

— zaviazat' Radu Európskej únie na náhradu trov konania.

### Žalobné dôvody a hlavné tvrdenia

1. Podľa názoru spolkovej vlády článok 91 a článok 218 ods. 9 ZFEÚ nepriznávajú Únii právomoc prijať spoločnú pozíciu ohľadom pravidiel, ktoré boli prerokované a odsúhlasené na 25. zasadnutí Revízneho výboru dohovoru COTI. Prijatím tohto rozhodnutia preto Rada porušila zásadu obmedzenej právomoci v konkrétnom prípade podľa článku 5 ods. 2 Zmluvy.
2. Okrem toho je napadnuté rozhodnutie nedostatočne odôvodnené, keďže z neho jednoznačne nevyplýva, z akého titulu má Únia právomoc na prijatie spoločnej pozície ohľadom pravidiel, ktoré boli prerokované a odsúhlasené na 25. zasadnutí Revízneho výboru dohovoru COTI.
3. Okrem toho Rada porušila zásadu lojálnej spolupráce v spojení so zásadou účinnej právnej ochrany tým, že napadnutý právny akt prijala iba jeden deň pred 25. zasadnutím Revízneho výboru dohovoru COTI. V dôsledku toho bola Spolkovej republike Nemecko odňatá akákoľvek možnosť včas sa obrátiť na Súdny dvor s cieľom dosiahnuť (predbežnú) právnu ochranu voči napadnutému rozhodnutiu.

---

### Návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Retten i Glostrup (Dánsko) 22. decembra 2014 – Anklagemyndigheden/Canal Digital Danmark A/S

(Vec C-611/14)

(2015/C 073/25)

Jazyk konania: dáncina

### Vnútroštátny súd, ktorý podal návrh na začatie prejudiciálneho konania

Retten i Glostrup

### Účastníci konania pred vnútroštátnym súdom

Žalobca: Anklagemyndigheden

Žalovaný: Canal Digital Danmark A/S

### Prejudiciálne otázky

1. Má sa smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES<sup>(1)</sup> z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (ďalej len „smernica o nekalých obchodných praktikách“) vykladať v tom zmysle, že bráni vnútroštátnej právnej úprave stanovenej v § 3 dánskeho Markedsføringsloven, ktorá zakazuje klamlivé obchodné praktiky, vrátane tých, ktoré súvisia s výzvami na kúpu, ale ktorá ani v § 3, ani inde v zákone neodkazuje na obmedzenia vyplývajúce z článku 7 ods. 1 smernice, podľa ktorého treba vziať do úvahy, či marketingová praktika opomína podstatnú informáciu, ktorú priemerný spotrebiteľ potrebuje v závislosti od kontextu na to, aby urobil kvalifikované rozhodnutie o obchodnej transakcii, a z článku 7 ods. 3, podľa ktorého by sa mala zohľadniť skutočnosť, že použitý komunikačný prostriedok ukladá priestorové alebo časové obmedzenia?

2. Má sa článok 6 smernice o nekalých obchodných praktikách vykladať v tom zmysle, že prípady, keď sa obchodník rozhodol uviesť celkovú cenu za pokračujúce služby tak, že spotrebiteľ musí zaplatiť mesačný poplatok a zároveň šesťmesačný poplatok, sa budú považovať za klamlivú marketingovú praktiku, ak je v marketingovej praktike osobitne zvýraznená mesačná cena, zatiaľ čo šesťmesačný poplatok je úplne opomenutý, alebo sa zobrazí len menej nápadným spôsobom?
3. Má sa článok 7 smernice vykladať v tom zmysle, že prípady, keď sa obchodník rozhodol uviesť celkovú cenu za pokračujúce služby tak, že spotrebiteľ musí zaplatiť mesačný poplatok a zároveň šesťmesačný poplatok, sa budú považovať za klamlivé opomenutie konania podľa článku 7 smernice, ak je v marketingovej praktike zvýraznená najmä mesačná cena, zatiaľ čo šesťmesačný poplatok je úplne opomenutý, alebo sa zobrazí len menej nápadným spôsobom?
4. Má sa pri posudzovaní, či je marketingová praktika klamlivá v prípadoch opísaných v druhej a tretej otázke, vziať do úvahy, či vyššie uvedená marketingová praktika:
  - a) uvádza celkovú cenu služby v období viazanosti, vrátane šesťmesačného poplatku,  
  
a/alebo
  - b) sa uskutočňuje prostredníctvom reklám alebo propagácie na internete, kde sa nachádza odkaz na internetovú stránku obchodníka, na ktorej je uvedený šesťmesačný poplatok alebo celková cena služby, vrátane šesťmesačného poplatku?
5. Má na druhú a tretiu otázku nejaký vplyv, ak sa marketing uskutočňuje v televíznej reklame?
6. Obsahuje článok 7 ods. 4 smernice taxatívny výpočet informácií, ktoré sú pre výzvu na kúpu podstatné?
7. Ak je odpoveď na šiestu otázku kladná, vylučuje článok 7 ods. 4 smernice možnosť, že by sa výzva na kúpu, ktorá uvádza celkovú cenu, ktorú musí spotrebiteľ zaplatiť za prvý rok trvania zmluvy o poskytnutí služby (obdobie viazanosti), považovala za klamlivú marketingovú praktiku podľa článku 7 ods. 1 a 2 alebo článku 6 smernice, ak napríklad poskytuje ďalšie informácie o určitých, ale nie o všetkých zložkách ceny produktu?

(<sup>1</sup>) Ú. v. EÚ L 149, s. 22.

**Žaloba podaná 6. januára 2015 – Európska komisia/Rakúska republika**

**(Vec C-1/15)**

(2015/C 073/26)

Jazyk konania: nemčina

**Účastníci konania**

Žalobkyňa: Európska komisia (v zastúpení: F. Erlbacher a A. Aresu, Bevollmächtigte)

Žalovaná: Rakúska republika