



## Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (druga izba)

z dnia 3 kwietnia 2014 r. \*

Dyrektywa 2005/29/WE — Nieuczciwe praktyki handlowe — System promocyjny typu „piramida” —  
Znaczenie ewentualnego świadczenia wykonanego przez konsumentów celem otrzymania  
wynagrodzenia — Wykładnia pojęcia „świadczenie”

W sprawie C-515/12

mającej za przedmiot wniosek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Lietuvos vyriausiasis administracinis teismas (najwyższy sąd administracyjny Litwy) postanowieniem z dnia 29 października 2012 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 14 listopada 2012 r., w postępowaniu:

**„4finance” UAB**

przeciwko

**Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba,**

**Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos,**

TRYBUNAŁ (druga izba),

w składzie: R. Silva de Lapuerta, prezes izby, J.L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.C. Bonichot (sprawozdawca) i A. Arabadjiev, sędziowie,

rzecznik generalny: E. Sharpston,

sekretarz: A. Calot Escobar,

uwzględniając pisemny etap postępowania,

rozważywszy uwagi przedstawione:

- w imieniu „4finance” UAB przez G. Veličkę, dyrektora generalnego,
- w imieniu rządu litewskiego przez R. Janeckaitę, działającą w charakterze pełnomocnika,
- w imieniu rządu czeskiego przez M. Smolka oraz S. Šindelkovą, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu rządu włoskiego przez G. Palmieri, działającą w charakterze pełnomocnika, wspieraną przez P. Gentilego, avvocato dello Stato,

\* Język postępowania: litewski.

- w imieniu rządu polskiego przez B. Majczynę oraz M. Szpunara, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu Komisji Europejskiej przez A. Steiblytę oraz M. van Beeka, działających w charakterze pełnomocników,

po zapoznaniu się z opinią rzecznika generalnego na posiedzeniu w dniu 19 grudnia 2013 r.,

wydaje następujący

### Wyrok

- 1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.U. L 149, s. 22).
- 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu między spółką „4finance” UAB (zwaną dalej „4finance”) a Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba (krajowym urzędem ochrony praw konsumentów) i Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (krajową inspekcją podatkową przy ministerstwie finansów) w przedmiocie nałożonej na wspomnianą spółkę grzywny z tytułu naruszenia litewskiej ustawy zakazującej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów.

### Ramy prawne

#### *Prawo Unii*

- 3 Motywy 8, 9, 11 i 17 dyrektywy 2005/29 mają następujące brzmienie:

„(8) Niniejsza dyrektywa chroni bezpośrednio interesy gospodarcze konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi stosowanymi wobec nich przez przedsiębiorstwa [...].

(9) Niniejsza dyrektywa nie stanowi uszczerbku dla indywidualnych powództw wnoszonych przez osoby, które ucierpiały na skutek nieuczciwej praktyki handlowej [...]. W zakresie usług finansowych i nieruchomości, z uwagi na złożoność tych dziedzin i związane z nimi poważne ryzyko, niezbędne jest ustanowienie szczegółowych wymogów, w tym nałożenie na przedsiębiorców pozytywnych obowiązków. Z tego też względu, w dziedzinie usług finansowych i nieruchomości, niniejsza dyrektywa pozostaje bez uszczerbku dla prawa państw członkowskich do wyjścia poza przepisy niniejszej dyrektywy w celu ochrony interesów gospodarczych konsumentów [...].

[...]

(11) Wysoki poziom konwergencji osiągnięty w wyniku zbliżenia krajowych przepisów prawnych poprzez niniejszą dyrektywę zapewnia wysoki wspólny poziom ochrony konsumentów. Niniejsza dyrektywa ustanawia jeden ogólny zakaz stosowania tych spośród nieuczciwych praktyk handlowych, które zniekształcają zachowanie gospodarcze konsumentów. Określa ona również zasady dotyczące agresywnych praktyk handlowych, które nie są obecnie uregulowane na poziomie wspólnotowym.

[...]

(17) W celu zapewnienia większej pewności prawnej [pewności prawa] wskazane jest zidentyfikowanie tych praktyk handlowych, które są nieuczciwe w każdych okolicznościach. W związku z tym załącznik I zawiera pełen wykaz tego typu praktyk. Są to jedyne praktyki handlowe, które można uznać za nieuczciwe bez konieczności oceny konkretnego przypadku w świetle przepisów art. 5–9. Wykaz ten może być zmodyfikowany wyłącznie poprzez poddanie niniejszej dyrektywy przeglądowi”.

4 Artykuł 1 dyrektywy 2005/29 stanowi:

„Celem niniejszej dyrektywy jest przyczynienie się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego i osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zbliżenie przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do nieuczciwych praktyk handlowych szkodzących interesom gospodarczym konsumentów”.

5 Artykuł 2 lit. d) wspomnianej dyrektywy przewiduje:

„Do celów niniejszej dyrektywy:

[...]

d) »praktyki handlowe stosowane przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów« (zwane dalej również »praktykami handlowymi«) oznaczają każde działanie przedsiębiorcy, jego zaniechanie, sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją, sprzedażą lub dostawą produktu do konsumentów;

[...]”.

6 Artykuł 3 ust. 1 omawianej dyrektywy ma następujące brzmienie:

„Niniejszą dyrektywę stosuje się do nieuczciwych praktyk handlowych w rozumieniu art. 5, stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów przed zawarciem transakcji handlowej dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania oraz po jej zawarciu”.

7 Artykuł 5 dyrektywy 2005/29 otrzymał następujące brzmienie:

„1. Nieuczciwe praktyki handlowe są zabronione.

2. Praktyka handlowa jest nieuczciwa, jeżeli:

a) jest sprzeczna z wymogami staranności zawodowej

i

b) w sposób istotny zniekształca lub może w sposób istotny zniekształcić zachowanie gospodarcze względem produktu przeciętnego konsumenta, do którego dociera bądź do którego jest skierowana, lub przeciętnego członka grupy konsumentów, jeżeli praktyka handlowa skierowana jest do określonej grupy konsumentów.

[...]

4. Za nieuczciwe uznaje się w szczególności praktyki handlowe, które:

a) wprowadzają w błąd w rozumieniu art. 6 i 7

lub

b) są agresywne w rozumieniu art. 8 i 9.

5. Załącznik I zawiera wykaz praktyk, które są uznawane za wprowadzające w błąd w każdych okolicznościach. Wykaz ten obowiązuje jednolicie we wszystkich państwach członkowskich i może zostać zmodyfikowany wyłącznie poprzez zmianę niniejszej dyrektywy”.

8. Załącznik I do dyrektywy 2005/29, zatytułowany „Praktyki handlowe uznawane za nieuczciwe w każdych okolicznościach”, przewiduje w pkt 14:

„Zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu »piramida«, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów”.

#### *Prawo litewskie*

9. Artykuł 7 pkt 22 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas (ustawy Republiki Litewskiej o zakazie nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów), w wersji mającej zastosowanie do okoliczności faktycznych leżących u podstaw sporu w postępowaniu głównym, stanowi:

„Praktykę handlową uważa się za wprowadzającą w błąd, jeżeli przybiera ona formę założenia systemu dystrybucji dóbr typu »piramida« oferującego konsumentom możliwość otrzymania wynagrodzenia przede wszystkim za skłonienie innych konsumentów do wejścia do systemu, a nie za sprzedaż lub konsumpcję produktów, jak również formę prowadzenia lub propagowania takiego systemu”.

#### **Postępowanie główne i pytania prejudycjalne**

10. Skarżąca w postępowaniu głównym, 4finance, jest spółką udzielającą, w krótkim terminie i drogą korespondencyjną, drobnych pożyczek. Decyzją Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba z dnia 28 lipca 2011 r. została ona skazana na zapłatę grzywny w kwocie 8000 litów litewskich (LTL) z tytułu naruszenia art. 7 pkt 22 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas. Ze wspomnianej decyzji wynika, że 4finance prowadziła między dniem 26 października 2010 r. a dniem 15 lutego 2011 r. kampanię reklamową, w ramach której ustanowiła „system dystrybucji dóbr typu »piramida« oferujący konsumentom możliwość otrzymania wynagrodzenia przede wszystkim za skłonienie innych konsumentów do wejścia do systemu, a nie za sprzedaż lub konsumpcję produktów”.

11. Przytoczona decyzja została utrzymana w mocy orzeczeniem Vilniaus apygardos administracinis teismas (okręgowego sądu administracyjnego w Wilnie) z dnia 25 października 2011 r., następnie 4finance wniosła apelację od tego orzeczenia do Lietuvos vyriausybės administracinis teismas (najwyższego sądu administracyjnego Litwy).

- 12 Jeśli chodzi o zarzucane 4finance fakty, sąd odsyłający wskazuje, że spółka ta oferowała każdemu nowemu klientowi premię w wysokości 20 LTL za rejestrację każdego innego klienta przez niego zrekrutowanego. Aby zostać klientem 4finance, nowy klient był zobowiązany uiścić, w trakcie rejestracji na stronie internetowej tej spółki, opłatę rejestracyjną w kwocie 0,01 LTL.
- 13 W takim właśnie kontekście sąd odsyłający wyraża wątpliwości, po pierwsze, co do wykładni pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 oraz zgodności z tym przepisem art. 7 pkt 22 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas. Sąd ten zauważa w tym względzie, że wspomniany przepis prawa litewskiego – wierny niemieckiej i litewskiej wersji językowej dyrektywy – nie odpowiada innym wersjom językowym owej dyrektywy, takim jak wersje w językach hiszpańskim, francuskim i polskim. Te ostatnie wersje językowe pkt 14 otrzymały bowiem brzmienie, zgodnie z którym „konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu”. Tymczasem wersje tego przepisu w językach niemieckim i litewskim nie przewidują kryterium wykonania świadczenia przez konsumenta.
- 14 Po drugie, na wypadek gdyby Trybunał miał uznać, że wykonanie świadczenia przez konsumenta stanowi element niezbędny do uznania systemu promocyjnego za system promocyjny typu „piramida” w rozumieniu dyrektywy 2005/29, sąd odsyłający kieruje do Trybunału pytanie o wykładnię pojęcia „świadczenia”. W przekonaniu sądu odsyłającego ważne jest ustalenie, czy każdą wpłaconą kwotę, niezależnie od tego, jak by była niska, można uznać za świadczenie oraz czy wpłata kwoty symbolicznej, takiej jak sporna w postępowaniu głównym, jest wystarczająca do zakazania takiego systemu. Sąd ten zwraca w tym zakresie uwagę, że wpłacana na konta 4finance przez nowego klienta kwota 0,01 LTL stanowiła najniższą kwotę, której przelanie jest technicznie wykonalne, że przeznaczeniem wpłaty była wyłącznie dokładna identyfikacja tego klienta celem umożliwienia zawarcia umowy kredytu i że tego typu wkład finansował jedynie w znikomym stopniu premie wypłacane w ramach mechanizmu promocyjnego.
- 15 W świetle powyższych rozważań Lietuvos vyriausioji administracinis teismas postanowił zawiesić postępowanie i skierować do Trybunału następujące pytania prejudycjalne:
- „1) Czy pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 [...] należy interpretować w ten sposób, że zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu »piramida« należy uważać za praktykę handlową wprowadzającą w błąd w każdych okolicznościach wyłącznie wtedy, gdy konsument jest zobowiązany do wykonania świadczenia w zamian za otrzymanie wynagrodzenia przede wszystkim za wprowadzenie innych konsumentów do systemu, a nie za sprzedaż lub konsumpcję produktów?
- 2) Jeśli jest konieczne, aby konsument wykonał świadczenie w zamian za prawo do otrzymania wynagrodzenia, to czy wysokość świadczenia wykonanego przez konsumenta w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia przede wszystkim za wprowadzenie innych konsumentów do systemu, a nie za sprzedaż lub konsumpcję produktów, ma wpływ na zakwalifikowanie systemu promocyjnego typu »piramida« do praktyk handlowych wprowadzających w błąd w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy [2005/29]? Czy świadczenia wykonane przez konsumentów, które stanowią kwotę czysto symboliczną i są wpłacane w celu umożliwienia identyfikacji konsumentów, mogą być uważane za wykonanie świadczenia w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy?
- 3) Czy pkt 14 załącznika I do dyrektywy [2005/29] należy interpretować w ten sposób, że aby uznać system promocyjny typu »piramida« za praktykę handlową wprowadzającą w błąd, wyłączne znaczenie ma to, aby wynagrodzenie zostało zapłacone konsumentowi już zarejestrowanemu przede wszystkim za wprowadzenie innych konsumentów do systemu, a nie za sprzedaż lub konsumpcję produktów, czy ma też znaczenie zakres, w jakim wynagrodzenie wypłacone uczestnikom tego systemu za wprowadzenie nowych konsumentów jest finansowane poprzez

wkłady nowych członków? Czy w niniejszej sprawie wynagrodzenie wypłacone już zarejestrowanym uczestnikom systemu promocyjnego typu »piramida« powinno być w całości lub w znacznej części finansowane poprzez wkłady członków nowo wprowadzonych do tego systemu?».

### **W przedmiocie pytań prejudycjalnych**

- 16 Za pomocą powyższych pytań, które należy zbadać łącznie, sąd odsyłający zapytuje Trybunał o przesłanki, zgodnie z którymi system promocji handlowej może zostać uznany za „system promocyjny typu »piramida«” w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29, a tym samym zakazany w każdych okolicznościach.
- 17 Z wniosku o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym wynika, że art. 7 pkt 22 Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas stanowi wierną transpozycję wersji w językach niemieckim i litewskim pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29. Niemniej zdaniem sądu odsyłającego ten ostatni przepis zawiera w szeregu innych wersji językowych dodatkową przesłankę warunkującą zakazanie systemu promocyjnego typu „piramida”, zgodnie z którą „konsument wykonuje świadczenie” w zamian za możliwość przynależności do systemu. Sąd ów kieruje do Trybunału pytanie, czy ten sam pkt 14 ustanawia wymóg, zgodnie z którym konsument ma obowiązek wykonać takie świadczenie. W razie uzyskania odpowiedzi twierdzącej sąd odsyłający pragnie ustalić, czy każdą kwotę, niezależnie od jej wysokości, należy uznać za świadczenie w rozumieniu owego pkt 14.
- 18 Wreszcie sąd odsyłający zwraca się do Trybunału z pytaniem, czy uznanie systemu za system promocyjny typu „piramida” wymaga wykazania, że wynagrodzenie, jakie konsument może otrzymać, jest finansowane, w części lub głównie, ze świadczeń wpłaconych następnie przez innych konsumentów.
- 19 Należy przypomnieć, że zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Trybunału konieczność jednolitego stosowania i jednolitej wykładni aktu prawa Unii wyklucza rozpatrywanie tego aktu w jednej, w oderwaniu od innych, wersji językowej, ale wymaga ustalenia wykładni stosownie do rzeczywistej woli i celu autora tego aktu, a zwłaszcza w świetle wszystkich wersji językowych (zob. wyrok *Internetportal und Marketing*, C-569/08, EU:C:2010:311, pkt 35 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 20 W tym względzie należy zauważyć, że zakaz obejmujący systemy promocyjne typu „piramida” opiera się we wszystkich wersjach językowych pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 na trzech wspólnych przesłankach. Przede wszystkim tego typu promocja zasadza się na obietnicy, że konsument będzie miał możliwość osiągnąć korzyść ekonomiczną. Następnie realizacja tej obietnicy zależy od przystąpienia do systemu innych konsumentów. Wreszcie większość dochodów pozwalających sfinansować obiecane konsumentom wynagrodzenie nie jest wynikiem rzeczywistej działalności gospodarczej.
- 21 Bezsporne jest bowiem, że w braku rzeczywistej działalności gospodarczej pozwalającej wypracować dochody wystarczające, by sfinansować wynagrodzenie obiecane konsumentom, taki system promocyjny opiera się jednoznacznie na wkładzie ekonomicznym wnoszonym przez jego uczestników, jako że możliwość uzyskania przez przystępującego do tego systemu wynagrodzenia zależy zasadniczo od opłat uiszczonych przez następnich przystępujących.
- 22 Tego typu system musi być „piramidalny” w tym znaczeniu, że jego trwałość wymaga przystępowania coraz to większej liczby nowych uczestników celem sfinansowania wynagrodzeń wypłacanych istniejącym członkom. Z jego logiki wynika także, że przystępujący o najkrótszym stażu mają mniejsze szanse na otrzymanie wynagrodzenia za swój udział. System taki przestaje funkcjonować, kiedy przyrost liczby członków, który powinien teoretycznie zmierzać ku nieskończoności, aby system przetrwał, nie wystarcza już na finansowanie wynagrodzeń obiecanych wszystkim uczestnikom.

- 23 Z powyższego wynika, że uznanie systemu za „system promocyjny typu »piramida«” w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 wymaga, po pierwsze, by przystępujący do takiego systemu wpłacali świadczenie finansowe.
- 24 Powyższa wykładnia znajduje poparcie w celu dyrektywy 2005/29, która zgodnie z jej motywem 8 „chroni bezpośrednio interesy gospodarcze konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi stosowanymi wobec nich przez przedsiębiorstwa” i która zgodnie z jej art. 1 zapewnia „osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zbliżenie przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich odnoszących się do nieuczciwych praktyk handlowych szkodzących interesom gospodarczym konsumentów” (wyrok Köck, C-206/11, EU:C:2013:14, pkt 29 i przytoczone tam orzecznictwo). Jak stwierdziła rzecznik generalna w pkt 32 opinii, w braku świadczenia finansowego konsumenta trudno byłoby określić zachowanie gospodarcze wymagające ochrony konsumenta na podstawie tej dyrektywy.
- 25 Ponadto brzmienie większości wersji językowych pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 potwierdza, że świadczenie ze strony konsumenta jest elementem konstytutywnym systemu promocyjnego typu „piramida” w rozumieniu tego przepisu.
- 26 Co się tyczy kwestii tego, czy każdą kwotę wpłaconą na rzecz systemu promocyjnego przez przystępującego należy postrzegać – niezależnie od jej wysokości – jako świadczenie w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29, należy wskazać, że ów przepis nie ustanawia, w wersjach językowych przewidujących istnienie świadczenia finansowego ze strony konsumenta, żadnej kwoty minimalnej (zob. analogicznie wyrok Purely Creative i in., C-428/11, EU:C:2012:651, pkt 30). Ponadto wyrażony w motywie 17 omawianej dyrektywy cel polegający na wzmocnieniu pewności prawa przy identyfikacji nieuczciwych praktyk handlowych nie zostałby osiągnięty, gdyby państwa członkowskie mogły decydować o tym, jakie kwoty można uznać za świadczenie finansowe. Co za tym idzie, pojęcie świadczenia ze strony konsumenta obejmuje wszelki wkład finansowy z jego strony, bez względu na wysokość tego wkładu.
- 27 Po drugie, z pkt 20–22 niniejszego wyroku wynika jednoznacznie, że uznanie systemu za „system promocyjny typu »piramida«” w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 wymaga istnienia związku między świadczeniami wpłaconymi przez nowo przystępujących członków a wynagrodzeniem pobieranym przez istniejących członków.
- 28 Wykładnia ta znajduje potwierdzenie w brzmieniu większości wersji językowych pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29, z którego wynika, że finansowanie wynagrodzenia, jakie konsument może otrzymać, jest uzależnione „przede wszystkim” lub „głównie” od świadczeń wpłaconych następnie przez nowych uczestników systemu.
- 29 Odmienne niż podnosi rząd litewski, tego typu wykładnia pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 nie podważa w żaden sposób celu, jakim jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów.
- 30 Należy zauważyć w tym względzie, że praktyki zakazane na mocy art. 5 owej dyrektywy dzielą się na dwie kategorie.
- 31 Z jednej strony załącznik I do dyrektywy 2005/29 obejmuje praktyki handlowe uznawane w każdych okolicznościach za nieuczciwe, które to praktyki w związku z tym nie wymagają każdorazowej oceny w świetle przepisów art. 5–9 dyrektywy. Z drugiej strony praktyki niewymienione w tym załączniku mogą zostać uznane za nieuczciwe w wyniku każdorazowej oceny ich charakterystyki w świetle kryteriów ustanowionych w tych art. 5–9 (wyroki: Purely Creative i in., EU:C:2012:651, pkt 45; Köck, EU:C:2013:14, pkt 35).

- 32 Wynika z tego, że choć jedynie praktyki handlowe najbardziej szkodliwe dla konsumentów są przedmiotem bezwzględnego zakazu, to praktyka nieuwzględniona w załączniku I do dyrektywy 2005/29 może jednakże zostać zakazana, jeżeli specyficzna i konkretna ocena pozwala przyjąć jej nieuczciwy charakter w rozumieniu art. 5–9 tej dyrektywy.
- 33 W niniejszym przypadku z wniosku o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym wynika, że w ramach systemu promocyjnego ustanowionego przez 4finance premie wypłacane istniejącym członkom były opłacane jedynie w znikomym stopniu ze świadczeń finansowych wymaganych od nowo przystępujących członków. Wydaje się zatem, że system taki nie spełnia drugiej z przesłanek wymienionych w pkt 27 niniejszego wyroku. Jeżeli tak jest, czego ustalenie należy do sądu odsyłającego, omawiany system nie może zatem być przedmiotem zakazu na mocy pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29.
- 34 Mając na uwadze całość powyższych rozważań, na zadane pytania należy odpowiedzieć, iż pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29 należy interpretować w ten sposób, że system promocyjny typu „piramida” stanowi praktykę handlową uznawaną za nieuczciwą w każdych okolicznościach tylko wówczas, gdy system taki wymaga od konsumenta świadczenia finansowego, niezależnie od jego wysokości, w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.

#### **W przedmiocie kosztów**

- 35 Dla stron w postępowaniu głównym niniejsze postępowanie ma charakter incydentalny, dotyczy bowiem kwestii podniesionej przed sądem odsyłającym, do niego zatem należy rozstrzygnięcie o kosztach. Koszty poniesione w związku z przedstawieniem uwag Trybunałowi, inne niż koszty stron w postępowaniu głównym, nie podlegają zwrotowi.

Z powyższych względów Trybunał (druga izba) orzeka, co następuje:

**Punkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) należy interpretować w ten sposób, że system promocyjny typu „piramida” stanowi praktykę handlową uznawaną za nieuczciwą w każdych okolicznościach tylko wówczas, gdy system taki wymaga od konsumenta świadczenia finansowego, niezależnie od jego wysokości, w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.**

Podpisy