



Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (trzecia izba)

z dnia 23 stycznia 2019 r.*

Odesłanie prejudycjalne – Ochrona konsumentów – Dyrektywa 2011/83/UE – Umowy zawierane na odległość – Artykuł 6 ust. 1 lit. h) – Obowiązek poinformowania o prawie do odstąpienia od umowy – Artykuł 8 ust. 4 – Umowa zawierana przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji – Pojęcie „ograniczonej przestrzeni lub ograniczonego czasu na przedstawienie informacji” – Ulotka informacyjna załączona w czasopiśmie – Pocztówka zamówieniowa z hiperłączem odsyłającym do informacji o prawie do odstąpienia od umowy

W sprawie C-430/17

mającej za przedmiot wniosek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości, Niemcy) postanowieniem z dnia 14 czerwca 2017 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 17 lipca 2017 r., w postępowaniu:

Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG

przeciwko

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV,

TRYBUNAŁ (trzecia izba),

w składzie: M. Vilaras, prezes czwartej izby, pełniący funkcję prezesa trzeciej izby, J. Malenovský, L. Bay Larsen, M. Safjan (sprawozdawca) i D. Šváby, sędziowie,

rzecznik generalny: E. Tanchev,

sekretarz: R. Șereș, administratorka,

rozważywszy uwagi przedstawione:

- w imieniu Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG przez R. Beckera, Rechtsanwalt,
- w imieniu Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV przez C. Rohnkego, Rechtsanwalt,
- w imieniu rządu niemieckiego przez T. Henzego, M. Hellmanna, E. Lankenaua i J. Techerta, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu rządu polskiego przez B. Majczyńkę, działającego w charakterze pełnomocnika,

* Język postępowania: niemiecki.

- w imieniu rządu fińskiego przez H. Leppo, działającą w charakterze pełnomocnika,
- w imieniu Komisji Europejskiej przez M. Kellerbauera i N. Ruiza Garcíę, działających w charakterze pełnomocników,

po zapoznaniu się z opinią rzecznika generalnego na posiedzeniu w dniu 20 września 2018 r.,
wydaje następujący

Wyrok

- 1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni art. 6 ust. 1 lit. h) i art. 8 ust. 4 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. 2011, L 304, s. 64).
- 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu pomiędzy Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG, spółką prawa niemieckiego, a Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV, stowarzyszeniem zajmującym się zwalczaniem nieuczciwych praktyk handlowych (zwanym dalej „Zentrale”) w przedmiocie zawartej w reklamie tej spółki w postaci rozkładanego prospektu reklamowego załączanego do różnych czasopism i gazet informacji odnoszącej się do przysługującego konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy.

Ramy prawne

Prawo Unii

Karta

- 3 Artykuł 11 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej (zwanej dalej „kartą”), zatytułowany „Wolność wypowiedzi i informacji”, przewiduje w ust. 1:

„Każdy ma prawo do wolności wypowiedzi. Prawo to obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice państwowe”.
- 4 Zgodnie z art. 16 karty, zatytułowanym „Wolność prowadzenia działalności gospodarczej”:

„Uznaje się wolność prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z prawem Unii oraz ustawodawstwami i praktykami krajowymi”.
- 5 Artykuł 38 karty nosi tytuł „Ochrona konsumentów” i stanowi:

„Zapewnia się wysoki poziom ochrony konsumentów w politykach Unii”.

Dyrektywa 2011/83

6 Motywy 3–5, 7, 34, 36 i 44 dyrektywy 2011/83 stanowią:

„(3) [Artykuł] 169 ust. 1 i art. 169 ust. 2 lit. a) [TFUE] stanowią, że Unia ma przyczynić się do osiągnięcia wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez środki, które przyjmuje na podstawie art. 114 [TFUE].

(4) [...] Harmonizacja niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych na odległość i niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest niezbędna w celu wspierania rzeczywistego rynku wewnętrznego dla konsumentów, opartego na właściwej równowadze pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym zapewnieniu poszanowania zasady pomocniczości.

(5) [...] [P]ełna harmonizacja w zakresie informacji dla konsumentów i prawa do odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa przyczyni się do wysokiego poziomu ochrony konsumentów i lepszego funkcjonowania rynku wewnętrznego [...]

[...]

(7) Pełna harmonizacja niektórych kluczowych aspektów regulacyjnych powinna znacznie poprawić pewność prawa zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. [...] Ponadto konsumenci powinni mieć możliwość korzystania ze wspólnego wysokiego poziomu ochrony w całej Unii.

[...]

(34) Przedsiębiorca powinien udzielić konsumentowi jasnych i wyczerpujących informacji, zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, umową inną niż umowa zawierana na odległość lub umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie. [...]

[...]

(36) W przypadku umów zawieranych na odległość wymogi informacyjne powinny zostać dostosowane, aby uwzględnić ograniczenia techniczne niektórych nośników, takie jak ograniczenia związane z liczbą znaków na ekranie niektórych telefonów komórkowych lub ograniczenia czasowe dotyczące reklam telewizyjnych. W takich przypadkach przedsiębiorca powinien spełnić minimalne wymogi informacyjne i odesłać konsumenta do innego źródła informacji, na przykład podając bezpłatny numer telefonu lub hiperłącze do strony internetowej przedsiębiorcy, na której stosowne informacje są bezpośrednio udostępnione i łatwo dostępne. [...]

[...]

(44) Różnice w sposobach wykonywania prawa do odstąpienia od umowy w poszczególnych państwach członkowskich prowadzą do powstawania kosztów dla przedsiębiorców prowadzących sprzedaż transgraniczną. Wprowadzenie zharmonizowanego wzoru formularza odstąpienia od umowy, który będzie mógł być używany przez konsumenta, powinno uprościć proces odstąpienia od umowy i prowadzić do pewności prawa. Z tego powodu państwa członkowskie powinny powstrzymać się od wprowadzania jakichkolwiek dodatkowych wymogów dotyczących sposobu przedstawienia w odniesieniu do ogólnounijnego wzoru formularza, dotyczących na przykład rozmiaru czcionki. Konsument powinien jednak nadal mieć możliwość odstąpienia od umowy, posługując się własnymi słowami, pod warunkiem że jego oświadczenie o odstąpieniu

od umowy skierowane do przedsiębiorcy jest jednoznaczne. Pismo, telefon lub odesłanie towarów wraz z jasnym oświadczeniem mogłyby odpowiadać temu wymogowi, ale ciężar dowodu, że odstąpienie od umowy miało miejsce w terminie ustalonym w niniejszej dyrektywie, powinien spoczywać na konsumentach. [...]”.

- 7 Artykuł 1 tej dyrektywy, zatytułowany „Przedmiot”, stanowi:

„Niniejsza dyrektywa, poprzez osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, ma przyczynić się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w drodze zbliżenia niektórych aspektów przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących umów zawieranych między konsumentami a przedsiębiorcami”.

- 8 Artykuł 2 dyrektywy 2011/83, zatytułowany „Definicje”, przewiduje:

„Na użytek niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje:

[...]

- 7) »umowa zawierana na odległość« oznacza każdą umowę zawartą między przedsiębiorcą i konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie;

[...]”.

- 9 Artykuł 6 owej dyrektywy, zatytułowany „Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa”, stanowi:

„1. Zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi następujących informacji:

[...]

- h) w przypadku gdy istnieje prawo do odstąpienia od umowy – warunki, terminy oraz procedury korzystania z tego prawa zgodnie z art. 11 ust. 1, a także wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty w załączniku I część B;

[...].

4. Informacje, o których mowa w ust. 1 [lit. h)], można dostarczyć przy użyciu wzoru pouczenia o odstąpieniu od umowy znajdującego się w załączniku I część A. Przedsiębiorca spełnił wymogi informacyjne określone w ust. 1 [lit. h)], jeśli dostarczył konsumentowi to pouczenie, odpowiednio wypełnione.

5. Informacje, o których mowa w ust. 1, tworzą integralną część umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa i nie mogą być zmieniane, chyba że umawiające się strony wyraźnie postanowią inaczej.

[...]”.

- 10 Artykuł 8 dyrektywy 2011/83, zatytułowany „Wymogi formalne dotyczące umów zawieranych na odległość”, ma następujące brzmienie:

„1. W odniesieniu do umów zawieranych na odległość przedsiębiorca udziela informacji przewidzianych w art. 6 ust. 1 lub udostępnia te informacje konsumentowi w sposób odpowiadający wykorzystywanym środkom porozumiewania się na odległość, w prostym i zrozumiałym języku. Jeżeli informacje te dostarczane są na trwałym nośniku, muszą być czytelne.

[...]

4. Jeżeli umowa jest zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub czas na przedstawienie informacji, przed zawarciem takiej umowy przedsiębiorca dostarcza, z wykorzystaniem tego konkretnego środka, przynajmniej informacje przed zawarciem umowy dotyczące głównych cech towarów lub usług, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny, prawa do odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeśli umowa została zawarta na czas nieoznaczony – warunków rozwiązania umowy, o których to informacjach mowa w art. 6 ust. 1 lit. a), b), e), h) i o). Pozostałe informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1, udzielane są przez przedsiębiorcę konsumentowi w odpowiedni sposób zgodnie z ust. 1 niniejszego artykułu.

[...]

7. Przedsiębiorca dostarcza konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na trwałym nośniku w rozsądnym terminie po zawarciu umowy na odległość, a najpóźniej w chwili dostarczenia towarów lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie to obejmuje:

- a) wszystkie informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1, chyba że przedsiębiorca już dostarczył te informacje konsumentowi na trwałym nośniku przed zawarciem umowy na odległość; [...]

[...]”.

- 11 Artykuł 9 owej dyrektywy, zatytułowany „Prawo do odstąpienia od umowy”, przewiduje w ust. 1 i 2:

„1. Z zastrzeżeniem przypadków, gdy zastosowanie mają wyjątki przewidziane w art. 16, konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w przypadku umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa przez okres 14 dni, bez podawania jakichkolwiek powodów i bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów innych niż koszty przewidziane w art. 13 ust. 2 i art. 14.

2. Bez uszczerbku dla art. 10 okres na odstąpienie od umowy, o którym mowa w ust. 1 niniejszego artykułu, wygasa po upływie 14 dni [...].

[...]”.

- 12 Zgodnie z przepisem art. 11 wspomnianej dyrektywy, zatytułowanym „Wykonanie prawa do odstąpienia od umowy”:

„1. Konsument informuje przedsiębiorcę przed wygaśnięciem okresu na odstąpienie od umowy o swojej decyzji o odstąpieniu od umowy. W tym celu konsument może:

- a) skorzystać ze wzoru formularza odstąpienia od umowy zawartego w załączniku I część B; albo
b) złożyć jakiegokolwiek inne jednoznaczne oświadczenie, w którym informuje o swojej decyzji o odstąpieniu od umowy.

Państwa członkowskie nie mogą wprowadzać żadnych wymogów formalnych mających zastosowanie do wzoru formularza odstąpienia od umowy, innych niż te zawarte w załączniku I część B.

[...]

3. Przedsiębiorca może, oprócz możliwości, o których mowa w ust. 1, udostępnić konsumentowi opcję elektronicznego wypełnienia i wysłania wzoru formularza odstąpienia od umowy zawartego w załączniku I część B lub jakiegokolwiek innego jednoznacznego oświadczenia na stronie internetowej przedsiębiorcy. W takich przypadkach przedsiębiorca niezwłocznie przesyła konsumentowi na trwałym nośniku potwierdzenie odbioru takiego odstąpienia od umowy.

[...]”.

- 13 Artykuł 12 rzeczony dyrektywy, zatytułowany „Skutki odstąpienia od umowy”, przewiduje:

„Wykonanie prawa do odstąpienia od umowy powoduje wygaśnięcie obowiązków stron, dotyczących:

- a) wykonania umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa; lub
- b) zawarcia umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadkach złożenia oferty przez konsumenta”.

- 14 Załącznik I do dyrektywy 2011/83, zatytułowany „Informacje dotyczące korzystania z prawa do odstąpienia od umowy”, zawiera część A, zatytułowaną „Wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy”, oraz część B, zatytułowaną „Wzór formularza odstąpienia od umowy”.

Prawo niemieckie

- 15 Paragraf 355 Bürgerliches Gesetzbuch (niemieckiego kodeksu cywilnego, zwanego dalej „BGB”), zatytułowany „Prawo do odstąpienia od umowy konsumenckiej”, stanowi w ust. 1:

„Jeżeli ustawa przyznaje konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy zgodnie z niniejszym przepisem, konsument i przedsiębiorca nie są już związani oświadczeniami woli dotyczącymi zawarcia umowy, jeżeli konsument odstąpi od swojego oświadczenia woli w przewidzianym terminie. Odstąpienia dokonuje się poprzez złożenie przedsiębiorcy oświadczenia woli. Z oświadczenia musi jednoznacznie wynikać decyzja konsumenta o odstąpieniu od umowy. Odstąpienie nie musi zawierać uzasadnienia. Aby dochować terminu, wystarczy nadać odstąpienie we właściwym terminie”.

- 16 Paragraf 312g BGB, zatytułowany „Prawo do odstąpienia od umowy”, przewiduje w ust. 1:

„W wypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość konsument ma prawo do odstąpienia od umowy zgodnie z § 355 [BGB]”.

- 17 Artykuł 246a Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (niemieckiej ustawy wprowadzającej kodeks cywilny), zatytułowany „Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość z wyłączeniem umów o usługi finansowe”, stanowi w ust. 1:

„[...]”

2) Jeżeli konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy na podstawie § 312g ust. 1 BGB, przedsiębiorca jest zobowiązany do przekazania konsumentowi informacji:

(1) o warunkach, terminach i procedurze korzystania z prawa do odstąpienia od umowy, o którym mowa w § 355 ust. 1 BGB, oraz o wzorze formularza odstąpienia od umowy zawartym w załączniku 2,

[...]”.

Postępowanie główne i pytania prejudycjalne

- 18 W 2014 r. spółka Walbusch Walter Busch rozprowadzała prospekt reklamowy, liczący sześć stron w formacie 19 × 23,7 cm, który był załączany do różnych czasopism i gazet. Prospekt ów zawierał możliwą do wycięcia pocztówkę zamówieniową. Zarówno na przedniej, jak i na tylnej stronie rzeczony pocztówki wskazywano na prawo do odstąpienia od umowy. Podano na niej również numer telefonu i faksu, adres internetowy oraz pocztowy spółki Walbusch Walter Busch. Na wskazanej tam stronie internetowej www.klepper.net, w zakładce „AGB” (*Allgemeine Geschäftsbedingungen*, ogólne warunki umów) widniało pouczenie o odstąpieniu od umowy oraz wzór formularza odstąpienia od umowy.
- 19 Zentrale uznała, że przedmiotowy prospekt był nieuczciwy z tego względu, iż nie zawierał on prawidłowego pouczenia o prawie do odstąpienia od umowy, jako że nie dołączono do niego wzoru formularza odstąpienia od umowy.
- 20 Zentrale wytoczyła zatem przed Landgericht Wuppertal (sądem krajowym w Wuppertalu, Niemcy) powództwo o zaniechanie publikacji wspomnianego prospektu i zwrot przedsądowych kosztów postępowania, które poniosła.
- 21 Powództwo to zostało uwzględnione przez Landgericht Wuppertal (sąd krajowy w Wuppertalu), aczkolwiek orzeczenie wydane przez ów sąd zostało częściowo zmienione przez Oberlandesgericht Düsseldorf (wyższy sąd krajowy w Düsseldorfie, Niemcy).
- 22 Spółka Walbusch Walter Busch wniosła skargę rewizyjną od wyroku wydanego przez Oberlandesgericht Düsseldorf (wyższy sąd krajowy w Düsseldorfie) do Bundesgerichtshof (federalnego trybunału sprawiedliwości, Niemcy).
- 23 Sąd odsyłający wskazuje, że o ile na przedniej i tylnej stronie pocztówki zamówieniowej stanowiącej część przedmiotowego prospektu odniesiono się do istnienia ustawowego prawa do odstąpienia od umowy, o tyle w prospekcie tym brak jest jakichkolwiek informacji dotyczących warunków, terminów oraz procedury korzystania z tego prawa oraz nie zawarto w nim wzoru formularza odstąpienia od umowy.
- 24 W tym względzie, zdaniem sądu odsyłającego, można przyjąć dwa różne podejścia co do wykładni art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 w odniesieniu do zakresu obowiązku informowania konsumenta w wypadku korzystania ze środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji.
- 25 Zgodnie z pierwszym podejściem wspomniany przepis znajduje zastosowanie, w sytuacji gdy, generalnie, środek porozumiewania się na odległość przewiduje, ze swej natury, ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas. I tak w katalogach i broszurach powinny zawsze być zawarte wszystkie informacje dotyczące prawa do odstąpienia od umowy, podczas gdy w odniesieniu do ogłoszenia w gazecie lub ulotki w formie pocztówki, które umożliwiają dokonywanie zamówień, mogłaby wystarczyć zwykła informacja o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy.

- 26 Zgodnie z drugim podejściem rozstrzygające znaczenie ma konkretne ukształtowanie środka porozumiewania się na odległość przez przedsiębiorcę, a w szczególności jego decyzja w zakresie layoutu i grafiki lub objętości nośnika reklamowego. Wyjątek przewidziany w art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 mógłby mieć zastosowanie, gdyby wyczerpująca informacja na temat prawa i warunków odstąpienia od umowy miała zajmować znaczną część nośnika reklamowego, przykładowo więcej niż 10% jego powierzchni.
- 27 Ponadto sąd odsyłający wskazuje, że wykładnia wspomnianego przepisu dyrektywy 2011/83 powinna uwzględniać wolność prowadzenia działalności gospodarczej, uznaną w art. 16 karty. W szczególności, jak wynika z wyroku Trybunału z dnia 17 grudnia 2015 r., Neptune Distribution (C-157/14, EU:C:2015:823, pkt 67), wolność ta obejmuje wolność reklamy, przy czym wybór przedsiębiorcy w zakresie używanych do tego celu środków nie może być ograniczany, zgodnie z art. 52 ust. 1 karty, w nieproporcjonalnym stopniu.
- 28 Z jednej strony obowiązek zamieszczania w reklamie wszystkich wymaganych informacji dotyczących prawa do odstąpienia od umowy mógłby mieć negatywny wpływ na przydatność dla przedsiębiorcy niektórych form komunikatów reklamowych, gdyż rzeczone informacje mogłyby zdominować wspomniane komunikaty. Z drugiej strony konsument w takiej sytuacji otrzymałby znaczną ilość informacji, z którymi nie byłby w stanie należycie się zapoznać.
- 29 W tych okolicznościach Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującymi pytaniami prejudycjalnymi:
- „1) Czy – w odniesieniu do stosowania art. 8 ust. 4 dyrektywy [2011/83] – dla zagadnienia, czy środek porozumiewania się na odległość (tutaj prospekt reklamowy z pocztówką zamówieniową) przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji, ma znaczenie to,
- a) czy dany środek porozumiewania się na odległość (generalnie) ze swej natury przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas,
- tudzież ma znaczenie to,
- b) czy (konkretnie) w swoim kształcie wybranym przez przedsiębiorcę oferuje tylko ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas?
- 2) Czy w razie ograniczonej możliwości przedstawienia informacji w rozumieniu art. 8 ust. 4 dyrektywy [2011/83] ograniczenie informacji o prawie do odstąpienia od umowy do informacji o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy jest zgodne z art. 8 ust. 4 i art. 6 ust. 1 lit. h) wspomnianej dyrektywy?
- 3) Czy zgodnie z art. 8 ust. 4 i art. 6 ust. 1 lit. h) dyrektywy [2011/83] jest zawsze wymagane, również w wypadku ograniczonej możliwości przedstawienia informacji, dołączenie do środka porozumiewania się na odległość przed zawarciem umowy na odległość formularza odstąpienia od umowy zawartego w części B załącznika I do dyrektywy [2011/83]?”.

W przedmiocie pytań prejudycjalnych

- 30 Poprzez pytania prejudycjalne, które należy rozpatrzyć łącznie, sąd odsyłający dąży w istocie do ustalenia, według jakich kryteriów należy ocenić, czy dana umowa może zostać uznana za zawartą przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji w rozumieniu art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 oraz, w stosownym wypadku, jaki jest zakres obowiązku informacyjnego w odniesieniu do prawa do odstąpienia od umowy, określonego w art. 6 ust. 1 lit. h) tej dyrektywy.

- 31 Na wstępie należy przypomnieć, że zgodnie z art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83, zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca powinien w jasny i zrozumiały sposób udzielić mu niektórych informacji dotyczących tej umowy lub oferty. W szczególności, w wypadku gdy istnieje prawo do odstąpienia od umowy, art. 6 ust. 1 lit. h) dyrektywy 2011/83 nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o warunkach, terminach oraz procedurze korzystania z tego prawa zgodnie z art. 11 ust. 1 tej dyrektywy, a także o wzorze formularza odstąpienia od umowy zawartym w części B załącznika I do wspomnianej dyrektywy.
- 32 Artykuł 11 ust. 1 dyrektywy 2011/83 przewiduje, że konsument, który zamierza skorzystać z prawa do odstąpienia od umowy, powinien poinformować przedsiębiorcę, wykorzystując wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty w części B załącznika I do tej dyrektywy lub składając inne jednoznaczne oświadczenie, w którym informuje o swojej decyzji o odstąpieniu od umowy. Ponadto art. 11 ust. 3 wspomnianej dyrektywy stanowi, że przedsiębiorca może, oprócz możliwości, o których mowa we wskazanym art. 11 ust. 1, udostępnić konsumentowi opcję elektronicznego wypełnienia i wysłania wzoru formularza odstąpienia od umowy zawartego w części B załącznika I lub jakiegokolwiek innego jednoznacznego oświadczenia na stronie internetowej przedsiębiorcy.
- 33 W wypadku gdy umowa zostaje zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji, art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 zobowiązuje jedynie przedsiębiorcę do udzielenia konsumentowi, z wykorzystaniem tego konkretnego środka i przed zawarciem takiej umowy, niektórych informacji przedkontraktowych, o których mowa w art. 6 ust. 1 tej dyrektywy, w tym informacji dotyczącej prawa do odstąpienia od umowy, określonej w art. 6 ust. 1 lit. h) wspomnianej dyrektywy. W takim wypadku inne informacje przedkontraktowe powinny zostać udzielone konsumentowi w sposób odpowiadający wykorzystywanym środkom porozumiewania się na odległość, w prostym i zrozumiałym języku.
- 34 W tym względzie – jak wynika z art. 1 dyrektywy 2011/83 w związku z jej motywami 4, 5 i 7 – dyrektywa ta ma na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zagwarantowanie im dostępu do informacji i ochrony w obrocie z przedsiębiorcami. Ponadto ochrona konsumentów w ramach polityki Unii została przewidziana w art. 169 TFUE i w art. 38 karty (zob. podobnie wyrok z dnia 2 marca 2017 r., *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main*, C-568/15, EU:C:2017:154, pkt 28).
- 35 Dyrektywa 2011/83 ma na celu zapewnienie konsumentom szerokiej ochrony poprzez przyznanie im pewnych praw w szczególności w zakresie umów zawieranych na odległość. Celem prawodawcy Unii jest uniknięcie, aby wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość prowadziło do zmniejszenia ilości informacji przekazywanych konsumentowi (zob. analogicznie wyrok z dnia 5 lipca 2012 r., *Content Services*, C-49/11, EU:C:2012:419, pkt 36).
- 36 Otóż informacje dostarczone przed zawarciem umowy dotyczące warunków umowy oraz skutków jej zawarcia mają dla konsumenta fundamentalne znaczenie (wyrok z dnia 13 września 2018 r., *Wind Tre i Vodafone Italia*, C-54/17 i C-55/17, EU:C:2018:710, pkt 46). To na podstawie tych informacji wspomniany konsument podejmuje bowiem decyzję, czy zamierza związać się umową z przedsiębiorcą.
- 37 Jednakże, jak stanowi motyw 36 dyrektywy 2011/83, w wypadku umów zawieranych na odległość wymogi informacyjne powinny zostać dostosowane, aby uwzględnić ograniczenia techniczne niektórych nośników, takie jak ograniczenia związane z liczbą znaków na ekranie niektórych telefonów komórkowych lub ograniczenia czasowe dotyczące reklam telewizyjnych. W takich wypadkach przedsiębiorca powinien spełnić minimalne wymogi informacyjne i odesłać konsumenta do innego źródła informacji, na przykład podając bezpłatny numer telefonu lub hiperłącze do strony internetowej przedsiębiorcy, na której stosowne informacje są bezpośrednio udostępnione i łatwo dostępne.

- 38 Gdy w celu zawarcia umowy z konsumentem przedsiębiorca korzysta z określonego środka porozumiewania się na odległość, może on nie mieć możliwości udzielenia, w ramach tego środka, wszystkich informacji, o których mowa w art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83. Taka sytuacja ma miejsce wówczas, gdy wybrany przez przedsiębiorcę środek przewiduje ograniczenie przestrzeni lub czasu na przedstawienie informacji wynikające ze swoistych cech określonego środka lub będące konsekwencją wyboru ekonomicznego przedsiębiorcy w szczególności co do czasu trwania i przestrzeni komunikatu handlowego.
- 39 Oceny kwestii, czy w konkretnym wypadku dany środek porozumiewania się na odległość przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji w rozumieniu art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83, należy dokonywać z uwzględnieniem wszystkich cech technicznych komunikatu handlowego przedsiębiorcy. W tym względzie należy sprawdzić, czy uwzględniając przestrzeń i czas komunikatu oraz minimalny rozmiar pisma typograficznego, który byłby odpowiedni dla przeciętnego konsumenta będącego odbiorcą rzeczonoego komunikatu, wszystkie informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1 wspomnianej dyrektywy, mogą zostać obiektywnie przedstawione w ramach owego komunikatu. Natomiast wybór przedsiębiorcy w zakresie organizacji oraz wykorzystania przestrzeni i czasu, którymi dysponuje w ramach środka porozumiewania się, z którego postanowił on skorzystać, nie jest istotny przy przeprowadzaniu tej oceny.
- 40 W wypadku gdy zostanie stwierdzone, że środek porozumiewania się na odległość przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji, należy zbadać, czy przedsiębiorca, zgodnie z art. 8 ust. 1 i 4 dyrektywy 2011/83, udzielił konsumentowi innych informacji, o których mowa w art. 6 ust. 1 tej dyrektywy, za pośrednictwem innego źródła, w prostym i zrozumiałym języku.
- 41 W tym względzie należy stwierdzić, że rozwiązanie przyjęte w art. 8 ust. 1 i 4 dyrektywy 2011/83 – jak opisano w pkt 37–40 niniejszego wyroku – zmierza do zapewnienia właściwej równowagi pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw, zgodnie z treścią motywu 4 tej dyrektywy.
- 42 Obowiązek informacyjny, o którym mowa w art. 8 ust. 1 i 4 dyrektywy 2011/83, umożliwia bowiem udzielenie konsumentowi w odpowiedni sposób – przed zawarciem umowy na odległość – niezbędnych informacji pozwalających mu na podjęcie decyzji o tym, czy zawrzeć umowę, przyczyniając się w ten sposób do realizacji uzasadnionego celu interesu ogólnego ochrony konsumentów, zgodnie z art. 169 TFUE, przypomnianego w motywie 3 tej dyrektywy, nie podważając przy tym istoty wolności wypowiedzi i informacji oraz wolności prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę, ustanowionych w art. 11 i 16 karty.
- 43 W tym względzie, po pierwsze, nie zakazując korzystania z określonych środków porozumiewania się, art. 8 ust. 1 i 4 dyrektywy 2011/83 ogranicza się do wyznaczenia ram – w ustalonej dziedzinie – treści komunikatu handlowego mającego na celu zawarcie z konsumentem umowy na odległość. Po drugie, obowiązek udzielenia, w każdych okolicznościach, informacji, o których mowa w art. 8 ust. 4 zdanie pierwsze tej dyrektywy, dotyczy jedynie niektórych informacji, których przedstawienie konsumentowi, przed zawarciem z nim umowy na odległość, jest obowiązkowe zgodnie z art. 6 ust. 1 wskazanej dyrektywy. Jak bowiem przypomniano w pkt 40 niniejszego wyroku, w sytuacji określonej w art. 8 ust. 4 owej dyrektywy inne informacje powinny zostać udzielone za pośrednictwem innego źródła, w prostym i zrozumiałym języku.
- 44 Wśród rzeczonych informacji, które powinny zostać udzielone konsumentowi w każdych okolicznościach, znajduje się informacja dotycząca prawa do odstąpienia od umowy, o której mowa w art. 6 ust. 1 lit. h) dyrektywy 2011/83.

- 45 Prawo do odstąpienia od umowy ma bowiem na celu ochronę konsumenta w szczególnej sytuacji sprzedaży wysyłkowej, w której nie ma rzeczywistej możliwości zobaczenia produktu ani upewnienia się co do charakteru usług przed zawarciem umowy. Poprzez prawo do odstąpienia od umowy zostaje zatem wyrównana niekorzystna dla konsumenta sytuacja związana z zawarciem umowy na odległość, ponieważ konsumentowi przysługuje stosowny termin do zastanowienia się, w ramach którego może on obejrzeć i wypróbować zakupiony produkt (zob. analogicznie wyrok z dnia 3 września 2009 r., Messner, C-489/07, EU:C:2009:502, pkt 20).
- 46 Ze względu na znaczenie prawa do odstąpienia od umowy dla ochrony konsumenta, udzielana przed zawarciem umowy informacja dotycząca tego prawa ma dla tego konsumenta zasadnicze znaczenie i pozwala mu na podjęcie świadomej decyzji o tym, czy zawrzeć z przedsiębiorcą umowę na odległość. Aby konsument mógł w pełni wykorzystać taką informację, powinien on znać warunki, terminy oraz procedurę korzystania z prawa do odstąpienia od umowy. W wypadku gdy umowa zostaje zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do dostarczenia konsumentowi – w chwili gdy skorzystał on z tego środka – wzoru formularza odstąpienia od umowy zawartego w części B załącznika I do wspomnianej dyrektywy. Po pierwsze bowiem dostarczenie za pośrednictwem takiego środka, przed zawarciem umowy, rzeczonoego wzoru nie jest okolicznością mogącą mieć wpływ na decyzję konsumenta o zawarciu umowy na odległość, a po drugie, wprowadzenie obowiązku dostarczenia konsumentowi tego wzoru w każdych okolicznościach mogłoby prowadzić do nałożenia na przedsiębiorcę nieproporcjonalnych obciążeń – a w niektórych wypadkach, takich jak w szczególności umowy zawierane przez telefon – nawet niemożliwych do poniesienia. W tym względzie przedstawienie wspomnianego wzoru za pośrednictwem innego źródła, w prostym i zrozumiałym języku, jest wystarczające.
- 47 Uwzględniając całość powyższych rozważań, na przedstawione pytania należy odpowiedzieć w następujący sposób:
- oceny kwestii, czy w konkretnym wypadku dany środek porozumiewania się na odległość przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji zgodnie z art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83, należy dokonywać z uwzględnieniem wszystkich cech technicznych komunikatu handlowego przedsiębiorcy. W tym względzie do sądu krajowego należy sprawdzenie, czy uwzględniając przestrzeń i czas komunikatu oraz minimalny rozmiar pisma typograficznego, który byłby odpowiedni dla przeciętnego konsumenta będącego odbiorcą rzeczonoego komunikatu, wszystkie informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1 wspomnianej dyrektywy, mogą zostać obiektywnie przedstawione w ramach owego komunikatu;
 - artykuł 6 ust. 1 lit. h) i art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że w wypadku gdy umowa zostaje zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji oraz gdy istnieje prawo do odstąpienia od umowy, przedsiębiorca jest zobowiązany udzielić konsumentowi informacji – z wykorzystaniem tego konkretnego środka i przed zawarciem takiej umowy – o warunkach, terminach oraz procedurze korzystania z tego prawa. W takiej sytuacji przedsiębiorca ów powinien przekazać konsumentowi wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty w części B załącznika I do wspomnianej dyrektywy za pośrednictwem innego źródła, w prostym i zrozumiałym języku.

W przedmiocie kosztów

- 48 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 (trzecia izba) orzeka, co następuje:

Oceny kwestii, czy w konkretnym wypadku dany środek porozumiewania się na odległość przewiduje ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji zgodnie z art. 8 ust. 4 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG oraz dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, należy dokonywać z uwzględnieniem wszystkich cech technicznych komunikatu handlowego przedsiębiorcy. W tym względzie do sądu krajowego należy sprawdzenie, czy uwzględniając przestrzeń i czas komunikatu oraz minimalny rozmiar pisma typograficznego, który byłby odpowiedni dla przeciętnego konsumenta będącego odbiorcą rzeczoności komunikatu, wszystkie informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1 wspomnianej dyrektywy, mogą zostać obiektywnie przedstawione w ramach owego komunikatu.

Artykuł 6 ust. 1 lit. h) i art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że w wypadku gdy umowa zostaje zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub ograniczony czas na przedstawienie informacji oraz gdy istnieje prawo do odstąpienia od umowy, przedsiębiorca jest zobowiązany udzielić konsumentowi informacji – z wykorzystaniem tego konkretnego środka i przed zawarciem takiej umowy – o warunkach, terminach oraz procedurze korzystania z tego prawa. W takiej sytuacji przedsiębiorca ów powinien przekazać konsumentowi wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty w części B załącznika I do wspomnianej dyrektywy za pośrednictwem innego źródła, w prostym i zrozumiałym języku.

Podpisy