos neliecina, ka bukletā, uz kuru veikta atsauce pamatlietā, ir piedāvājumi vairāk nekā no viena tirgotāja vai ir atsauce uz vairākām atšķirīgām tīmekļa vietnēm caur platformu.

73. Visbeidzot, kā apgalvoja prasītāja, reklāmas līdzekļi, kas sagatavoti tradicionālajās saziņas formās, kā tas ir pamatlietā aplūkotajā gadījumā, bieži vien ir vērsti uz tādām sabiedrības grupām, piemēram, vecāka gadagājuma cilvēkiem, kas nav radušas izmantot internetu, lai piekļūtu piedāvātā līguma papildu noteikumiem.

74. Direktīvas 2011/83 34. apsvērumā šādu grupu aizsardzība norādīta kā šīs direktīvas mērķis. Tā otrajā teikumā teikts, ka “tirgotājam, cik vien ir viņa spēkos to saprātīgi paredzēt, būtu jāņem vērā specifiskas tādu patērētāju vajadzības, kuri ir īpaši neaizsargāti savu garīgo, fizisko vai psiholoģisko traucējumu, vecuma vai lētības dēļ”. Šis konteksts arī norāda uz to, ka, nosakot, vai “tālsaziņas līdzekļi [...] ir ierobežota telpa vai laiks informācijas parādīšanai” saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu, tiek noraidīta tirgotāja tāda izvēlēta noformējuma un saziņas līdzekļa izvēle, kas uzliktu pienākumu visām sabiedrības grupām izmantot internetu, lai uzzinātu, kādu informāciju tirgotājiem ir pienākums sniegt saskaņā ar Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktu.

<sup>24</sup> Mans izcēlums.

<sup>25</sup> Spriedums, 2017. gada 30. marts (C-146/16, EU:C:2017:243).

<sup>26</sup> Turpat, 28. punkts un tajā minētā judikatūra.

<sup>27</sup> Turpat, 29. punkts.

## 2. Otrā prejudiciālā jautājuma analīze

75. Uzdotot otro prejudiciālo jautājumu, iesniedzējtiesa jautā, vai gadījumā, kad ir piemērojams Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts, ir pietiekami, ja tirgotājs pirms distances līguma noslēgšanas informē patērētāju par to, ka pastāv atteikuma tiesības, bet nesniedz nekādu citu informāciju.

76. Kā jau minēju iepriekš, es atbildēju uz otro jautājumu tikai gadījumā, ja Tiesa nepiekritis maniem secinājumiem attiecībā uz pirmo prejudiciālo jautājumu un ja Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā un 8. panta 4. punktā norādītie grozījumi informēšanas prasībās attiecas uz pamatlietā aplūkojamo brošūru.

77. Attiecībā uz otro prejudiciālo jautājumu es piekritu prasītājas, Somijas, Polijas un Komisijas nostājai. Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta formulējums prasa vairāk nekā tikai paziņojumu par atteikuma tiesību eksistenci. Tajā norādīts, ka tirgotājs “sniedz” informācijas sarakstu, un tajā ir ietverti “līguma izbeigšanas nosacījumi”<sup>28</sup>, kā *inter alia* minēts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktā.

78. Kā norādīts Somijas rakstveida apsvērumos, Tiesas judikatūrā ir atzīts, ka Direktīvas 2011/83 6. panta 4. punktā un 8. panta 1. punktā paredzētā informācija, kas pirms līguma noslēgšanas ir jāsniedz patērētājam, ir būtiski svarīga<sup>29</sup>. Tiesa arī saistībā ar vienu no Direktīvas 2011/83 priekšgājējām, proti, Direktīvu 97/7, nolēma, ka, “ja informācija, kura atrodas pārdevēja interneta vietnē, kļūst pieejama tikai ar patērētājam paziņotas saites palīdzību, Direktīvas 97/7 5. panta 1. punkta izpratnē šī informācija šim patērētājam nav nedz “sniegta”, nedz arī viņš to ir “saņēmis”<sup>30</sup>. Tas atbilst šeit ierosinātajai atbildei uz otro prejudiciālo jautājumu.

79. Līdzīgi kā Somija un prasītāja<sup>31</sup> es noraidu argumentus attiecībā uz to, ka iespaids, ko rada Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkts, un pienākums tirgotājiem sniegt patērētājiem informāciju, kura norādīta Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā, kā arī pienākums “uz pastāvīga informācijas nesēja samērīgā termiņā pēc distances līguma noslēgšanas un ne vēlāk kā preču piegādes brīdī vai pirms pakalpojuma izpildes sākuma sniegt patērētājam apstiprinājumu par noslēgto līgumu” nekādi nav saistīts ar Direktīvas 2011/83 uzlikto pienākumu tirgotājiem sniegt informāciju par tiesībām atteikties no distances līguma pirms tā noslēgšanas.

80. Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punktā uzsvars ir likts uz “apstiprinājumu” tai informācijai, kas ir sniegta pirms līguma noslēgšanas, un uz “pastāvīgu informācijas nesēju”, jo Direktīva 2011/83 ļauj sniegt būtisko informāciju pirms līguma noslēgšanas uz nepastāvīga informācijas nesēja. Tirgotāji ir atbrīvoti no Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunktā noteiktā pienākuma tikai tad, ja attiecīgā informācija “jau” ir tikusi sniegta uz pastāvīga informācijas nesēja. Tas izriet no vārdiem “ja vien” šajā pašā tiesību normā. Atbilstošs ir arī 23. apsvēruma, norādot, ka informācijas sniegšanas uz pastāvīga informācijas nesēja mērķis ir uzglabāšana. Turklāt, kā norādījusi prasītāja, ja Vācijas piedāvātā interpretācija tiktu pieņemta, tad Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts būtu lieks.

81. Tomēr jāuzsver, ka gadījumā, ja Tiesa piekritis maniem ieteikumiem attiecībā uz atbildi uz pirmo prejudiciālo jautājumu, atbildētājam būs pienākums jebkurā gadījumā iekļaut bukletā atteikuma veidlapas paraugu, kas paredzēts Direktīvas 2011/83 11. panta 1. punktā un dots I pielikuma B daļā, jo pamattiesvedība visticamāk neietilps Direktīvā 2011/83 paredzēto informācijas prasību grozījumu jomā.

28 Mans izcēlums.

29 Somija atsauca uz Tiesas 2017. gada 20. septembra spriedumu *Andriiciuc* u.c. (C-186/16, EU:C:2017:703, 48. punkts un tajā minētā judikatūra). Par atteikuma tiesību nozīmīgumu skat. ģenerāladvokāta P. Mengoci secinājumus lietā *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:126, 28. punkts).

30 Spriedums, 2012. gada 5. jūlijs, *Content Services* (C-49/11, EU:C:2012:419, 37. punkts).

31 Es apstiprinu, ka prasītāja izvirzīja argumentus attiecībā uz Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punkta a) apakšpunktu pirmā prejudiciālā jautājuma kontekstā.

### 3. Pirmā un otrā prejudiciālā jautājuma atbilstība pamattiesībām

82. Ierosinātā pieeja, kā atbildēt uz pirmo un otro prejudiciālo jautājumu, rada iejaušanos atbildētāju pamattiesībās, jo liek tai izvēlēties tādu noformējumu, kurā var izpildīt Direktīvā 2011/83 noteiktās prasības par informēšanu, un tādā veidā, lai visa informācija patērētājam tiktu sniegta “skaidrā un saprotamā veidā” saskaņā ar Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktu un 34. apsvērumu. Tas ietver sīku informāciju par atteikuma tiesībām un ne tikai par to esamību. Ja mans ierosinājums, kā atbildēt uz pirmo prejudiciālo jautājumu, tiks pieņemts, tas ietvers arī pienākumu pamatlietā aplūkotajā bukletā iekļaut Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā doto atteikuma veidlapas paraugu.

83. Tas viss ierobežo atbildētājas tiesības brīvi rīkoties ar pieejamajiem saimnieciskajiem, finanšu un tehniska rakstura resursiem, kas ir aizsargātas ar Hartas 16. pantu<sup>32</sup>. Tas traucē arī ar Hartas 11. pantu aizsargātajai vārda un informācijas brīvībai saistībā ar reklāmu, jo tirgotājam ir pienākums sniegt konkrētu informāciju.

84. Tomēr saskaņā ar pastāvīgo judikatūru darījumdarbības brīvība, kura tiek aizsargāta ar Hartas 16. pantu, nav absolūta prerogatīva. Tā var tikt pakļauta plaši valsts varas ietekmei, vispārējās interesēs radot ierobežojumus ekonomiskās darbības īstenošanai<sup>33</sup>. Turklāt Hartas 16. pants ir jāizvērtē saistībā ar tā funkciju sabiedrībā<sup>34</sup>.

85. Turklāt fundamentālās tiesības, ko aizsargā Hartas 11. un 16. pants, nav absolūtas. Attiecībā uz abām tiesību normām var piemērot pamatotus ierobežojumus saskaņā ar Hartas 52. panta 1. punktu<sup>35</sup>. Tajā noteikts, ka visiem “šajā Hartā atzīto tiesību un brīvību izmantošanas ierobežojumiem ir jābūt noteiktiem tiesību aktos, un tajos jārespektē šo tiesību un brīvību būtība. Ievērojot proporcionalitātes principu, ierobežojumus drīkst uzlikt tikai tad, ja tie ir nepieciešami un patiešām atbilst vispārējās nozīmes mērķiem, ko atzinusi Savienība, vai vajadzībai aizsargāt citu personu tiesības un brīvības”.

86. “Tiesību aktos paredzētā” ierobežojumu noteikšanas prasība ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punktu ir izpildīta. Būtībā nav apdraudēts ne Hartas 16. pants, ne 11. pants, jo Direktīva 2011/83 neuzliek par pienākumu tirgotājiem izmantot konkrētus tālsaziņas līdzekļus. Tirgotājiem nav pienākuma nodrošināt tradicionālos reklāmas bukletus papīra formā. Tiem tiek vienkārši prasīts, ja tie to dara, nodrošināt pilnīgu atbilstību Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā minētajam. Tas ir analogi informācijas par izstrādājumu kontrolēšanai stingri norobežotā jomā<sup>36</sup>.

87. Tiesas judikatūrā ir atzīts, ka patērētāju tiesību aizsardzība augstā līmenī ir vispārējās nozīmes legītīms mērķis, kurš tiek īstenots ar Savienības tiesībām<sup>37</sup>. Tādējādi šo domstarpību starp lietas pusēm pamatā, ņemot vērā 52. panta 1. punktu, ir tas, vai šī mērķa īstenošanā ir ievērots samērīguma princips<sup>38</sup>.

32 Spriedums, 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498, 27. punkts un tajā minētā judikatūra).

33 Piemēram, spriedums, 2017. gada 26. oktobris, *BB construct* (C-534/16, EU:C:2017:820, 36. punkts un tajā minētā judikatūra).

34 Piemēram, spriedums, 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution* (C-157/14, EU:C:2015:823, 66. punkts un tajā minētā judikatūra); piemēram, spriedums, 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498, 30. punkts un tajā minētā judikatūra).

35 Skat. visnesenāko attiecībā uz darījumdarbības brīvību pasludināto spriedumu, 2018. gada 12. jūlijs, *Spika* u.c. (C-540/16, EU:C:2018:565, 36. punkts), un spriedumu, 2017. gada 26. oktobris, *BB construct* (C-534/16, EU:C:2017:820, 37. punkts). Skat. arī, piemēram, spriedumu, 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498, 31. punkts). Attiecībā uz Hartas 52. panta 1. punkta piemērošanu vārda brīvībai skat. spriedumu, 2016. gada 4. maijs, *Philip Morris Brands* u.c. (C-547/14, EU:C:2016:325, 149. punkts).

36 Spriedums, 2016. gada 4. maijs, *Philip Morris Brands* u.c. (C-547/14, EU:C:2016:325, 151. punkts).

37 Spriedums, 2015. gada 17. decembris, *Neptune Distribution* (C-157/14, EU:C:2015:823, 73. punkts). Skat. arī, piemēram, spriedumu, 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498, 32. punkts).

38 Samērīguma principa sīkāku analīzi darījumdarbības brīvības kontekstā skat. ģenerāldokāta N. Bobeka [*M. Bobek*] secinājumos lietā *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:169, 40.–62. punkts).



88. Šajā ziņā saskaņā ar pastāvīgo judikatūru “samērīguma princips ir saistīts ar prasību, lai Savienības iestāžu tiesību akti nepārsniegtu to, kas ir atbilstošs un vajadzīgs, lai sasniegtu attiecīgajā tiesiskajā regulējumā izvirzītos leģitīmos mērķus, ievērojot, ka, ja ir iespēja izvēlēties starp vairākiem piemērotiem pasākumiem, ir jāizvēlas vismazāk apgrūtinošais un tā radītie traucējumi nedrīkst būt nesamērīgi ar izvirzītajiem mērķiem”<sup>39</sup>.

89. Es piekritu Komisijas rakstveida apsvērumos minētajiem argumentiem, ka tirgotāja brīvības ierobežojums izpaužas kā pienākums vienmēr izvēlēties tādu reklāmas līdzekli, kas ir pietiekams, lai ietvertu visu informāciju par atteikuma tiesībām. Grūti saprast, kā Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā ietvertu saistību saglabāšana – attiecībā uz tradicionālajām papīra reklāmas brošūrām – ir neatbilstīgi pielāgota šā mērķa sasniegšanai vai kā tā rada slogu tirgotājiem, pārsniedzot to, kas ir nepieciešams. Vispārīgi apgalvojumi, piemēram, tie, kas ietverti Vācijas rakstveida apsvērumos attiecībā uz Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā prasīto informācijas apjomu, nav pietiekami<sup>40</sup>, un atbildētājas tiesas sēdē paustais apgalvojums, ka prasība tirgotājiem saistībā ar distances līgumiem tērēt vairāk nekā 20 līdz 30 procentus no reklāmas laukuma izraisa Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta piemērošanu, ir patvaļīgs un nav pamatots ar Direktīvas 2011/83 tekstu.

90. Papīra formāta reklāmas brošūrai nav tehnisku ierobežojumu. Tādos apstākļos, kādi ir pamatlietā, kad viens ražojums, ko pārdod viens tirgotājs, tiek reklamēts tradicionālā papīra brošūrā, kura ietver atdalāmu pasta pasūtījuma kuponu, brošūru var vienkārši izgatavot lielāku, lai nodrošinātu, ka informācija tiek sniegta “skaidrā un saprotamā veidā”, kā tas ir prasīts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā. Pretēji atbildētājas tiesas sēdē paustajiem argumentiem es nevaru piekrist, ka Savienības likumdevējs ir uzskatījis, ka viens no Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā paredzētajiem ierobežojumiem ir “svars”, ņemot vērā to, ka šī norma attiecas uz “ierobežotu telpu vai laiku”.

91. Kā Komisija norāda savos rakstveida apsvērumos, Direktīvā 2011/83 noteiktās informēšanas prasības attiecas tikai uz distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem. Tādēļ tās nepārsniedz to, kas ir vajadzīgs, lai sasniegtu mērķi nodrošināt patērētāju aizsardzību saistībā ar līgumiem, kuri noslēgti no attāluma un kuros patērētājs nevar aplūkot attiecīgās preces vai uzdot jautājumus veikalā pirms līguma noslēgšanas. Kā apgalvoja Somija, tirgotājam distances līgumu gadījumā ir pastiprināts pienākums, jo patērētājs nevar personiski izvērtēt attiecīgo ražojumu, pirms tas pieņem lēmumu to iegādāties. Tas ir atspoguļots 37. apsvērumā.

92. Visbeidzot – Savienības likumdevējam ir plaša rīcības brīvība, ja ir runa par jomu, kurā jāpieņem gan politiski, gan ekonomiski vai ar sociālām lietām saistīti lēmumi un jāveic sarežģītas pārbaudes un vērtējumi. Tādējādi tādos apstākļos, kādi ir pamatlietā, iejaukšanās atbildētājas tiesībās, kas noteiktas Hartas 16. pantā, būtu acīmredzami nesamērīga<sup>41</sup>, ja to nevarētu pamatot ar Hartas 52. panta 1. punktu. Nav pierādīts, ka tas tā ir šajā gadījumā.

#### 4. Atbilde uz pirmo un otro prejudiciālo jautājumu

93. Tāpēc ierosinu uz pirmo un otro prejudiciālo jautājumu atbildēt šādi:

- 1) Piemērojot Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu, atbilde uz jautājumu, vai tālsaziņas līdzekli (šajā lietā – reklāmas buklets ar pastkarti pasūtījuma izdarīšanai) ir ierobežota telpa vai laiks informācijas parādīšanai, ir atkarīga no tā, vai tālsaziņas līdzekli ir ierobežota telpa vai laiks (abstrakti), ņemot vērā tā veidu.

39 Spriedums, 2016. gada 30. jūnijs, *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:498, 33. punkts un tajā minētā judikatūra).

40 Sal. šajā nozīmē spriedumu, 2017. gada 30. marts, *Verband Sozialer Wettbewerb* (C-146/16, EU:C:2017:243).

41 Ģenerālvokātes J. Kokotes [*J. Kokott*] secinājumi lietā Polija/Parlaments un Padome (C-358/14, EU:C:2015:848, 87. un 89. punkts un tajos minētā judikatūra). Skat. arī diskusiju 42. punktā ģenerālvokāta M. Bobeka secinājumos lietā *Lidl* (C-134/15, EU:C:2016:169).

2) Gadījumā, ja uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir atbildēts tādējādi, ka konkrētajā gadījumā tirgotāja izvēlētais tālsaziņas līdzeklis ir būtisks, lai noteiktu Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta materiālās piemērošanas jomu, ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu ir nesaderīgi ierobežot informāciju par atteikuma tiesībām tikai līdz norādei par atteikuma tiesību pastāvēšanu.

#### **D. Ierosinātā atbilde uz trešo prejudiciālo jautājumu**

94. Es atbildēšu uz šo jautājumu tikai gadījumam, ja pretēji iepriekš izklāstītajiem priekšlikumiem uz pirmo prejudiciālo jautājumu tiks atbildēts tādējādi, ka konkrētajā gadījumā tas ir tālsaziņas līdzeklis, kurā ir ierobežota telpa un laiks tirgotāja izvēlēta noformējuma dēļ, kas nosaka Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta materiālās piemērošanas jomu.

95. Pastāv domstarpības par atbildi uz trešo prejudiciālo jautājumu šādos aspektos.

96. No vienas puses, prasītāja un Komisija apgalvo, ka saskaņā ar Direktīvas normām patērētājam ir jānodrošina atteikuma veidlapas paraugs pat tad, ja 8. panta 4. punkts tiek piemērots. Prasītāja norāda, ka tas ir atspoguļots Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā izmantotajā formulējumā attiecībā uz “šo veidlapu” kā tādu, kas ir jānodrošina tirgotājam, kurš ir izvietojis reklāmu.

97. Komisija apgalvo, ka saskaņā ar Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu, pirms patērētājs var uzņemties distances līguma vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma saistības, tirgotājam skaidrā un saprotamā veidā ir jāsniedz informācija, ja pastāv atteikuma tiesības, par nosacījumiem, termiņu un kārtību šo tiesību izmantošanai saskaņā ar 11. panta 1. punktu, *kā arī* I pielikuma B daļā doto atteikuma veidlapas paraugu<sup>42</sup>. Tādējādi saskaņā ar šīs normas formulējumu attiecībā uz tālsaziņas līdzekļiem, kuros ir ierobežota telpa vai laiks informācijas parādīšanai, ir piemērojami abi šie “ieroci”. Komisija norāda, ka I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs ir īss un turklāt Direktīvas 2011/83 8. panta 1. punkts ļauj tirgotājiem darīt pieejamu Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā paredzēto informāciju izmantotajiem tālsaziņas līdzekļiem atbilstīgā veidā. Tas tirgotājam nodrošina elastīgas papildu iespējas.

98. No otras puses, Somija ar zināmu Polijas un Vācijas atbalstu apgalvo, ka atteikuma veidlapa pati par sevi nav daļa no “informācijas” par Direktīvā 2011/83 minētajām atteikuma tiesībām, tāpēc tā nav jānodrošina patērētājam, kas ir noslēdzis distances līgumu, kolīdz ir piemērojams 8. panta 4. punkts. Tā drīzāk ir dokuments, saskaņā ar kuru patērētājs var informēt tirgotāju par savu vēlmi atteikties no līguma. Ja likumdevējs būtu vēlējies iekļaut atteikuma veidlapas paraugu, tas būtu to skaidri norādījis Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktā. Atteikuma veidlapas paraugs nav “informācija”, kas ietekmē pircēja lēmumu par piedāvātās preces pirkšanu vai nepirkšanu, slēdzot distances līgumu.

99. Somija atsaucas arī uz Direktīvas 2011/83 8. panta 5. punktu un uz to, ka Direktīva 2011/83 ir piemērojama pārdošanai pa tālruni. Tas liecina, ka likumdevējs nav vēlējies iekļaut atteikuma veidlapas paraugu, jo veidlapas nosūtīšana pa tālruni ir tehniski neiespējama. Somija norāda, ka atteikuma veidlapu var nosūtīt vēlāk, izmantojot pastāvīgu informācijas nesēju saskaņā ar Direktīvas 2011/83 8. panta 7. punktu. Polija sniedz piemēru attiecībā uz distances līgumu, kas noslēgts pa tālruni, kā uz saziņas metodi, kurā atteikuma veidlapas iekļaušana nebūtu iespējama.

100. Esmu nonācis pie secinājuma, ka tad, ja ir piemērojams Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts, tirgotājiem nav pienākuma nodrošināt Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā doto atteikuma veidlapas paraugu pirms distances līguma noslēgšanas.

42 Izcēlums Komisijas iesniegtajos apsvērumos.

101. Kaut gan jāatzīst, ka nav pārsteigums, ka Komisijas Pamatnostādņu dokumentā par Direktīvu 2011/83<sup>43</sup> tiek atbalstīta nostāja, kuru tā ir ieņēmusi pamatlietā, piemēram, norādot, ka attiecībā uz telefona zvaniem veidlapas saturs būtu jāizskaidro patērētājam mutiski<sup>44</sup>, Direktīvā 2011/83 uz to nav ietverta tieša norāde. Citiem vārdiem sakot, Direktīvā 2011/83 nav normas par saziņas līdzekļiem, kurus izmantojot ir neiespējami vai sarežģīti nodrošināt atteikuma veidlapas paraugu. Šis konteksts liecina, ka Savienības likumdevējam nav bijis nodoma noteikt par pienākumu tirgotājiem nodrošināt veidlapu šādos apstākļos.

102. Vispārīgāk runājot, tas, ka tirgotājiem tiek pieprasīts nodrošināt atteikuma veidlapas paraugu pat tad, ja ir piemērojams Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkts, var nebūt saskaņā ar šīs normas un Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punktā ietverto normu izcelsmi, kurās norādīts uz nepieciešamību izvairīties no nevajadzīga sloga tirgotājiem<sup>45</sup>.

103. Visbeidzot – saskaņā ar Direktīvas 2011/83 11. panta 1. punkta b) apakšpunktu patērētājam ir iespēja atteikties no distances līguma, sniedzot par to nepārprotamu paziņojumu. Patērētājiem nav obligāti jāizmanto I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs. Tas apstiprina Somijas argumentu, ka vārds “informācija” Direktīvā 2011/83 var tikt interpretēts kā tāds, kas neietver līdzekļus, kurus izmantojot patērētājs izvēlas atteikties no distances līguma. Tādējādi manis ieteiktais risinājums neskar augsta līmeņa patērētāju aizsardzības nodrošināšanu.

104. Tāpēc es ierosinu Tiesai uz trešo prejudiciālo jautājumu atbildēt šādi:

- 3) Gadījumā, ja uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir atbildēts tādējādi, ka konkrētajā gadījumā tirgotāja izvēlētais tālsaziņas līdzeklis ir būtisks, lai noteiktu Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta materiālās piemērošanas jomu, Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs nav jāpievieno tālsaziņas līdzeklim pirms distances līguma noslēgšanas.

## VI. Secinājumi

105. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu Tiesai uz *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

- 1) Piemērojot Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām, ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK, 8. panta 4. punktu, atbilde uz jautājumu, vai tālsaziņas līdzeklī (šajā lietā – reklāmas buklets ar pastkarti pasūtījuma izdarīšanai) ir ierobežota telpa vai laiks informācijas parādīšanai, ir atkarīga no tā, vai tālsaziņas līdzeklī ir ierobežota telpa vai laiks (abstrakti), ņemot vērā tā veidu.
- 2) Gadījumā, ja uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir atbildēts tādējādi, ka konkrētajā gadījumā tirgotāja izvēlētais tālsaziņas līdzeklis ir būtisks, lai noteiktu Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta materiālās piemērošanas jomu, ar Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punktu un 6. panta 1. punkta h) apakšpunktu ir nesaderīgi ierobežot informāciju par atteikuma tiesībām tikai līdz norādei par atteikuma tiesību pastāvēšanu.

43 [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd\\_guidance\\_en\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_en_0.pdf).

44 Turpat, 34. lpp.

45 Skat. zem virsraksta “Informēšanas prasības” – Piezīme no prezidentvalsts, Darba grupa patērētāju aizsardzības un informēšanas jautājumos, 2009. gada 13. maijs, 9833/09, CONSOM 113, JUSTCIV 122, CODEC 720, 11. lpp.

- 3) Gadījumā, ja uz pirmo prejudiciālo jautājumu ir atbildēts tādējādi, ka konkrētajā gadījumā tirgotāja izvēlētais tālsaziņas līdzeklis ir būtisks, lai noteiktu Direktīvas 2011/83 8. panta 4. punkta materiālās piemērošanas jomu, Direktīvas 2011/83 I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs nav jāpievieno tālsaziņas līdzeklim pirms distances līguma noslēgšanas.