



Judikatūras krājums

TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2019. gada 12. jūnijā *

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Patērētāju aizsardzība – Direktīva 2005/29/EK – Uzņēmumu negodīga komercprakse pret patērētājiem – Jēdziens “agresīva komercprakse” – Patērētāja pienākums galīgo lēmumu par darījuma veikšanu pieņemt, klātesot kurjeram, kurš viņam ir izsniedzis līguma vispārīgos noteikumus

Lietā C-628/17

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Sąd Najwyższy* (Augstākā tiesa, Polija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2017. gada 14. septembrī un kas Tiesā reģistrēts 2017. gada 8. novembrī, tiesvedībā

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

pret

Orange Polska S.A.,

TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs J. Regans [*E. Regan*], tiesneši K. Likurgs [*C. Lycourgos*], E. Juhāss [*E. Juhász*] (referents), M. Iešičs [*M. Iešić*] un I. Jarukaitis [*I. Jarukaitis*],

ģenerāladvokāts: M. Kampos Sančess-Bordona [*M. Campos Sánchez-Bordona*],

sekretārs: K. Malaceks [*K. Malacek*], administrators,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2018. gada 28. novembra tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

- *Orange Polska S.A.* vārdā – *K. Szczepanowska-Kozłowska*, radca prawny, un *M. Gajdus*, adwokat,
- Polijas valdības vārdā – *B. Majczyna*, kā arī *S. Żyrek* un *E. Borawska-Kędzińska*, pārstāvji,
- Eiropas Komisijas vārdā – *N. Ruiz García* un *A. Szmytkowska*, pārstāvji,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus 2019. gada 30. janvāra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – poļu.

Spriedums

- 1 Šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (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 (OV 2005, L 149, 22. lpp.), 2. panta j) punktu, kā arī 8. un 9. pantu.
- 2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā, kurā *Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Konkurences un patērētāju aizsardzības biroja priekšsēdētājs, Polija) ir vērsies pret *Orange Polska S.A.* saistībā ar kādas komercprakses klasificēšanu par “agresīvu komercpraksi”.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

- 3 Direktīvas 2005/29 7., 16. un 17. apsvērums ir formulēti šādi:

“(7) [...] Šīs direktīvas, un jo īpaši tās galveno klauzulu, piemērošanā būtu jāņem vērā katra atsevišķā gadījuma konteksts.

[..]

(16) Noteikumiem par agresīvu komercpraksi būtu jāattiecas uz praksi, kas būtiski mazina patērētāju izvēles brīvību. Tāda prakse ietver uzmākšanos, piespiešanu, tostarp fiziska spēka izmantošanu, un nesamērīgu ietekmi.

(17) Vēlams precizēt, kāda komercprakse ir negodīga visos apstākļos, lai nodrošinātu lielāku juridisku noteiktību. Tādēļ I pielikumā ietverts pilns visu šādas prakses paveidu saraksts. Šie ir vienīgie komercprakses piemēri, ko var uzskatīt par negodīgiem, neizvērtējot katra atsevišķa gadījuma atbilstību 5. līdz 9. pantam. Sarakstu var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.”
- 4 Šīs direktīvas 2. pantā “Definīcijas” ir noteikts:

“Šajā direktīvā:

[..]

e) “būtiski kropļot patērētāju saimniecisko rīcību” nozīmē izmantot komercpraksi, lai būtiski mazinātu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, tādējādi liekot patērētājam pieņemt tādas lēmumus par darījuma veikšanu, kādus viņš citādi nebūtu pieņēmis;

[..]

j) “nesamērīga ietekme” ir varas pozīcijas izmantošana attiecībā pret patērētāju, izdarot spiedienu, pat neizmantojot fizisku spēku un nedraudot ar tā izmantošanu, lai ievērojami ierobežotu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu;

k) “lēmums veikt darījumu” ir jebkurš patērētāja pieņemts lēmums par to, vai, kā un pēc kādiem noteikumiem veikt pirkumu, vai veikt pilnus vai daļējus maksājumus, paturēt produktu vai no tā atbrīvoties, vai attiecībā uz to izmantot līgumtiesības, neatkarīgi no tā, vai patērētājs nolemj rīkoties vai no rīcības atturēties;

[..].”

- 5 Minētās direktīvas 2. nodaļā “Negodīga komercprakse” ietvertajā 5. pantā “Negodīgas komercprakses aizliegums” ir paredzēts:

“1. Negodīga komercprakse ir aizliegta.

2. Komercprakse ir negodīga, ja:

- a) tā ir pretrunā profesionālās rūpības prasībām,

un

- b) tā attiecībā uz produktu būtiski kropļo vai var būtiski kropļot tā vidusmēra patērētāja saimniecisko rīcību, kuru produkts sasniedz vai kuram tas adresēts [kuru skar vai uz kuru ir vērsta šī prakse], vai vidusmēra grupas pārstāvja saimniecisko rīcību attiecībā uz produktu, ja komercprakse ir vērsta uz īpašu [konkrētu] patērētāju grupu.

3. Tādu komercpraksi, kas var būtiski kropļot tikai precīzi nosakāmas patērētāju grupas saimniecisko rīcību, kuri garīgu vai fizisku traucējumu, vecuma vai lētticības dēļ ir īpaši neaizsargāti pret tādu praksi vai attiecīgo produktu, tādējādi, ka varētu saprātīgi paredzēt, ka tirgotājam tas būtu bijis jāprognozē, vērtē no tādas grupas vidusmēra pārstāvja viedokļa. Tas neskar parasto un likumīgo reklāmas praksi lietot pārspīlētus izteicienus vai izteicienus, ko nav paredzēts uztvert burtiski.

4. Jo īpaši komercprakse ir negodīga, ja:

- a) tā maldina, kā izklāstīts 6. un 7. pantā, vai

vai

- b) tā ir agresīva, kā izklāstīts 8. un 9. pantā.

5. Šīs direktīvas I pielikumā dotajā sarakstā ietverti komercprakses veidi, kas visos apstākļos uzskatāmi par negodīgiem. To pašu vienotu sarakstu piemēro visās dalībvalstīs, un to var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.”

- 6 Direktīvas 2005/29 tās pašas 2. nodaļas 2. iedaļā “Agresīva komercprakse” ir ietverts šīs direktīvas 8. un 9. pants.

- 7 Minētās direktīvas 8. pantā “Agresīva komercprakse” ir noteikts:

“Komercpraksi uzskata par agresīvu, ja faktiski, ņemot vērā visas tās īpašības un visus apstākļus, tā ar uzmākšanos, piespiešanu, tostarp fiziska spēka izmantošanu vai nesamērīgu ietekmi, būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz produktu un tādējādi liek vai var likt viņam pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.”

- 8 Direktīvas 9. pants “Uzmākšanās, piespiešanas un nesamērīgas ietekmes izmantošana” ir formulēts šādi:

“Konstatējot to, vai komercpraksē izmantota uzmākšanās, piespiešana vai nesamērīga ietekme, ņem vērā:

- a) notikuma laiku, vietu, iedabu vai ilgumu;

- b) draudīgas vai aizvainojošas runas vai uzvedības izmantošanu;

- c) to, vai tirgotājs izmanto jebkuru konkrētu nelaimi vai tik nopietnus apstākļus, kas mazina patērētāja spriestspējas, ja tirgotājs apzinās tādas nelaimes un apstākļus, lai ietekmētu patērētāju lēmumu par produktu;
 - d) jebkurus apgrūtinošus vai nesamērīgus nelīgumiskus šķēršļus, ko tirgotājs uzliek, ja patērētājs vēlas izmantot līgumiskas tiesības, tostarp tiesības līgumu izbeigt vai izvēlēties citu produktu vai citu tirgotāju;
 - e) jebkurus draudus veikt jebkuras darbības, ko likumīgi nedrīkst veikt.”
- 9 Direktīvas 2005/29 I pielikuma “Komerccprakse, kas jebkuros apstākļos uzskatāma par negodīgu” 24)–31) punktā ir uzskaitīta un definēta “agresīva komercprakse”.

Polijas tiesības

- 10 Saskaņā ar 2007. gada 23. augusta *ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Likums par negodīgas komercprakses novēršanu) (*Dz. U.* Nr. 171, 1206. pozīcija) 8. panta 1. un 2. punktu redakcijā, kas ir piemērojama pamatlīetas faktiskajiem apstākļiem:
- “1. Komerccpraksi uzskata par agresīvu, ja nesamērīgas ietekmes dēļ tā būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz produktu un tādējādi liek vai var likt viņam pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.
2. Nesamērīga ietekme ir jebkāda veida varas pozīcijas izmantošana attiecībā pret patērētāju, tostarp fiziska spēka vai psiholoģiska spiediena izmantošana vai draudi to izmantot, lai ievērojami ierobežotu vidusmēra patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu.”

Pamatlieta un prejudiciālais jautājums

- 11 Uzņēmēj sabiedrība, kuras tiesības ir pārņēmusi *Orange Polska*, slēdza ar patērētājiem telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanas līgumus un ar papildvienošanās veica līgumu grozījumus, izmantojot distances pārdošanu internetveikalā vai pa tālruni.
- 12 Līguma noslēgšanas vai grozīšanas procedūra internetveikalā sastāvēja no šādiem posmiem:
- [patērētājs] atver interneta vietni un iepazīstas ar tirgotāja piedāvājumu, un, uzklikšķinot uz saiti, tam ir pieejami piedāvāto līgumu paraugi;
 - patērētājs izvēlas precī vai līgumu;
 - patērētājs izdara pasūtījumu, neapliecinādams, ka viņš ir iepazinies ar izraudzītā līguma paraugu;
 - pasūtītājs apstiprina pasūtījumu;
 - pasūtījums tiek izpildīts, izmantojot kurjerpastu, kurjeram izsniedzot patērētājam tirgotāja iepriekš parakstītu līguma projektu vai papildvienošanās kopā ar neatņemamām līguma sastāvdaļām, proti, pielikumiem, darījuma noteikumiem un cenrāžiem.

- līgums vai papildvienošanās tiek noslēgti un attiecīgā gadījumā preces tiek piegādātas brīdī, kad kurjera klātbūtnē patērētājs paraksta līgumu vai papildvienošanos, līdz ar to apliecinot, ka viņš ir iepazinies ar visiem viņam izsniegtajiem dokumentiem un piekrīt to saturam; ja paraksta nav, patērētājam ir vai nu jādodas uz veikalu, vai arī vēlreiz jāveic pasūtījums internetveikalā vai pa tālruni, un
 - līgums tiek aktivizēts.
- 13 Līguma noslēgšanas vai grozīšanas procedūra pa tālruni notika līdzīgi, ietverot tālruņa sarunu starp patērētāju un tirgotāja teleoperatoru.
- 14 Konkurences un patērētāju aizsardzības biroja priekšsēdētājs ar 2010. gada 30. decembra lēmumu konstatēja, ka šī prakse ir uzskatāma par negodīgu komercpraksi, ar kuru tiek pārkāptas patērētāju kolektīvās intereses Likuma par negodīgas komercprakses novēršanu (redakcijā, kas bija piemērojama pamatlietas faktiskajos apstākļos) izpratnē, un uzdeva šādu praksi izbeigt. Saskaņā ar šo lēmumu ar minēto praksi patērētāji tiek spiesti kurjera klātbūtnē pieņemt lēmumu saistībā ar līgumu un līgumu paraugiem, nedodot patērētājiem iespēju netraucēti iepazīties ar to saturu.
- 15 Ar 2014. gada 27. oktobra spriedumu *Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Varšavas apgabaltiesa – Konkurences un patērētāju tiesību aizsardzības tiesa, Polija) minēto lēmumu atcēla.
- 16 Ar 2017. gada 4. marta spriedumu *Sąd Apelacyjny w Warszawie* (Varšavas apelācijas tiesa, Polija) noraidīja Konkurences un patērētāju aizsardzības biroja priekšsēdētāja sūdzību par [pirmās instances] spriedumu.
- 17 Konkurences un patērētāju aizsardzības biroja priekšsēdētājs par minēto spriedumu iesniedza kasācijas sūdzību *Sąd Najwyższy* (Augstākā tiesa, Polija).
- 18 Uzskatot, ka izskatāmās lietas iznākums ir atkarīgs no Direktīvas 2005/29 noteikumu interpretācijas, *Sąd Najwyższy* (Augstākā tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:
- “Vai [Direktīvas 2005/29] 8. pants saistībā ar [šīs direktīvas] 9. pantu un 2. panta j) punktu ir jāinterpretē tādējādi, ka uzņēmēja rīcība, izmantojot tādu modeli distances līgumu par telekomunikāciju pakalpojumiem noslēgšanai, kur galīgais lēmums veikt darījumu patērētājam ir jāpieņem kurjera, kurš izsniedz līgumu paraugus [vispārējos darījumu noteikumus], klātbūtnē, ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi ar nesamērīgu ietekmi:
- a) vienmēr, jo kurjera apmeklējuma laikā patērētājs nevar netraucēti iepazīties ar tam izsniegtā līguma paraugu saturu;
 - b) tikai tad, ja patērētājs iepriekš un individualizēti (piemēram, uz savu e-pasta adresi vai dzīvesvietas adresi) nav saņēmis visus līgumu paraugus, pat ja viņam bija iespēja pirms kurjera apmeklējuma pašam iepazīties ar to saturu tirgotāja interneta vietnē;
 - c) tikai tad, ja papildu konstatējumi liecina, ka šis uzņēmējs ir veicis negodīgas darbības, lai ietekmētu patērētāja izvēles brīvību attiecībā uz pieņemamo lēmumu veikt darījumu, vai tās ir veiktas uzņēmēja uzdevumā?”

Par prejudiciālo jautājumu

- 19 Uz dodama jautājumu, iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 2005/29 2. panta j) punkts un 8. un 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka prakse, kurā tirgotājs telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanas līgumus noslēdz vai groza pamatlietā aplūkotajā veidā, atbilstoši kuram patērētājam galīgais lēmums veikt darījumu ir jāpieņem, klātesot kurjeram, no kura patērētājs ir saņēmis līguma paraugu, bet kura klātbūtnē patērētājs nevar brīvi iepazīties ar šā līguma saturu,
- ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi visos apstākļos;
 - ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ, jo patērētājs iepriekš un individualizēti, jo īpaši, uz savu e-pasta adresi vai dzīvesvietas adresi, nav saņēmis visus līgumu paraugus, pat ja viņam ir bijusi iespēja pirms kurjera apmeklējuma pašam iepazīties ar to saturu, un/vai
 - ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ gadījumā, ja tirgotājs vai tā kurjers ir rikojušies negodīgi, ierobežodami patērētāja izvēli.
- 20 Attiecībā, pirmkārt, uz jautājumu, vai pamatlietā aplūkotais līgumu slēgšanas veids visos apstākļos ir uzskatāms par agresīvu komercpraksi, ir jāatgādina, ka Direktīvas 2005/29 2. nodaļā “Negodīga komercprakse” ir divas iedaļas, proti, 1. iedaļa saistībā ar maldinošu komercpraksi un 2. iedaļa saistībā ar agresīvu komercpraksi.
- 21 Ar šīs direktīvas 2. nodaļā ietvertu 5. panta 1. punktu negodīga komercprakse ir aizliegta, un 2. punktā ir noteikti kritēriji, pēc kuriem var konstatēt, vai komercprakse ir uzskatāma par negodīgu.
- 22 Šī 5. panta 4. punktā ir precizēts, ka komercprakse ir negodīga it īpaši gadījumā, ja tā ir “maldinoša” Direktīvas 2005/29 6. un 7. panta izpratnē un “agresīva” šīs direktīvas 8. un 9. panta izpratnē.
- 23 Turklāt minētā 5. panta 5. punktā ir paredzēts, ka Direktīvas 2005/29 I pielikumā dotajā sarakstā ir ietverti komercprakses veidi, kas visos apstākļos ir uzskatāmi par negodīgiem, un ka šo sarakstu, kurš tiek piemērots visās dalībvalstīs, var grozīt tikai ar šīs direktīvas pārskatīšanu.
- 24 Šajā ziņā Direktīvas 2005/29 17. apsvērumā ir precizēts, ka, lai nodrošinātu lielāku juridisku drošību, vienīgi šajā I pielikumā uzskaitītie komercprakses veidi ir uzskatāmi par negodīgiem visos apstākļos, neizvērtējot katru atsevišķo gadījumu atbilstoši šīs direktīvas 5.–9. pantam.
- 25 Ņemot vērā, ka Direktīvas 2005/29 I pielikumā ietvertais saraksts ir pilnīgs un izsmeļošs, šīs direktīvas izpratnē pamatlietā aplūkoto komercpraksi var uzskatīt par agresīvu visos apstākļos vienīgi gadījumā, ja tā atbilst kādai no šī pielikuma 24.–31. punktā minētajām situācijām.
- 26 Tomēr no 24.–31. punkta formulējuma vien var secināt, ka šāda atbilstība nav konstatējama, un turklāt arī pamatlietā nav apgalvots, ka tāda pastāvētu.
- 27 Tādējādi ir jāsecina, ka tāda prakse, kurā tirgotājs telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanas līgumus noslēdz vai groza tādējādi, ka patērētājam galīgais lēmums veikt darījumu ir jāpieņem, klātesot kurjeram, no kura patērētājs ir saņēmis līguma paraugu, bet kura klātbūtnē patērētājs nevar brīvi iepazīties ar tā saturu, nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi visos apstākļos.
- 28 Attiecībā, otrkārt, uz jautājumu, vai pamatlietā aplūkotais līgumu noslēgšanas veids ir uzskatāms par agresīvu komercpraksi prejudiciālā jautājuma otrajā un trešajā daļā minētajos apstākļos, no Direktīvas 2005/29 8. panta izriet, ka komercpraksi uzskata par agresīvu, ja tā ar uzmākšanos,

piespiešanu, tostarp fiziska spēka izmantošanu vai nesamērīgu ietekmi, būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz produktu un tādējādi viņam liek vai var likt pieņemt lēmumu veikt darījumu, ko viņš citādi nebūtu pieņēmis.

- 29 Šīs direktīvas 9. pantā ir minēti vairāki apstākļi, kuri ir jāņem vērā, konstatējot, vai komercpraksē ir izmantota uzmākšanās, piespiešana vai nesamērīga ietekme.
- 30 Papildus jānorāda, ka saskaņā ar Direktīvas 2005/29 7. apsvērumu, piemērojot šo direktīvu, ir būtiski lielā mērā ņemt vērā katra atsevišķā gadījuma kontekstu un atbilstoši minētās direktīvas 8. pantam tas izpaužas kā pienākums ņemt vērā visas tirgotāja rīcības pazīmes konkrētajos faktiskajos apstākļos. Turklāt ir jāatgādina, ka, lai interpretētu Direktīvas 2005/29 normas, izšķiroša nozīme ir patērētāja jēdzienam un saskaņā ar tās 18. apsvērumu šajā direktīvā kā kritērijs ir izmantots pietiekami labi informēts, kā arī pietiekami vērīgs un piesardzīgs vidusmēra patērētājs, ņemot vērā sociālos, kultūras un valodas faktoros (spriedums, 2018. gada 13. septembris, *Wind Tre* un *Vodafone Italia*, C-54/17 un C-55/17, EU:C:2018:710, 51. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 31 Līdz ar to komercpraksi var uzskatīt par agresīvu Direktīvas 2005/29 izpratnē vienīgi pēc tam, kad ir veikts šo apstākļu konkrēts un precīzs novērtējums, to veicot atbilstoši šīs direktīvas 8. un 9. pantos minētajiem kritērijiem.
- 32 Šajā ziņā, pirmkārt, ir jākonstatē, ka konkrētajā lietā no visiem Direktīvas 2005/29 8. pantā minētajiem pamatiem lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu ir minēta vienīgi nesamērīga ietekme.
- 33 Direktīvas 2005/29 2. panta j) punktā definētais jēdziens “nesamērīga ietekme” nozīmē varas pozīcijas izmantošanu pret patērētāju nolūkā izdarīt spiedienu, pat neizmantojot fizisku spēku un nedraudot ar tā izmantošanu, lai ievērojami ierobežotu patērētāja spējas pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu. Kā ģenerāladvokāts ir norādījis secinājumā 45. punktā, nesamērīga ietekme obligāti nav nelikumīga ietekme, bet gan tāda, kas, neskarot tās likumību, aktīvi darbojas, izmantojot spiedienu, lai piespiedu kārtā iespaidotu patērētāja gribu.
- 34 Otrkārt, ir jāatgādina, ka Direktīvas 2005/29 8. pantā jēdziens “agresīva komercprakse” ir definēts kā tāds, kas būtiski ietekmē vai var būtiski ietekmēt vidusmēra patērētāja izvēles vai rīcības brīvību attiecībā uz produktu. No tā izriet, ka preces vai pakalpojuma pieprasīšanai ir jānotiek pēc patērētāja brīvas izvēles. Tas it īpaši nozīmē, ka informācijai, ko tirgotājs sniedz patērētājam, ir jābūt skaidrai un adekvātai (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2018. gada 13. septembris, *Wind Tre* un *Vodafone Italia*, C-54/17 un C-55/17, EU:C:2018:710, 45. punkts).
- 35 Pirms līguma noslēgšanas sniegtā informācija par tā noteikumiem un šī līguma parakstīšanas sekām patērētājam ir ļoti svarīga (spriedums, 2018. gada 13. septembris, *Wind Tre* un *Vodafone Italia*, C-54/17 un C-55/17, EU:C:2018:710, 46. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 36 Tāpat arī jāņem vērā, ka Direktīvas 2005/29 mērķis ir arī nodrošināt patērētājiem augsta līmeņa aizsardzību pret negodīgu komercpraksi un ka šis mērķis balstās apstākļi, ka patērētājs salīdzinājumā ar tirgotāju ir nelabvēlīgākā situācijā, īpaši informācijas līmeņa ziņā, un tā tas vēl jo izteiktāk ir tik tehniskā jomā kā telekomunikācijas, kurā nevar noliegt, ka pastāv būtiska asimetrija starp šo pušu informētību un tehniskajām prasmēm (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2018. gada 13. septembris, *Wind Tre* un *Vodafone Italia*, C-54/17 un C-55/17, EU:C:2018:710, 54. punkts).
- 37 Lai arī galīgais vērtējums par pamatlietā aplūkotās komercprakses raksturojumu ir jāsniedz iesniedzējtiesai, Tiesa, balstoties uz lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu sniegto informāciju, var sniegt noderīgu materiālu minētās prakses klasificēšanai.

- 38 Vispirms saistībā ar prejudiciālā jautājuma otrajā apakšpunktā minēto jautājumu, proti, vai komercprakse, kurā līgumus noslēdz vai groza pamatlietā aplūkotajā veidā kurjera klātbūtnē, ir uzskatāma par agresīvu praksi tādēļ vien, ka patērētājs iepriekš un individualizēti nav saņēmis visus līgumu paraugus, ir jānorāda turpmākais.
- 39 No lēmuma par prejudiciāla jautājuma uzdošanu minētā apraksta izriet, ka pamatlietā aplūkotās komercprakses kontekstā tirgotāja interneta vietnē patērētāji ir varējuši piekļūt aktuālajiem piedāvājumiem, kā arī līgumu paraugiem un pārdošanas pa tālruni gadījumā šo informāciju ir bijis iespējams saņemt attiecīgā patērētāja un tirgotāja teleoperatora sarunā pa tālruni.
- 40 Attiecīgi, tā kā patērētājam pirms kurjera apmeklējuma ir bijusi iespēja tirgotāja interneta vietnē iepazīties ar līgumu paraugu saturu, šim patērētājam ir tikusi dota iespēja netraucēti izdarīt izvēli par līgumiskajām attiecībām. Tādējādi apstāklis, ka patērētājam iepriekš un individualizēti nav nosūtīti visi līgumu paraugi un galīgais lēmums par darījuma veikšanu tam ir jāpieņem kurjera klātbūtnē, nav uzskatāms par agresīvu komercpraksi.
- 41 Tomēr iesniedzējtiesai ir pienākums pārbaudīt, vai minētajam patērētājam ir bijusi iespēja pieņemt uz informāciju balstītu lēmumu, un tai ir jāpārlicinās, ka pirms kurjera vizītes patērētājam ir bijusi faktiskā iespēja piekļūt dažādu līgumu paraugu saturam vai nu ar tirgotāja interneta vietnē pieejamās informācijas palīdzību, vai kā citādi.
- 42 Šajā ziņā saskaņā ar šā sprieduma 30. punktā atgādinātajiem principiem ir jāņem vērā katram tirgotāja izmantotajam pārdošanas kanālam raksturīgās iezīmes. It īpaši, kā to ģenerāladvokāts ir norādījis secinājumā 62. punktā, pārdošanas pa telefonu gadījumā telefonsarunas laikā patērētāja iegūtās informācijas kvalitāte diez vai ir pielīdzināma internetā iegūstamajai informācijai. Tādējādi ir jāpārlicinās, ka informācija, kurai ir varējis piekļūt patērētājs, kurš ir izmantojis šo pārdošanas kanālu, tikpat lielā mērā nodrošina brīvu izvēli.
- 43 Tomēr jāpiebilst, ka tas vien, ka patērētājam faktiski nav bijusi piekļuve minētajai informācijai, nevar izraisīt secinājumu, ka pamatlietā aplūkotais līgumu noslēgšanas veids būtu uzskatāms par agresīvu komercpraksi. Lai secinātu, ka šāda prakse pastāv, papildus ir nepieciešams identificēt, ka tirgotājs ir rīkojies veidā, kas var tikt uzskatīts par nesamērīgu ietekmi šā sprieduma 33. punkta izpratnē.
- 44 Tādējādi prakse, saskaņā ar kuru līgumus noslēdz vai groza pamatlietā aplūkotajā veidā, ierodoties kurjeram, nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi tādēļ vien, ka patērētājs iepriekš un individualizēti, it īpaši uz savu e-pasta adresi vai dzīvesvietas adresi, nav saņēmis visus līgumu paraugus.
- 45 Turpinājumā attiecībā uz prejudiciālā jautājuma trešajā apakšpunktā minētajiem apstākļiem ir jānorāda, ka gadījumā, kad līguma slēgšanas vai grozīšanas procedūra norit atbilstoši šajā lietā sniegtajam iesniedzējtiesas aprakstam (tostarp patērētājam ir bijusi faktiskā iespēja iepazīties ar līgumu paraugiem), pats par sevi vien apstāklis, ka kurjers lūdz patērētājam pieņemt galīgo lēmumu par darījuma veikšanu, bet patērētājam netiek dots neierobežots laiks izpētīt kurjera piegādātos dokumentus, nav uzskatāms par agresīvu komercpraksi.
- 46 Tomēr dažas papildu prakses, ko tirgotājs vai tā kurjers var īstenot līgumu slēgšanas vai grozīšanas procesā un kuru mērķis ir ierobežot patērētāja izvēli, var arī tikt uzskatītas par agresīvu komercpraksi gadījumos, kad to pamatā ir rīcība, ar kuru tiek izdarīts tāds spiediens uz patērētāju, ar ko būtiski tiek ietekmēta patērētāja izvēles brīvība.
- 47 Tādējādi par agresīvu praksi var uzskatīt situāciju, kurā kurjers uzstāj, lai patērētājs paraksta no kurjera saņemto līgumu vai papildvienošanos, ja šāda rīcība var radīt grūtības patērētājam un tādējādi traucēt viņam pieņemt lēmumu par darījumā veikšanu.

- 48 Šajā kategorijā var ietilpt tāda rīcība kā, piemēram, pirmkārt, brīdinājums, ka kavēšanās nekavējoties parakstīt līgumu vai tā papildvienošanās nozīmēs, ka līgumu vai papildvienošanās vēlāk būs iespējams noslēgt vienīgi ar mazāk labvēlīgiem noteikumiem; vai arī tas, ka patērētājam var nākties maksāt līgumsodu vai līguma grozījumu gadījumā tirgotāja sniegtā pakalpojuma piegāde tam tiek pārtraukta. Otrkārt, šajā pašā kategorijā var ietilpt rīcība, kurā kurjers informē patērētāju, ka gadījumā, ja tas kavēsies parakstīt no kurjera saņemto līgumu vai papildvienošanās, kurjers saņemtu negatīvu novērtējumu no sava darba devēja.
- 49 Ņemot vērā iepriekš minēto, Direktīvas 2005/29 2. panta j) punkts un 8. un 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka situācija, kurā tirgotājs telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanas līgumus noslēdz vai groza pamatlietā aplūkotajā veidā, atbilstoši kuram patērētājam galīgais lēmums veikt darījumu ir jāpieņem, klātesot kurjeram, no kura patērētājs ir saņēmis līguma paraugu, bet kura klātbūtnē patērētājs nevar brīvi iepazīties ar šā līguma saturu,
- nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi visos apstākļos;
 - nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ tādēļ vien, ka patērētājs iepriekš un individualizēti, jo īpaši uz savu e-pasta adresi vai dzīvesvietas adresi, nav saņēmis visus līgumu paraugus situācijā, kad šim patērētājam ir bijusi iespēja pirms kurjera apmeklējuma pašam iepazīties ar to saturu, un
 - ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ jo īpaši situācijā, kad tirgotājs vai tā kurjers ir rīkojušies negodīgi, piemēram, apgrūtinot patērētāju vai traucējot viņam pieņemt lēmumu attiecībā uz darījuma veikšanu, kā rezultātā uz patērētāju ir ticis izdarīts spiediens, kas būtiski ir ietekmējis patērētāja izvēles brīvību.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 50 Attiecībā uz pamatlietas pusēm šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto pušu izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (piektā palāta) nospriež:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2005/29/EK (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, 2. panta j) punkts un 8. un 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka situācija, kurā tirgotājs telekomunikāciju pakalpojumu sniegšanas līgumus noslēdz vai groza pamatlietā aplūkotajā veidā, atbilstoši kuram patērētājam galīgais lēmums veikt darījumu ir jāpieņem, klātesot kurjeram, no kura patērētājs ir saņēmis līguma paraugu, bet kura klātbūtnē patērētājs nevar brīvi iepazīties ar šā līguma saturu,

- nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi visos apstākļos;
- nav uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ tādēļ vien, ka patērētājs iepriekš un individualizēti, jo īpaši uz savu e-pasta adresi vai dzīvesvietas adresi, nav saņēmis visus līgumu paraugus situācijā, kad šim patērētājam ir bijusi iespēja pirms kurjera apmeklējuma pašam iepazīties ar to saturu, un

- ir uzskatāma par agresīvu komercpraksi nesamērīgas ietekmes dēļ jo īpaši situācijā, kad tirgotājs vai tā kurjers ir rikojušies negodīgi, piemēram, apgrūtinot patērētāju vai traucējot viņam pieņemt lēmumu attiecībā uz darījuma veikšanu, kā rezultātā uz patērētāju ir ticis izdarīts spiediens, kas būtiski ir ietekmējis patērētāja izvēles brīvību.

[Paraksti]